



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - UNICEUB
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS - FATECS

GLEYSON NASCIMENTO DE OLIVEIRA

**AUDIÊNCIA, POTENCIAL E DEMANDA DE RÁDIO:
UM ESTUDO DE CASO NA REGIÃO DO LAGO NORTE – BRASÍLIA-DF.**

Brasília/DF
2013

GLEYSON NASCIMENTO DE OLIVEIRA

**AUDIÊNCIA, POTENCIAL E DEMANDA DE RÁDIO:
UM ESTUDO DE CASO NA REGIÃO DO LAGO NORTE - BRASÍLIA-DF.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário de Brasília UniCEUB, na forma monografia, como um dos pré-requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

Brasília/DF
2013

GLEYSON NASCIMENTO DE OLIVEIRA

**AUDIÊNCIA, POTENCIAL E DEMANDA DE RÁDIO:
UM ESTUDO DE CASO NA REGIÃO DO LAGO NORTE – BRASÍLIA-DF.**

Trabalho apresentado ao Centro
Universitário de Brasília UniCEUB, como
um dos pré-requisitos para obtenção do
grau de bacharel em Comunicação Social,
habilitação em Publicidade e Propaganda.

Brasília/DF, novembro de 2013

Banca examinadora:

Prof(a). JOANA D'ARC BICALHO FÉLIX
Orientador(a)

Prof(a). EDLA LULA
Examinador(a)

Prof(a). ANDRÉ RAMOS
Examinador(a)

AGRADECIMENTOS

A Deus, que me deu força e determinação para alcançar meus objetivos.

Aos meus pais, irmã, tias, avó e toda família que com muito carinho e apoio, não mediram esforços nesses três anos e meio, para que eu chegasse até esta etapa da minha vida.

A professora orientadora, JOANA D'ARC BICALHO FÉLIX, pelo carinho, dedicação, paciência e inspiração no amadurecimento dos meus conhecimentos que me levaram à execução e conclusão deste trabalho.

A professora de rádio jornalismo, Edla Lula, a professora de audiovisual, Tatyanna Braga e ao professor de direção de arte, André Ramos, pelo apoio no semestre de conclusão do curso, e a todos professores que fizeram parte desta formação.

Aos meus colegas e amigos, pelo incentivo e pelo apoio constante.

A todos aqueles, que de alguma forma colaboraram para a realização deste trabalho final de conclusão de curso.

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo retratar a Audiência, Potencial e Demanda de Rádio na Região do Lago Norte – DF, comprovando o tipo de programação radiofônica os moradores preferem ouvir. Como método, utiliza-se informações bibliográficas como propósito de conceituar e embasar o estudo de campo, seguido de pesquisa em documentos e dados, para, em campo, a partir de questionário, ir ao encontro dos objetivos do presente estudo. Os principais resultados obtidos mostram um bom índice de audiência junto à faixa etária pesquisada, a classificação da rádio local comparada às outras emissoras do Distrito Federal, a preferência de programação dos moradores, o estilo musical, o turno em que mais escuta e o local onde mais se ouve a rádio.

Palavras Chave: Rádio. Rádio Local. Audiência. Península FM.

ABSTRACT

This work aims to portray the Audience, Demand and Potential Radio in North Lake Region - DF, showing the kind of radio programming locals prefer to hear. As a method, it is used as bibliographic information purpose of conceptualizing and ground the field study followed research documents and data, for, in the field, from a questionnaire, to meet the objectives of this study. The main results show a good level of interest among the age group studied, the ranking compared to other local radio stations of the Federal District, the preemptive scheduling of residents, the musical style, turn it over and listen where more hear the radio.

Key Words: Radio. Local Radio. Audience. FM Peninsula.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	07
1 CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO	09
1.1 O RÁDIO NO BRASIL.....	09
1.2 TENDÊNCIAS DO RÁDIO.....	11
2.AUDIÊNCIA DE RÁDIO NO DISTRITO FEDERAL	13
2.1 PRINCIPAIS RÁDIOS DO DISTRITO FEDERAL.....	14
3 HISTÓRICO DA REGIÃO DO LAGO NORTE	19
3.1 RÁDIO PENINSULA FM.....	19
4 METODOLOGIA DE PESQUISA DO TEMA DO TRABALHO	22
4.1 PESQUISA DE CAMPO.....	22
4.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	23
4.2.1 Formulários.....	23
4.2.2 Entrevista.....	23
4.2.3 Questionário.....	24
4.3 TABULAÇÃO DOS DADOS.....	25
5RESULTADOS E ANÁLISES	26
5.1 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	33
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36
APÊNDICE A, FORMULÁRIO DA PESQUISA DE CAMPO EXPLORATÓRIA	39

