

**DIVULGAÇÃO DO PROCESSO SELETIVO DE INGRESSO E REINGRESSO DE ALUNOS
NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO DA UFSM: o papel da mídia na difusão documental**

***DISCLOSURE OF THE SELECTION PROCESS FOR ENTRY AND RE-ENTRY OF STUDENTS
IN UNDERGRADUATE COURSES AT UFSM: the role of the media in documentary
dissemination***

*Aline Márcia Prade**
*Sônia Elizabete Constante***
*Gláucia Vieira Ramos Konrad****

RESUMO

Um dos maiores desafios das instituições na atualidade é, sem dúvida, a difusão de seus documentos e informações de modo com que alcancem seu público-alvo de forma confiável e autêntica. Neste viés, a presente pesquisa tem por objetivo analisar a difusão midiática do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso de estudantes nos cursos de Graduação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com o intuito de constatar a sua evolução nos últimos anos. Portanto, refere-se a uma pesquisa descritiva, com a abordagem do problema qualitativa. As principais fontes de análise da divulgação do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso foram os jornais, as redes sociais da Pró-Reitoria de Graduação (Prograd) e as páginas *web* oficiais da Instituição. O estudo também apresenta dados sobre o acesso à informação por meio da *internet* e aparelhos celulares (redes sociais), através de pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e pelo Comitê Gestor da *Internet* no Brasil (CGI.br). Como resultado, manifesta a substituição dos tradicionais jornais pela difusão midiática por meio das redes sociais e páginas *web* oficiais da UFSM. Deste modo, as mídias sociais exercem um papel fundamental na difusão, possibilitando que os editais do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso alcancem um número expressivo de cidadãos, oportunizando a estes o acesso ao Ensino Superior público, gratuito e de qualidade.

Palavras-chave: Ingresso e Reingresso; Difusão midiática; Acesso à Informação.

ABSTRACT

One of the biggest challenges for institutions today is, without a doubt, the dissemination of their documents and information so that they reach their target audience in a reliable and authentic way. In this bias, the present research aims to analyze the media diffusion of the Selective Process of Admission and Re-entry of students in the Graduation courses of the Federal University of Santa Maria (UFSM), with the intention of verifying its evolution in the last years. Therefore, it refers to a descriptive research, with a qualitative approach to the problem. The main sources of analysis of the dissemination of the Admission and Re-entry Selection Process were the newspapers, the social networks of the Pro-Rectorate of Undergraduate Studies (Prograd) and the official websites of the Institution. The study also presents data on access to information through the internet and cell phones (social networks), through surveys carried out by the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) and by the Internet Management Committee in Brazil (CGI.br). As a result, it

* Mestranda em Patrimônio Cultural da UFSM | E-mail: aline.prade@ufsm.br.

** Doutora em Comunicação (POSCOM/UFSM) | E-mail: sonia.constante@ufsm.br.

*** Doutora em História (UNICAMP) | E-mail: glauucia.konrad@ufsm.br.

manifests the replacement of traditional newspapers by media dissemination through social networks and official UFSM web pages. In this way, social media play a fundamental role in dissemination, enabling the public notices of the Admission and Re-entry Selection Process to reach an expressive number of citizens, providing them with access to public, free and quality Higher Education.

Keywords: Admission and Re-entry; Media diffusion; Access to information.

Submetido em: 22/02/2023

Aceito em: 03/05/2023

1 INTRODUÇÃO

Vivemos em um mundo globalizado, onde a informação e o conhecimento são considerados fonte de poder. Contudo, para perpetuar as informações nos dias atuais, os documentos são imprescindíveis, além disso pode-se afirmar que a mídia exerce um papel fundamental na difusão das informações, visto que através dela é possível abarcar um grande número de pessoas.

Neste viés surge uma problemática, isto é, de nada adianta ser portador de um arsenal de informações se estas não alcançarem o seu público-alvo. Nesse sentido, a presente pesquisa busca responder a seguinte questão: De que modo a informação pode chegar até seu público-alvo de forma confiável e autêntica?

