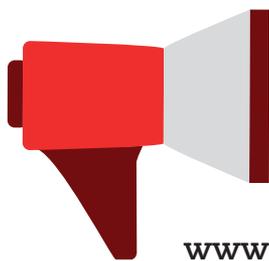


Pesquisa **FDC - RadCom**
Audiência das Rádios
Comunitárias de São Paulo



Divulga
RadCom SP

www.divulgaradcomsp.com.br



www.interacaofm.com.br



Forum
Democracia na
Comunicação

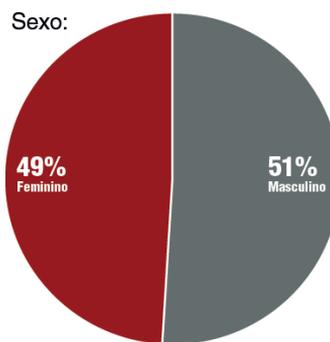
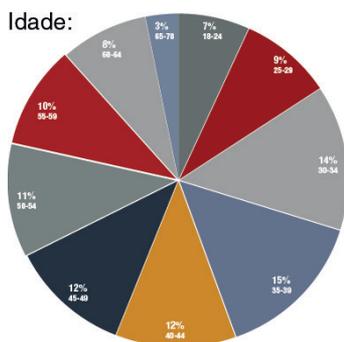


Sobre a pesquisa

A pesquisa Divulga Radcom é resultado da 3ª Edição do Programa Municipal de Fomento ao Serviço de Radiodifusão Comunitária para a cidade de São Paulo, da Secretaria Municipal de Cultura. O seu objetivo é entender como as rádios comunitárias estão inseridas no dia-a-dia dos ouvintes, verificando o engajamento, a relevância dos conteúdos produzidos pelas emissoras para as suas comunidades e avaliando a adequação da grade de programação, às expectativas da população paulistana.

Metodologia de Pesquisa

Perfil do Participantes



Pesquisa Qualitativa

Metodologia

A PESQUISA FDC / RADCOM utilizou metodologias qualitativas Focus Group (Grupos Focais / Discussões em Grupo) e EPs (Entrevistas em Profundidade). Foram utilizados roteiros, com tópicos previamente definidos, para caracterizar os ouvintes, levantando opiniões, hábitos etc.

Amostra

Foi utilizada uma amostra intencional para coletar informações qualitativas do universo dos ouvintes regulares de 19 emissoras comunitárias. Foram selecionados moradores dos bairros cobertos pelos sinais de cada uma das emissoras focadas na pesquisa.

Resultados:

Quando

- Quase todos os dias.
- Ida e vinda do trabalho para acompanhar notícias do bairro.
- Quem trabalha em casa ouve durante a tarde.
- Muitos ouvem a programação evangélica noturna.

Como ouve

- Rádio (quando em casa).
- Celular.

Interação

Whatsapp.

Mensagens pelo site.
Facebook.

Porque ouve

- Música.
- Ficar atualizado com questões do bairro.
- Acompanhar trânsito.
- Ouvir locutores evangélicos.

Programa/Locutores citados

- “do Edgar, de forró”.
- Louvores noturnos do pastor Edgar.
- Especiais sobre futebol de várzea, cultura geek, assuntos femininos.

Anúncios institucionais

Divulgação apenas do comércio local.

Avaliação da Programação

- Muito boa por ser eclética e atender todo gosto de música.
- Muitas informações sobre as questões do bairro.
- Ainda se preocupa em ter a “palavra de Deus” todas as noites.

Credibilidade

Existe desde sempre na comunidade. Muitos ouvem porque a família já ouvia e virou hábito, outros conheceram pela distribuição de adesivos em pedágios.

Diferencial é que fala a língua da comunidade.

Sobreposição

- Transamérica.
- 89 FM.
- Transcontinental.
- KISS.

Promoções

- Eventos com entrega de brindes.
- Sorteio de camisetas e brindes.
- Ações nos faróis do bairro (blitz).

