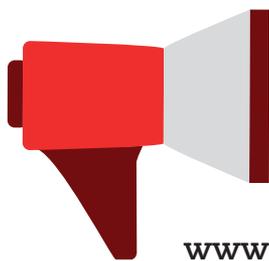


Pesquisa **FDC - RadCom**
Audiência das Rádios
Comunitárias de São Paulo



Divulga
RadCom SP

www.divulgaradcomsp.com.br



www.tiradentesfm.com.br



Forum
Democracia na
Comunicação

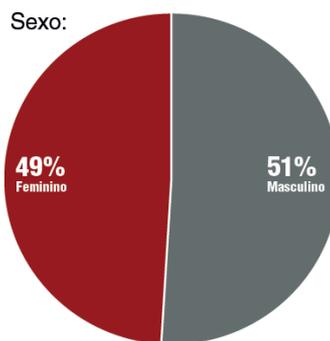
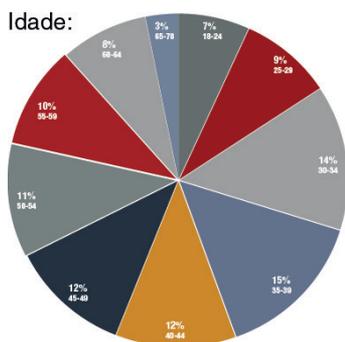


Sobre a pesquisa

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

- Tempo livre em casa, a caminho do trabalho, no trabalho mesmo.
- Quase todo dia mas há ouvintes apenas de fim de semana.

Como ouve

- Direto da Internet (via celular).
- Computador do trabalho.

Interação

Whatsapp (principalmente para pedir e dedicar músicas).

Porque ouve

- Variedade musical.
- Informação.
- Conteúdo comunitário.

Programa/Locutores citados

- Junior.
- Tony.

Anúncios institucionais

Anúncios mas não propaganda massiva como outras rádios.
Foco na divulgação do comércio local.

Avaliação da Programação

- Maior destaque são músicas mais ecléticas com vários gêneros musicais e informações úteis sobre o bairro.

Credibilidade

Grande credibilidade porque dá voz à comunidade.

Sobreposição

89 Rádio Rock.

Disney.

Jovem Pan.

Capital.

Transcontinental.

Transamérica.

Nova FM.

Alpha.

Promoções

- Tem promoções e concursos mas não tem destaque.

Pontos positivos e oportunidades de melhoria

- Serviços para a comunidade com informações sobre o bairro.
- Diversos cursos gratuitos.
- Eventos culturais locais.
- Distribuição de remédios.
- Vagas de empregos no bairro.
- Eventos locais de esportes (campeonatos de futebol).
- Ajudam muito o pessoal carente da região.
- O bairro em que a rádio está é uma cidade (tamanho e concentração de moradores) que precisa de voz e atenção. A rádio tem esse papel.

Pontos negativos

- Deveria ter mais incentivo e estrutura por atender um bairro tão grande e tão carente.

Recado

Agradecem a ajuda da rádio na divulgação de informações da comunidade e por dar voz às pessoas que moram no bairro.

Pesquisa Quantitativa

Base: 100
Fonte: Total da Amostra da Rádio

Metodologia

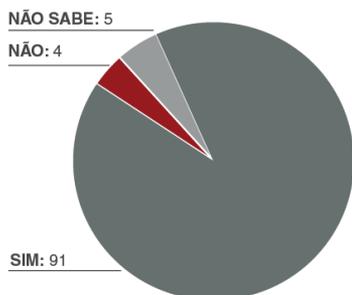
Quantitativa (questionário com perguntas fechadas)

Amostra

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

Resultados:

🔍 Conhece a Rádio?



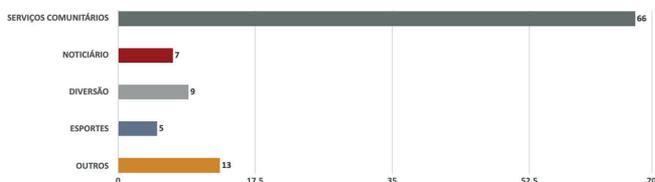
🎵 Rádios Comunitárias

- Toda comunidade deveria ter 95%
- Importante no bairro 93%
- Importante ter a Rádio Tiradentes 73%

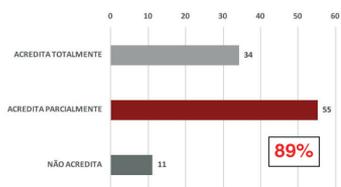
🕒 Com que frequência ouve a rádio?



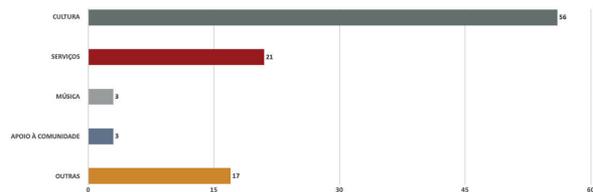
📣 O que gostaria de ouvir na Rádio Tiradentes



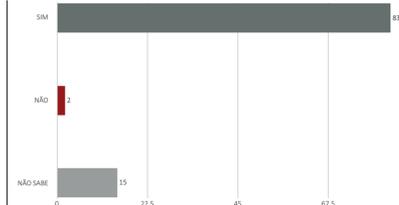
👁 Credibilidade



☰ 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