Assim sendo, esta pesquisa tem por objetivo geral analisar a difusão midiática do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso de alunos nos Cursos de Graduação da UFSM, com ênfase nos jornais de circulação regional, bem como nas páginas *web* e redes sociais da instituição.

Como objetivos específicos busca: a) Realizar uma revisão sistemática de literatura sobre a difusão midiática e a evolução no acesso à informação; b) Apresentar as diferentes formas de difusão do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso de alunos nos Cursos de Graduação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); c) Apontar dados sobre o aumento exponencial de acesso à informação por meio da *Internet* e mídias sociais, através de pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br).

Através deste estudo, pretende-se promover o diálogo entre distintas áreas, trazendo reflexões e dados que possam agregar conhecimento e proporcionar uma análise crítica sob a ótica da interdisciplinaridade.

Como resultado, a pesquisa busca demonstrar como a mídia e a difusão por meio das redes sociais e páginas *web* oficiais da UFSM remove as fronteiras da comunicação, possibilitando que os Processos Seletivos de Ingresso e Reingresso aumentem exponencialmente a sua abrangência geográfica. Deste modo, oportuniza-se que cada vez mais cidadãos tenham acesso ao Ensino Superior.

2 A DIFUSÃO MUDIÁTICA DO PROCESSO SELETIVO DE INGRESSO E REINGRESSO

A mídia é responsável por propagar as informações para um grande número de pessoas, o que possibilita que, mesmo distante fisicamente, os indivíduos possam receber informações em tempo real, onde quer que estejam.

O crescimento da indústria da mídia, principalmente após o surgimento do rádio e da televisão, vem possibilitando a difusão de informações de modo instantâneo e em escala global. Esse interesse cotidiano pela busca instantânea por novas referências sobre questões políticas, econômicas, sociais ou, mesmo entretenimento, podem gerar transformações significativas impactadas pela comunicação, passando a ser deste modo, um fenômeno social. (CONSTANTE, 2018, p. 78).

No plano arquivístico, a difusão presta um serviço fundamental na divulgação dos serviços e materiais disponíveis para consulta. Merillas (2003, p. 120, tradução nossa) afirma que “a difusão pode ser entendida como sinônimo de propagação ou extensão, deste modo, a difusão do patrimônio cultural pretende dar conhecimento cada vez a um público maior, o conteúdo de seu legado”².

Ainda sobre a difusão, Fratini (2009) a reconhece como função obrigatória e implícita aos arquivos, uma vez que visa dar acessibilidade às informações contidas nos documentos.

Sendo assim, percebe-se que a difusão, quando bem executada, colabora com o acesso à informação, tema abordado pela Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, também conhecida como Lei de Acesso à Informação (LAI).

² Citação original: “*la difusión puede ser entendida como sinónimo de propagación o extensión, de este modo, la difusión del patrimonio cultural pretendería dar a conocer cada vez a un mayor número de público, el contenido de su legado*”. (MERILLAS, 2003, p. 120).

De acordo com a LAI “todas as informações produzidas ou custodiadas pelo poder público e não classificadas como sigilosas são públicas e, portanto, acessíveis a todos os cidadãos”. (BRASIL, 2011).

No entanto, para que as instituições garantam o direito de acesso dos cidadãos à informação, estas podem recorrer à mídia, que auxilia na disseminação da informação por meio de mecanismos de comunicação ágeis e eficazes.

No caso dos Editais de Ingresso e Reingresso de alunos nos Cursos de Graduação da UFSM, a mídia impressa já se configurou como um dos principais meios de divulgação deste Processo Seletivo, como ilustra a figura abaixo.

Figura 1: Clipping de notícia Jornal A Razão - Ingresso e Reingresso em 08/11/2013



Fonte: UFSM na mídia: Clipping de notícias sobre Educação e a UFSM

Nesta figura pode-se observar uma notícia publicada no Jornal A Razão³, na página de serviços, sob o título de ‘Ingresso e Reingresso na UFSM’. A notícia foi publicada em 2013 e trazia em seu conteúdo as principais informações sobre o Edital de Ingresso e Reingresso, como por exemplo o número de vagas ofertadas por cada curso participante da seleção.