INTRODUÇÃO

O rádio é o veículo de comunicação mais direto para informar notícias e tocar músicas. Mesmo com todas as transformações e novidades tecnológicas, consegue sobreviver ao longo destes anos devido a sua característica de fácil transmissão e estar presente nas residências de quase 90% da população brasileira. (CÉSAR, 2005). Portanto, a intenção principal desta pesquisa é aprimorar através da rádio local as informações do Lago Norte, bairro administrativo situado na capital federal Brasília – DF, com uma população de 32.379 habitantes, de renda per capita relativamente elevada, de classe média e classe média alta.

A questão principal da pesquisa é identificar que tipo de programação radiofônica os moradores desta região preferem ouvir.

O objetivo geral é compreender a audiência, o potencial e demanda para rádio na região do Lago Norte-DF.

Os objetivos específicos são: entender bibliograficamente o histórico, características e hábito de consumo do meio rádio; a oferta de emissora na região do Lago Norte, e as programações de maior audiência; as principais emissoras e programas consumidos por moradores do Lago Norte, na faixa etária escolhida como foco e compreender audiência, potencial e demanda para a rádio Península FM.

A metodologia da pesquisa é bibliográfica em fontes primárias e secundárias, seguida de uma pesquisa de campo em um estudo de caso com o uso de formulários com perguntas abertas e fechadas. Bem como entrevista por meio de roteiro pré-estabelecido junto à emissora objeto deste estudo.

No questionário para pesquisa de campo, os dados apontam o mais próximo possível dos resultados, com perguntas sobre qual a programação radiofônica os moradores da região preferem ouvir, em seguida é elaborado um relatório com os dados obtidos convertidos em gráficos, para mensurar o resultado da pesquisa.

Após identificada a faixa etária de maior audiência entre os moradores da região, optou-se aplicar a pesquisa de campo para pessoas na faixa etária entre 40 a 55 anos, em dois supermercados: Pão de Açúcar, Super Maia e em uma academia (Smart Fit), para analisar e avaliar o interesse sobre rádio.

A importância do trabalho é melhorar a programação e as informações diárias sobre a região do Lago Norte, por meio da rádio local Península FM, onde os

moradores que se deslocam aos supermercados, academias, floriculturas, trabalho, entre outros, possam sintonizar as notícias locais sobre reuniões, eventos e informações em geral, no rádio do carro, da residência, internet, entre outros. Como morador do Lago Norte, entusiasta do rádio e bem como por trabalhar com rádio, tive a curiosidade de pesquisar e compreender o tema e resultados desta pesquisa, para adquirir maiores conhecimentos sobre o estudo de audiência, potencial e demanda de rádio.

Este trabalho divide-se em seis capítulos: características do rádio, audiência de rádio no Distrito Federal, histórico da região do Lago Norte, metodologia de pesquisa do tema do trabalho, resultados e análise dos resultados e considerações finais.

O primeiro aborda as características do rádio e três subcapítulos: O rádio no Brasil; Publicidade no rádio e as tendências do rádio.

O segundo capítulo aborda a audiência de rádio no Distrito Federal e um subcapítulo sobre as principais rádios do Distrito Federal.

O terceiro capítulo traz o histórico da região do Lago Norte – DF, e um subcapítulo sobre a Rádio Península FM.

O quarto capítulo aborda a metodologia de pesquisa do tema do trabalho e seis subcapítulos: Pesquisa de campo; Técnicas de coleta de dados; Formulários; Entrevista; Questionário e tabulação dos dados.

O quinto capítulo resultados e três subcapítulos com: A análise dos resultados; Descrição passos e análise das entrevistas.

O último capítulo traz a conclusão do trabalho desenvolvido, analisando os resultados da pesquisa de campo, observando todos os passos seguidos e os objetivos propostos para chegar aos resultados finais, comprovando ou não o tipo de programação radiofônica os moradores da região preferem ouvir e a perspectiva para a rádio local, Península FM.

1 CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO

O rádio conduz por meio de ondas eletromagnéticas comunicação, atingindo uma elevada demanda de ouvintes, anônimos e heterogêneos. Tem a possibilidade de atingir uma grande área de cobertura.