Pontos positivos e oportunidades de melhoria

- Prestadora de serviço da comunidade.
- Aberta à interação. Pessoal interage para reclamar de iluminação, buracos, entulho, segurança.
- Tem programação bem diversificada para atender todo o público do bairro.
- Atende reclamações de moradores e tenta resolver com responsável na subprefeitura.
- Participa de eventos culturais do bairro.
- Projeto de samba: leva talentos da comunidade para tocar na rádio.

Pontos negativos

- Sintonia difícil. Pedem que a rádio aumente o sinal para ir mais longe e atender o público que não tem internet.

Recado

Aumentar seu alcance e melhorar a sintonia para chegar mais longe.

Pesquisa Quantitativa

Base: 100
Fonte: Total da Amostra da Rádio

Metodologia

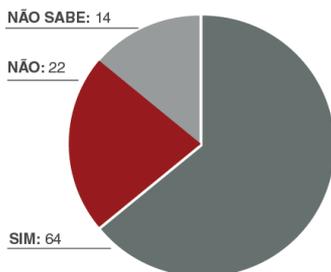
Quantitativa (questionário com perguntas fechadas)

Amostra

1.900 entrevistas para representar as 19 emissoras (100 entrevistas por rádio)

Resultados:

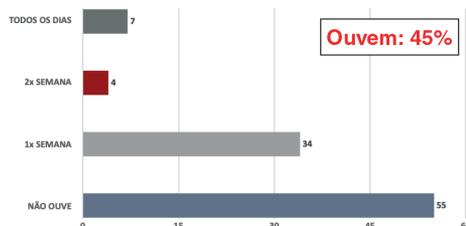
🔍 Conhece a Rádio?



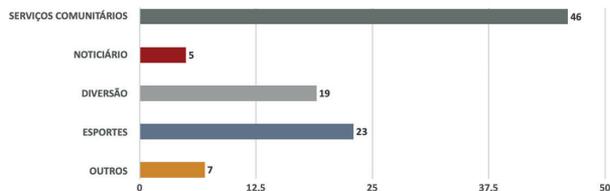
🎵 Rádios Comunitárias

- Toda comunidade deveria ter **63%**
- Importante no bairro **51%**
- Importante ter a Rádio Interação **47%**

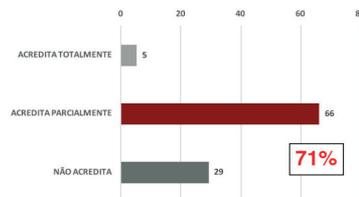
🕒 Com que frequência ouve a rádio?



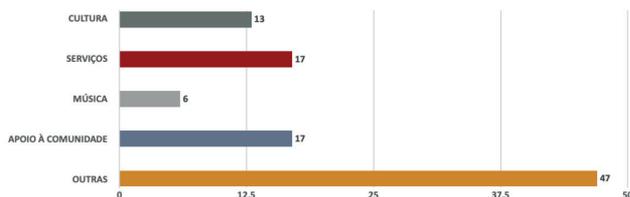
📣 O que gostaria de ouvir na Rádio Interação



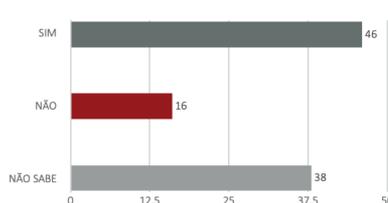
👁️ Credibilidade



☰ Razões para ter uma Rádio Comunitária



📺 Produtos e Serviços





Expediente:

Coordenação Geral:
Forum Democracia na Comunicação
Análise dos resultados e
apresentação das pesquisas:
Derli Pravato
Responsável pelas entrevistas e
aplicação de questionários:
André Torreta (McMann & Tate
Pesquisa e Eventos Ltda)
Criação e web designer:
Leila Cerqueira



**Forum
Democracia na
Comunicação**

www.democracianacomunicacao.com.br

