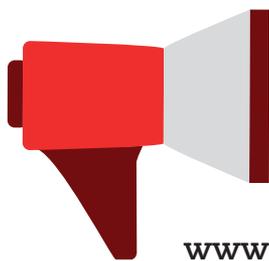


Pesquisa **FDC - RadCom**
Audiência das Rádios
Comunitárias de São Paulo



Divulga
RadCom SP

www.divulgaradcomsp.com.br



www.radioondafm.com.br



Forum
Democracia na
Comunicação



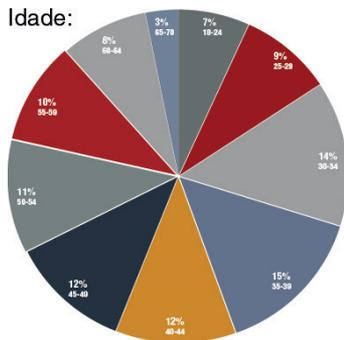
Sobre a pesquisa

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.

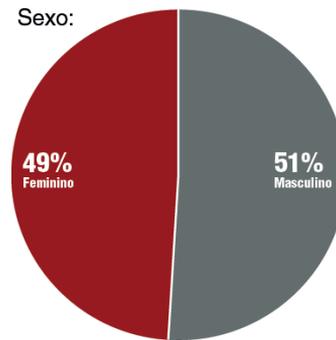
Metodologia de Pesquisa

Perfil do Participantes

Idade:



Sexo:



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

- Todos os dias úteis.
- Nos horários dos programas que mais gostam.

Como ouve

- Rádio.
- Aplicativo do celular (dependendo se está em casa ou não).

Interação

Whatsapp.
Facebook.

Porque ouve

- Para ouvir as notícias do bairro, conteúdo feito por pessoas que falam a mesma língua, que conhecem os problemas e as coisas boas do bairro.

Programa/Locutores citados

- “As velhinhas do Alê”.
- JB Oliveira.
- Paulo Torres.
- Show da Tarde.
- Samba & Pagode.
- Márcio Muniz.
- Samba da Onda.
- Robercley.
- Marcelinho.
- Lurdinha.
- Otacílio.



Anúncios institucionais

Ajuda comércios e empresas do bairro. Estimula comércio local e ajuda a comunidade.



Avaliação da Programação

- Gostam muito da programação e conhecem muito bem os programas e locutores.



Credibilidade

Locutores têm muita credibilidade porque todos se conhecem. Vivem a mesma realidade que os moradores, então passam muita segurança no que falam.



Sobreposição

- Transcontinental.
- Jovem Pan.
- Band News.



Promoções

- Sorteio de camisetas e kits da rádio.
- Sorteios especiais do Dia das Mães (cestas de café da manhã).



Pontos positivos e oportunidades de melhoria

- Interação dos locutores com a população.
- Lives no Facebook.
- Abrem espaço para que os moradores tenham voz.



Pontos negativos

- Poder público e comunidade deveriam ajudar a rádio para ela ter mais estrutura.



Recado

Rádio precisa crescer porque faz um trabalho muito importante para a comunidade.

Pesquisa Quantitativa

Base: 100
Fonte: Total da Amostra da Rádio

Metodologia

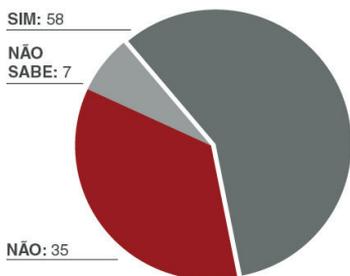
Quantitativa (questionário com perguntas fechadas)

Amostra

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

Resultados:

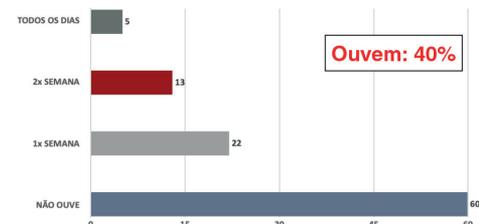
🔍 Conhece a Rádio?



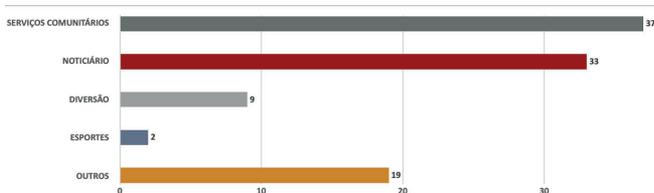
🎵 Rádios Comunitárias

- Toda comunidade deveria ter 65%
- Importante no bairro 58%
- Importante ter a Rádio Onda 75%

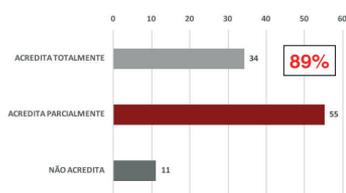
🕒 Com que frequência ouve a rádio?



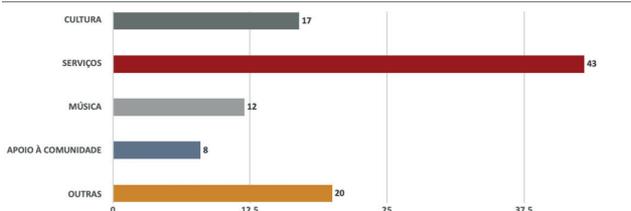
📣 O que gostaria de ouvir na Rádio Onda



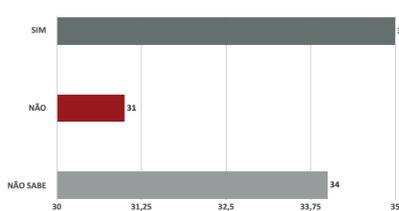
👁️ Credibilidade



☰ 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