Nos anos 2000, o rádio teve um elevado crescimento, isso se deve muito às constantes mudanças no cotidiano das pessoas, um exemplo disso é o tempo que as pessoas passam no trânsito das grandes cidades. Através de sua versatilidade é possível ter informação em tempo real por ondas via satélite. Reúne os mais diferentes públicos, e classes sociais de forma simples com conteúdo e sons diversificados para cada tipo de gosto. Outra grande característica do rádio é sua unissensorialidade, que possibilita ao ouvinte a capacidade de fazer outras coisas enquanto escuta o rádio. (CÉSAR, 2005).

Para Neuberger (2012), atualmente o rádio destaca características importantes e fundamentais que vem melhorando a cada ano quanto, a sua portabilidade, público geograficamente variável, o consumo paralelo a outras atividades, maior alcance aos milhões de ouvintes, a proximidade e fidelização, maior número de recursos para chegar a um acontecimento. A notícia tem se tornado cada vez mais o produto principal do rádio, maior acessibilidade por meio das novas tecnologias aos ouvintes, melhoria dos sinais de transmissão possibilitando sintonia nas regiões mais distantes das cidades, inovação nos equipamentos de transmissão mais simples, móveis e de transmissão rápida. Cada vez mais o rádio vai saindo do analógico e se aproximando da total qualidade digital, esperamos que, em um futuro próximo toda a rede de emissoras radiofônicas tenham o sinal digital, podendo assim transmitir mais qualidade sonora a seus ouvintes.

1.1 O RÁDIO NO BRASIL

O rádio teve início no Brasil em 1892, as primeiras experiências com a radiodifusão no Brasil iniciam-se no interior de São Paulo com o Padre Roberto Landell de Moura. Usando uma válvula amplificadora e três eletrodos, produzidos por ele mesmo, o que permitia transmissão e receptação da voz através do espaço.

O primeiro meio de comunicação direta entre repórter e ouvinte foi através do rádio. A imprensa escrita desempenhava um papel importante, mas o rádio conseguia fazer com que os ouvintes se sentissem mais próximos dos jornalistas que transmitiam as informações.

A primeira transmissão de rádio no Brasil aconteceu no dia 7 de setembro de 1922, na inauguração da Exposição Internacional do Rio de Janeiro, onde era comemorado o Centenário da Independência. O público presente escutou as transmissões por meio de alto-falantes. A população brasileira ouvia pela primeira vez o pronunciamento através do rádio do então Presidente da República, Epitácio Pessoa. (CÉSAR, 2005).

Além disso, a *Westinghouse International Company* (estação transmissora) distribuiu 80 receptores às autoridades civis e militares. Assim, o som das emissões foi captado em diversos pontos da então capital federal, como o Palácio do Catete e alguns prédios públicos. Foram transmitidos o discurso do presidente da República, além de trechos de *O Guarani*, de Carlos Gomes, apresentado no Teatro Municipal, que chegaram a ser ouvidos mesmo em outros estados, como registrou a imprensa da época. (FERRARETTO, 2004, p.94)

À expansão radiofônica teve um grande impulso na década de 30, momento em que o país passava por várias mudanças na indústria elétrica e fonográfica, onde proporcionou o auge do rádio como veículo de comunicação de massa.

O rádio ganhou a primeira radio novela chamada *Em busca da felicidade* no ano de 1941. Tendo como responsável pela tradução e adaptação do texto original do cubano Leandro Blanco, Gilberto Martins. O primeiro noticiário era marcado pelo *Repórter Esso*. Surgia então o radiojornalismo, transmitido pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro. (CÉSAR, 2005).

O radiojornalismo cresce em importância durante a Segunda Guerra Mundial. No espírito da aproximação brasileira com os Estados Unidos, irrompe nos receptores o *Repórter Esso*, identificado por uma característica musical e textos de abertura que ficariam na memória de milhares de ouvintes em todo o país: - *Prezado ouvinte, bom dia. Aqui fala o Repórter Esso, testemunha ocular da história, apresentando as últimas notícias.* (FERRARETTO, 2004, p.127)

Nomes importantes da música brasileira surgiram no rádio, como Carmem Miranda, Noel Rosa, Emilinha Borba, Silvio Caldas, Moreira da Silva, Ciro Monteiro, Francisco Alves, Marlene e Orlando Silva. O rádio também era criticado por alguns

que acusavam de não ter a mesma credibilidade dos jornais, mesmo assim ele marcou a história dos artistas brasileiros. (FERRARETO, 2004)