Contudo, neste período percebe-se a transição entre a difusão nos meios analógicos, neste caso nos jornais de circulação de abrangência regional, para os meios digitais, como as plataformas jornalísticas digitais.

³ O Jornal A Razão foi um dos jornais mais antigos do Rio Grande do Sul, fundado em outubro de 1934 na cidade de Santa Maria. Era um jornal de circulação diária que teve suas atividades encerradas em 2017, devido à crise econômica.

Segundo Recuero (2009 apud VICENTE; CORRÊA; SENA, 2015, p. 04), “com a *internet* as redes ganharam uma vida nova, ampliando as possibilidades de conexões e a capacidade de difusão de informações que os grupos tinham”, facilitando seu alcance global.

Neste contexto, o Decreto Nº 4.829, de 3 de setembro de 2003, que dispõe sobre o Comitê Gestor de *Internet* no Brasil (CGI.br)⁴, define, dentre outras, as seguintes atribuições:

[...] propor programas de pesquisa e desenvolvimento relacionados à *Internet*, que permitam a manutenção do nível de qualidade técnica e inovação no uso, bem como estimular a sua disseminação em todo o território nacional, buscando oportunidades constantes de agregação de valor aos bens e serviços a ela vinculados; promover estudos e recomendar procedimentos, normas e padrões técnicos e operacionais, para a segurança das redes e serviços de *Internet*, bem assim para a sua crescente e adequada utilização pela sociedade [...]. (BRASIL, 2003).

Posto isso, o CGI é responsável por realizar pesquisas sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros, trazendo dados interessantes sobre o acesso à *internet*. Segundo a pesquisa TIC domicílios, realizada pelo CGI, “em 2013, 43% dos domicílios estavam conectados à *Internet*, o que equivale a uma estimativa de 27,2 milhões de residências com acesso à rede mundial de computadores”.

Na figura abaixo, pode-se observar o movimento realizado pela UFSM para aumentar a abrangência da divulgação do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso, com a sua publicação no G1⁵, site de notícias da Globo.

⁴ O Comitê Gestor de *Internet* do Brasil (CGI.br) foi criado através da Portaria Interministerial nº 147, de 31 de maio de 1995. É composto por representantes do Setor Governamental; por membros de notório saber em assuntos da *Internet*; representantes do Setor Empresarial; representantes do Terceiro Setor; além de representantes da Comunidade Científica e Tecnológica.

⁵ O G1 foi fundado em 2006, sendo considerado a primeira iniciativa de conteúdo jornalístico da Globo criada e pensada para o contexto digital. Mais informações no link: <https://g1.globo.com/institucional/sobre-o-g1.ghtml>.

Figura 2: Clipping de notícia publicada no G1 - Ingresso e Reingresso em 05/11/2013



Fonte: UFSM na mídia: Clipping de notícias sobre Educação e a UFSM.

Neste cenário, a figura 3 traz a divulgação do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso nos Cursos de Graduação da UFSM no Diário de Santa Maria, tradicional jornal de circulação diária nesta cidade. Esta publicação ocorreu em 2020, durante a pandemia do Covid-19, momento histórico em que muitas instituições tiveram que se adaptar com atividades remotas devido ao isolamento social que o período demandava. Para a UFSM não foi diferente, as aulas nesta época ocorreram sob o Regime de Exercícios Domiciliares Especiais (Rede).

Figura 3: Notícia publicada no Jornal Diário de Santa Maria - Ingresso e Reingresso em 21/09/2020



Fonte: Diário de Santa Maria⁶

Conforme a pesquisa TIC domicílios, “em 2020, a proporção de domicílios com acesso à *Internet* chegou a 83%, o que representa aproximadamente 61,8 milhões de domicílios com algum tipo de conexão à rede”. Este é um aumento significativo em relação à 2013, quando percebeu-se um movimento em direção à difusão digital do Processo

⁶ Notícia na íntegra em <https://diariosm.com.br/ufsm-lanca-edital-de-ingresso-e-reingresso-com-884-vagas-para-o-segundo-semester-de-2020/>. Acesso em: 22 nov. 2022.

Seletivo de Ingresso e Reingresso, período em que a *internet* chegava a apenas 43% dos domicílios brasileiros.

Contudo, a expansão do alcance da *internet* é notável no transcorrer dos anos, assim como é possível observar um aumento na produção de conteúdo por meio das mídias sociais. Torres (2009, p. 74) destaca que “as mídias sociais são sites na *Internet* construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações de diversos formatos”.

Dentre as mídias sociais, destacam-se as redes sociais, que “são sites onde as pessoas se cadastram, registram seus dados pessoais, nos chamados perfis, e podem se relacionar com outras pessoas, publicando fotos, enviando mensagens e criando listas de amigos”. (TORRES, 2009, p. 74).

Atualmente a Pró-Reitoria de Graduação (Prograd) utiliza as suas redes sociais oficiais para divulgar as informações que dizem respeito ao Ingresso e Reingresso, conforme as figuras que seguem.

Figura 4: Publicação *Facebook* Prograd UFSM – Ingresso e Reingresso 18/08/2022



Fonte: *Facebook* Prograd UFSM

Na figura acima, pode-se observar a divulgação do Edital de Ingresso e Reingresso de alunos nos Cursos de Graduação da UFSM no segundo semestre de 2022, na rede social *Facebook*. As redes sociais têm o papel de aproximar os usuários das instituições, Torres (2009, p. 113) salienta que “são sites que permitem a criação e o compartilhamento de informações e conteúdos pelas pessoas e para as pessoas, nas quais o consumidor é, ao mesmo tempo, produtor e consumidor da informação”.

Neste contexto, o *Facebook* é considerado uma importante rede social da atualidade. De acordo com Castro, Lopes e Junior (2019, p. 127), “hoje em dia é considerado um dos maiores sites de relacionamento do mundo”. As instituições perceberam o alcance das redes sociais, e têm, cada vez mais, divulgado suas informações por meio delas.

As empresas estão utilizando o *Facebook* para divulgar os seus produtos e serviços de forma ágil e econômica, alcançando um grande número de pessoas e tornando a sua marca conhecida (TORRES, 2009).

Do mesmo modo, o *Instagram* tem conquistado cada vez mais relevância quando o assunto é rede social. Demezio *et al.* salienta que

diante das mudanças ocorridas no processo comunicacional, modificou-se também o fazer publicitário, as empresas precisaram adequar-se ao meio, tanto para encaixar-se neste cenário digital e on-line quanto para não perder seu público consumidor. (DEMEZIO *et al.*, 2016, p. 02).

Figura 5: Publicação *Instagram* Prograd UFSM – Ingresso e Reingresso 16/08/2022



Fonte: *Instagram* Prograd UFSM

A figura apresentada acima retrata o esforço que vem sendo realizado pela Prograd para se fazer presente nas redes sociais em que se encontra seu público-alvo. Deste modo, os Editais de Ingresso e Reingresso são divulgados também pelo *Instagram*, rede social acessada principalmente por aparelhos celulares.