Às primeiras emissoras de frequência modulada (FM) do país surgiu em 1968. No ano de 1977 foi inaugurada no Rio de Janeiro a Rádio Cidade FM, líder de audiência na década de 1980. Em 1990 a Rádio Bandeirantes formou a primeira rede nacional de rádio via satélite. No ano de 1996 o destaque é o lançamento da primeira rádio só de notícias em frequências modulada, CBN – FM. No mesmo ano o governo enviou ao Congresso Nacional o projeto de lei para a regulamentação do funcionamento das rádios comunitárias. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no ano de 1992 o percentual de residências com aparelhos de rádio chega a 84,9%, mais tarde em 1997 tem um aumento significativo chegando a 90,3%. No ano 2000 surgiu às rádios web, que transmitem programações no formato radiofônico pela internet. (CÉSAR, 2005).

1.2 TENDÊNCIAS DO RÁDIO.

Nas últimas décadas se teve um grande avanço e evolução das tecnologias, por conta disso o rádio não ficou para trás, ao contrário, considera se hoje um veículo de comunicação fundamental, por agrupar suas características de factualidade e mobilidade e por suas inovações tecnológicas.

Para César (2005) o rádio vem passando por um novo contexto, e para ser inserido a isso os produtores e editores de conteúdo são levados a um desafio de, repensar o veículo, seus ouvintes, as estratégias de narrativas, as melhorias e suportes de transmissão, e de fatores muito importantes como os gêneros e programações radiofônicas.

Atualmente as produções radiofônicas são compostas por uma narração multimídia, direcionada aos ouvintes, sempre buscando demandas de tempo, linguagem, locução, disponibilização, forma e conteúdo. Porém é uma área a ser explorada por comunicadores no mercado do rádio e por pesquisadores na academia.

Segundo dados publicados em 14 de fevereiro de 2013 pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), 88,1% das residências do país tem rádio, perdendo apenas para televisão, que está em cerca de 97% dos domicílios brasileiros.

A Abert também diz que o principal desafio para o rádio brasileiro nos próximos anos é a total implantação do sistema de sinal digital. Em julho de 2012, o Ministério das Comunicações realizou vários testes com padrões de alta definição HD (*high definition*) de rádios americanas e padrões europeu. No entanto após os testes e análises, o resultado da área de cobertura do sinal digital não foi completamente satisfatório e por isso novos testes terão que ser realizados.

Com a digitalização do rádio, o sinal poderá ser recebido diretamente em *tablets*, televisores, telefones celulares, computadores, entre outros. Possibilitando assim recursos como o envio de informações sobre o canal em que o ouvinte está sintonizado, por meio de mensagens de texto, que poderão ser lidas no visor do próprio aparelho. Possibilitara também melhor qualidade de áudio nos aparelhos receptores. ¹

¹ Disponível em <http://www.opovo.com.br/app/tendencias>. Consultado em 11 de outubro de 2013.

2 AUDIÊNCIA DE RÁDIO NO DISTRITO FEDERAL

A audiência de rádio é obtida através de entrevistas chamada de *recall* (retrospectiva), onde se descobre nas últimas 48 horas as emissoras de rádio mais ouvidas.

A pesquisa é realizada com pessoas acima de 10 anos, residentes em domicílio nas áreas urbanas, de ambos os sexos e de todas as classes sociais, feita trimestralmente todos os dias, tanto em finais de semana como feriados.

As informações colhidas passam por um processo automático de verificação e depois são transmitidas por um sistema de produção de dados dificultando qualquer erro de registro.

As entrevistas são realizadas por pesquisadores do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), que são diariamente treinados, eles coletam e em seguida fornecem uma análise sobre o perfil dos ouvintes, locais de maior audiência e as emissoras mais escutadas. Para que esses dados obtidos sejam certificados passam por uma nova checagem das informações antes da formatação e disponibilização no software de análise (programa de computador).

O IBOPE não mede a audiência de rádio online, mas mede importantes índices utilizando a ferramenta *TagWave*, uma ferramenta de análise que mensura e obtém relatórios com informações de tráfego, concorrentes de determinada rádio, consumo de conteúdo e como emissoras online consomem o *live streaming* (transmissão ao vivo de dados). O *TagWave* ainda traz dados como: informações online, visita de páginas, frequência média evolução de visitantes e tempo total e médio por visita. (IBOPE, 2013).

Em forma demonstrativa de tabulação em audiência, a seguir se tem uma tabela com dados de audiência em porcentagem feita pelo IBOPE no Distrito Federal publicada em maio de 2013.