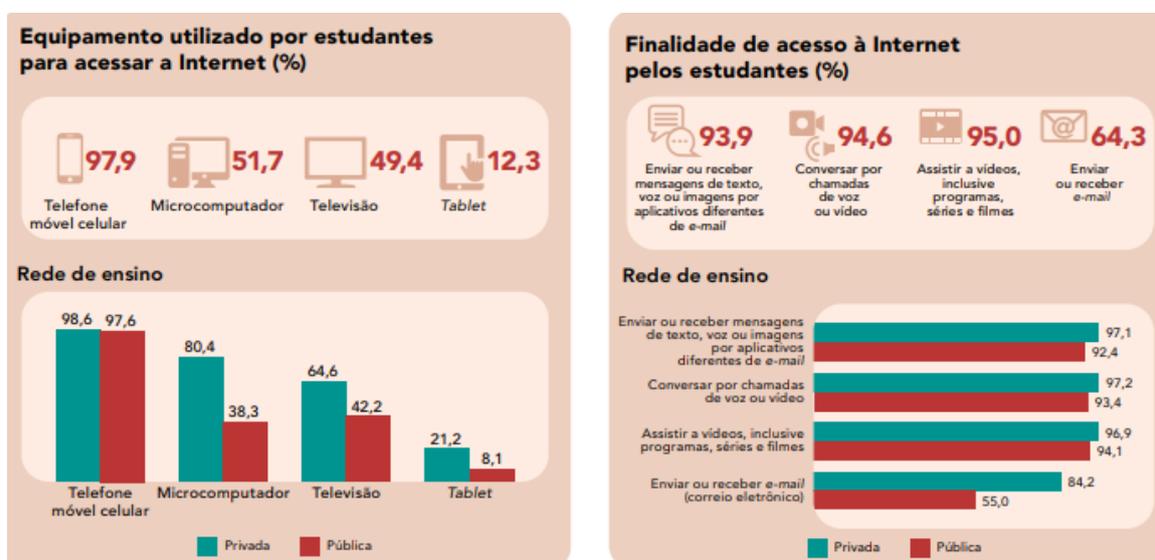
Segundo as estimativas da PNAD Contínua 2021, (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, realizada pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e

Estatística), na modalidade ‘Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2021’:

Em 2021, no País, dentre os equipamentos utilizados para acessar a Internet no domicílio, o uso do telefone móvel celular continuou na vanguarda e bem próximo de alcançar a totalidade dos domicílios que acessavam a Internet (99,5%). (IBGE, 2021, p. 06).

Nos gráficos abaixo, pode-se visualizar os números da pesquisa realizada pelo IBGE, no que tange aos equipamentos utilizados por estudantes para acessar a internet e a finalidade desses acessos.

Figura 6: Equipamentos de acesso à internet e suas finalidades de uso



Fonte: Página IBGE. Pesquisas por Amostra de Domicílios, PNAD Contínua (2021).

Por meio desta imagem, fica explícito o uso massivo dos aparelhos celulares pelos estudantes, reforçando a necessidade da Universidade se fazer presente nas redes sociais. Conforme a pesquisa realizada pelo IBGE, quase 98% da rede de ensino utiliza o celular para acessar a internet, e a finalidade desse acesso ocorre, em 93,9% dos casos, para o envio e recebimento de mensagens de texto, voz ou imagens.

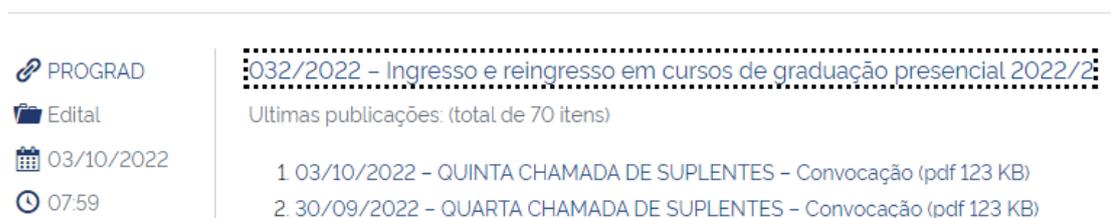
Já a pesquisa TIC domicílios, realizada pelo CGI, afirma que em 2021, “existiam cerca de 59 milhões de domicílios com Internet no país, o que equivale a 82% dos domicílios brasileiros”. Esta constatação fundamenta a necessidade de migrar para as mídias digitais, já que elas se encontram na maior parte dos lares brasileiros, e seu alcance

não possui fronteiras, possibilitando que a difusão não fique limitada à região de abrangência dos tradicionais jornais da cidade.

A pesquisa TIC domicílios destaca ainda que “em 2021, 70% dos usuários de *Internet* com 16 anos ou mais utilizaram ou consultaram algum serviço público via *Internet*, uma estimativa de aumento de 12 milhões de indivíduos em comparação com 2019”. Esse dado retrata que os jovens estão acessando serviços públicos por meio da *internet*, o que justifica a demanda da Universidade se fazer presente nas mais diversas plataformas digitais para alcançar seu público-alvo.

Contudo, voltando à difusão dos Editais de Ingresso e Reingresso, cabe destacar que a sua publicação oficial é realizada na página *web* da Prograd, onde os mesmos podem ser consultados na aba ‘*Editais*’, conforme as figuras 7 e 8.

Figura 7: Publicação oficial do Edital de Ingresso e Reingresso na página *web* Prograd



Fonte: Página *web* – Prograd (2022).

A publicação oficial na página *web* da Prograd deve garantir a autenticidade dos Editais de Ingresso e Reingresso, uma vez que antes de serem publicados, os mesmos devem passar por procedimentos de cadastro e descrição arquivística no Portal de Documentos da UFSM e também serem assinados eletronicamente através do Processo Eletrônico Nacional PEN-SIE.

Deste modo, a divulgação do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso é considerado um procedimento complementar à publicação oficial. Porém é de suma importância, visto que é responsável por fazer com que a informação alcance o seu público-alvo e permita que cada vez mais a sociedade tenha acesso ao ensino superior público, gratuito e com a qualidade que a UFSM oferece nos seus mais variados cursos.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo serão apresentados os métodos científicos utilizados para a elaboração do presente artigo. Contudo, inicialmente será retratada a classificação da pesquisa e após as etapas que foram necessárias para alcançar os objetivos propostos.

Ao analisar a natureza da pesquisa, pode-se caracterizá-la como básica. Conforme Appolinário (2011 apud DEL-MASSO; COTTA e SANTOS, 2014, p. 04), a pesquisa básica tem como finalidade “o avanço do conhecimento científico, sem nenhuma preocupação com a aplicabilidade imediata dos resultados a serem colhidos”. Ou seja, busca contribuir de forma complementar sobre os fatos que envolvem o estudo proposto.

Em relação à abordagem do problema, configura-se uma pesquisa qualitativa, uma vez que não são utilizados recursos estatísticos. Malhotra (2001, apud OLIVEIRA, 2011, p. 26), destaca que “a pesquisa qualitativa proporciona uma melhor visão e compreensão do contexto do problema”, facilitando-se assim a busca por soluções pontuais para o problema apontado na pesquisa. Quanto aos objetivos, caracteriza-se uma pesquisa exploratória e descritiva. Gil (2002, p. 41) salienta que a pesquisa exploratória

tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

Já a pesquisa descritiva “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. (GIL, 2002, p. 42). Neste caso, o estudo busca analisar as características da difusão midiática do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso de estudantes nos Cursos de Graduação da UFSM, estabelecendo as relações entre a difusão e o uso das mídias sociais. Por fim, considerando os procedimentos técnicos, a presente pesquisa pode ser classificada como documental e bibliográfica. Gil (2002, p 44) salienta que “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

No caso do presente estudo, as fontes principais foram livros, artigos, legislação e pesquisas estatísticas. Também foram utilizadas as redes sociais para analisar a

divulgação do Ingresso e Reingresso, além de jornais como fontes documentais de difusão, caracterizando o estudo como uma pesquisa documental. De acordo com Gil (2002, p. 45), este tipo de pesquisa “vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa”, criando um grande rol de possibilidades.