Fonte: Easymedia Rádio - Praça: Distrito Federal – Todos os dias, das 05 às 00h – Dados apresentados: Índices de audiência em porcentagem (%).

Informações referentes ao período de: 01 de janeiro de 2013 a 30 de abril de 2013.

Data da publicação: 12 de maio de 2013.

Tabela 1: Dados de audiência do rádio no Distrito Federal.

DISTRITO FEDERAL			
PERÍODO	TOTAL RÁDIO	TOTAL AM	TOTAL FM
	ÍNDICE DE AUDIÊNCIA	ÍNDICE DE AUDIÊNCIA	ÍNDICE DE AUDIÊNCIA
	%	%	%
NOV/2012 A JAN/2013	12,91	0,42	12,49
DEZ/2012 A FEV/2013	12,32	0,39	11,93
JAN/2013 A MAR/2013	12,13	0,40	11,73
FEV/2013 A ABR/2013	12,51	0,44	12,07

Fonte: Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística - IBOPE

2.1 PRINCIPAIS RÁDIOS DO DISTRITO FEDERAL

A pesquisa também destaca e mostra informações de algumas das principais rádios do Distrito Federal.

- Rádio CBN Brasília FM 95,3 / Brasília-DF

Central Brasileira de Notícias – CBN é uma rede de rádio brasileira, pertencente ao Sistema Globo de Rádio. Tem o formato de rádio *all-news*, ou seja, com programação jornalística 24 horas por dia, com noticiários nacionais, debates em português e transmissões de futebol.

Principal público pessoas de 30 a 65 anos

Fundação em 01 de outubro de 1991, 22 anos de existência.
- Rádio Nacional FM 96,1 / Brasília-DF

A Nacional foi a primeira emissora FM de Brasília, entrando no ar em 1976. Sua programação tem como destaque o melhor da música popular brasileira (MPB) tradicional e contemporânea, música instrumental, os novos talentos, informação de qualidade e a música de artistas de Brasília

Principal público pessoas de 25 a 65 anos

Ano de Fundação 1976, 37 anos de existência.

- Band News FM 90.5 / Brasília-DF

A Band News FM faz parte do grupo Bandeirantes de Comunicação, tem um programação voltada a informações, boletins locais a cada 20 minutos durante todo dia, sempre nos minutos 11, 31, e 51 de cada hora. Apresenta um jornalismo dinâmico, inteligente, com linguagem ágil e jovial e credibilidade.

Principal público pessoas de 25 a 55 anos.

Fundação em 17 de Junho de 2007, 6 anos de existência.

- Rádio Executiva FM 101,7 / Brasília-DF

Foi fundada em 1980, com o nome de Jornal de Brasília FM uma rádio popular que tocava todos os estilos, a partir de 1º de março de 2002, passou se chamar Executiva FM,destacando em sua programação o melhor da MPB e informações de qualidade.

Principal público pessoas de 25 a 55 anos

Ano de Fundação 2002, 11 anos de existência.

- Rádio Verde Oliva FM 98,7 / Brasília-DF

A Rádio Verde Oliva FM, emissora da Fundação Cultural Exército Brasileiro, foi fundada em junho de 2002, a rádio tem uma programação que busca promover os valores cívicos e culturais do Brasil. Nesse contexto a Música Popular Brasileira é prioridade, bem como as notícias nacionais, internacionais, militares e de utilidade pública são elaboradas com base nas principais agências de notícias do Brasil e do mundo.

Principal público pessoas de 25 a 55 anos

Fundação em 12 de junho de 2002, 11 anos de existência.

- Rádio Câmara FM 96,9 / Brasília-DF

A Rádio Câmara FM iniciou suas transmissões em Brasília em 20 de janeiro de 1999 para dar transparência aos trabalhos da Câmara dos Deputados. A emissora foi criada pela Resolução número 22 de 1997. Desde então, a emissora oferece aos ouvintes a transmissão ao vivo das votações em Plenário, a cobertura jornalística das atividades parlamentares, programas voltados à formação de cidadania, campanhas de utilidade pública, radio

novelas, além de uma programação cultural e musical comprometida com a diversidade do país.

Principal público pessoas de 25 a 65 anos

Fundação em 20 de janeiro de 1999, 14 anos de existência.