Para a consolidação da pesquisa, fez-se necessário o cumprimento de algumas etapas. Assim sendo, para iniciar o estudo, optou-se por realizar o levantamento das fontes de difusão do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso de alunos nos Cursos de Graduação da UFSM. As fontes foram selecionadas através da pesquisa na *internet*, onde foi possível ter um panorama da evolução da divulgação do Processo Seletivo ao longo do tempo, visto que inicialmente a difusão ocorria por meio de jornais de circulação regional, analógicos e digitais e, atualmente, se dá pelas redes sociais e páginas *web* oficiais da UFSM.

Após realizar o levantamento de fontes para a coleta de dados, notou-se a necessidade de pesquisar sobre a difusão midiática e os meios de acesso à informação na atualidade, já que estes sofreram grandes mudanças no transcorrer dos anos. E, para aprofundar o estudo, buscou-se ainda dados sobre o acesso à informação por meio da *internet* e aparelhos celulares (redes sociais), através de pesquisas como a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD Contínua, realizada pelo IBGE e a Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação no Brasil – TIC Domicílios, promovida pelo Comitê Gestor da *Internet* no Brasil – CGI.br.

4 CONCLUSÃO

As mídias sempre ocuparam espaço de destaque na sociedade, uma vez que carregam consigo a grande responsabilidade de disseminar informações e comunicar para a sociedade os acontecimentos, seja por meio dos tradicionais jornais impressos, rádio ou ainda através da televisão, a difusão midiática sempre se fez presente no cotidiano das pessoas. Deste modo, esta pesquisa buscou demonstrar o papel da mídia na difusão documental, mais precisamente na divulgação do Processo Seletivo de Ingresso e Reingresso de estudantes nos Cursos de Graduação da UFSM, onde percebeu-se uma grande mudança.

Com o passar dos anos, a divulgação do Processo Seletivo precisou se adaptar e se reinventar diante do aumento exponencial do uso da *internet* e das redes sociais, que tem conquistado cada vez mais pessoas. Neste sentido, a Prograd busca diariamente aprimorar a difusão midiática dos seus serviços e das oportunidades que oferece à comunidade, inserindo-se nas mais variadas mídias sociais. Para tanto, notou-se a substituição dos tradicionais jornais pelas redes sociais, onde a maior parcela do seu público-alvo se encontra, conforme os dados das pesquisas de estatísticas descritas no decorrer do estudo. Por fim, pode-se afirmar que as mídias sociais têm, com o passar dos anos, removido as fronteiras da comunicação, visto que por meio da *internet* ampliou-se a capacidade de conexão entre milhares de pessoas concomitantemente, o que garante que as informações sejam transmitidas em tempo real, como jamais foi vivenciado na história da humanidade.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Decreto nº 4.829, de 3 de setembro de 2003. Dispõe sobre a criação do Comitê Gestor da *Internet* no Brasil - CGIbr, sobre o modelo de governança da *Internet* no Brasil, e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 3 set. 2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4829.htm. Acesso em: 01 dez. 2022.

BRASIL. Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991. Dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 9 jan. 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8159.htm. Acesso em 01 dez. 2022.

BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso à informações. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 19 nov. 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em: 25 nov. 2022.

CASTRO, Darlene Teixeira. LOPES, Suely Pereira. JUNIOR, Francisco Gilson Rebouças Porto. **As redes sociais como ferramenta para o marketing**: A visão de uma empresa na cidade de Palmas – TO. Revista Humanidades e Inovação. Palmas, v.6, nº 12. p. 124-134. Ago. 2019. ISSN 2358-8322. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/issue/view/55>. Acesso em: 02 dez. 2022.

COMITÊ GESTOR DA *INTERNET* NO BRASIL – CGI.br. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação no Brasil [livro eletrônico]**: TIC

domicílios e empresas 2013. [coordenação executiva e editorial Alexandre F. Barbosa]. São Paulo, 2014. Disponível em: https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 25 nov. 2022.

COMITÊ GESTOR DA *INTERNET* NO BRASIL – CGI.br. **Resumo Executivo Pesquisa TIC Domicílios 2020. [livro eletrônico]**: TIC domicílios 2020. São Paulo, 2021. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20211124201505/resumo_executivo_tic_domicilios_2020.pdf. Acesso em: 25 nov. 2022.

CONSTANTE, Sônia Elisabete. **Narrativa jornalística e memória institucional: A Universidade Federal de Santa Maria no Jornal A Razão**. 2018. Tese ((Doutorado em Comunicação) – Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/16369/TES_PPGCOMUNICACAO_2018_CONSTANTE_SONIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 25 nov. 2022.

DEL-MASSO, Maria Candida Soares. COTTA, Maria Amélia de Castro. SANTOS, Marisa Aparecida Pereira. **Ética em Pesquisa Científica: conceitos e finalidades**. In: Acervo Digital da UNESP, São Paulo, 2014. Disponível em: <https://acervodigital.unesp.br/handle/unesp/155306>. Acesso em 02 dez. 2022.

DEMEZIO, Carla *et al.* **O Instagram como ferramenta de aproximação entre Marca e Consumidor**. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO – XVIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste. Caruaru, PE. 2016. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-2344-1.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2022.

DIÁRIO DE SANTA MARIA. **UFSM lança edital de ingresso e reingresso com 884 vagas para o segundo semestre de 2020**. Santa Maria, 2020. Disponível em: <https://diariosm.com.br/ufsm-lanca-edital-de-ingresso-e-reingresso-com-884-vagas-para-o-segundo-semester-de-2020/>. Acesso em: 25 nov. 2022.

FRATINI, R. **Educação Patrimonial em arquivos**. Arquivo Público do Estado de São Paulo. Revista Histórica, São Paulo, n. 34, jan. 2009. Disponível em: <http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao34/materia05/>. Acesso em: 25 nov. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 01 dez. 2022.

GRUPO GLOBO. G1 RS. **Universidade de Santa Maria abre vagas de ingresso e reingresso**. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do->

sul/noticia/2013/11/universidade-de-santa-maria-abre-vagas-de-ingresso-e-reingresso.html. Acesso em: 25 nov. 2022.

IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2021**. Diretoria de Pesquisa. Coordenação de Pesquisas por Amostra de Domicílios. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. (Pnad Contínua). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101963>. Acesso em 02 dez. 2022.

MERILLAS, O. F. **La educación patrimonial. Teoría y práctica en el aula, el museo y internet**. Espanha: Ediciones TREA, 2003.

OLIVEIRA, M. F. de. **METODOLOGIA CIENTÍFICA: um manual para a realização de pesquisas em administração**. Catalão: UFG, 2011. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf. Acesso em: 01 dez. 2022.

PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO. **Edital de Ingresso/Reingresso publicado**. Santa Maria, 18 ago. 2022. *Facebook*: @ProgradUFSM. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=480800637383111&set=pb.100063595375274.-2207520000.&type=3>. Acesso em: 25 nov. 2022.

PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO. **Edital de Ingresso/Reingresso publicado**. Santa Maria, 18 ago. 2022. *Instagram*: @progradufsm. Disponível em: https://www.instagram.com/p/ChZyWkLso3_/. Acesso em: 25 nov. 2022.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital**: Tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na *internet* e não tinha a quem perguntar. São Paulo. Editora Novatec. 2009.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **UFSM na mídia**: Clipping de notícias sobre educação e a UFSM. Santa Maria, 2013. Disponível em: <http://coral.ufsm.br/midia/>. Acesso em: 25 nov. 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **Pró-Reitoria de Graduação**. Santa Maria, RS: UFSM. 2022. Disponível em: <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/prograd/>. Acesso em: 25 nov. 2022.

VICENTE, Natalí Ilza. CORRÊA, Elisa Cristina Delfini. SENA, Tito. **A divulgação científica em Redes Sociais na Internet**: Proposta de metodologia de análise netnográfica. *In*: XVI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO. 2015, João Pessoa. Disponível em: <http://www.ufpb.br/evento/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/viewFile/2853/1160>. Acesso em: 01 dez. 2022.