- Rádio Senado 91,7 FM / Brasília-DF

A Rádio Senado surgiu com o intuito de articular uma série de iniciativas desenvolvidas pelo Senado Federal, como o Jornal do Senado produzido para a Voz do Brasil, os boletins telefônicos veiculados por meio de ligação gratuita e o serviço de som do Senado, conhecido como Dim-Dom, pelo qual é veiculado o áudio das Sessões Plenárias, os avisos de interesse do público interno e música brasileira. Assim sua programação caracteriza-se com informações sobre administração pública governamental, debates e músicas popular brasileira.

Principal público pessoas de 25 a 65 anos

Fundação em 29 de janeiro de 1997, 16 anos de existência.

- Rádio Justiça FM 104,7 / Brasília-DF

A Rádio Justiça é uma emissora pública de caráter institucional do Poder Judiciário administrada pelo Supremo Tribunal Federal (STF). Sua programação apresenta MPB e informações sobre direito e justiça. Os estúdios da Rádio Justiça estão localizados no subsolo do Edifício Sede do Supremo, na Praça dos Três Poderes.

Principal público pessoas de 25 a 65 anos

Fundação em 29 de maio de 2007, 6 anos de existência.

- Rádio Antena 1 FM 93.7 / Brasília-DF

A programação da Rádio Antena 1 é dedicada essencialmente à música internacional contemporânea e *classic hits*, compondo um repertório especialmente preparado para satisfazer o gosto musical apurado e exigente dos seus ouvintes.

Principal público pessoas de 25 a 55 anos

Fundação 1 de janeiro de 1994, 19 anos de existência.

- Radio Mix FM 88,3 / Brasília-DF

A Rádio Mix FM Brasília é uma rádio que têm uma programação voltada para o público jovem, com ritmos do pop, rock e eletrônico. Faz parte da rede Mix de Rádio que é a segunda maior rede jovem pop do Brasil em afiliadas e faturamento, atrás apenas da rival Jovem Pan FM.

Principal público pessoas de 15 a 25 anos

Fundação 6 de janeiro de 2006, 7 anos de existência.

- Rádio Jovem Pan FM 106,3 / Brasília-DF

A Jovem Pan FM Brasília é uma emissora de rádio que transmite a programação da Rádio Jovem Pan 2 FM de São Paulo e conteúdo local. A rádio opera desde 1996 no DF e tem uma programação voltada para o público jovem. Mesclada com um toque de Pop nacional e internacional, Hip Hop e vinhetas ultramodernas, a Jovem Pan FM conquista, diariamente, milhares de ouvintes no Brasil.

Principal público pessoas de 15 a 25 anos.

Fundação 5 de julho de 1996, 17 anos de existência.

- Rádio Transamérica FM 100,1 / Brasília-DF

A rádio Transamérica FM Brasília, opera no estilo pop, com uma programação musical que destaca os gêneros pop, rock e *black*. Também se destaca por sempre está utilizando uma linguagem irreverente e bem humorada em sua programação.

Principal público, classes socioeconômicas A, B e C, de 20 a 34 anos.

Fundação 25 de janeiro de 1990, 23 anos de existência.

- Rádio Club FM 105, 5 / Brasília-DF.

A Clube FM Brasília é uma emissora líder em todo Distrito Federal, pertence ao grupo Diários Associados de qual fazem parte ainda, os jornais Correio Braziliense, e Aqui DF, a TV Brasília, os sites Correio Braziliense e Correio Web. É a única rádio do país com um veículo chamado de ônibus clube-mob especialmente projetado para transmissões via satélite.

Sua programação segue da música brasileira popular, axé, *house*, funk, hip-hop, dance, sertanejo pop e jornalismo.

Principal público, classes socioeconômicas A, B, C, D, E, de 15 a 55 anos.
Fundação 11 de Novembro de 1982, 31 anos de existência.

- Nova Aliança FM 103,3 / Brasília DF

A rádio Nova Aliança tem uma programação de informações e músicas religiosas católicas, fazendo também transmissões de missas. Desempenha uma missão de evangelizar e transmitir a palavra de Deus nos lares.

Principal público pessoas de 45 a 65 anos

Fundação em 9 de Julho de 2002, 11 anos de existência.

- Rádio Península FM 98,1 / Lago Norte - Brasília DF

A rádio Península Norte toca músicas que foram sucesso e não possuem mais espaço nas emissoras tradicionais. Têm em sua programação sucessos nas paradas musicais dos anos 30, 40, 50 e 60 (Anos Dourados), 70, 80, 90 (Jovem Guarda) nacionais e internacionais e grandes nomes da MPB. Além disso, atende o público do Lago Norte que busca uma programação de qualidade.

Seu diferencial está nos programas musicais, onde toca sucessos que marcaram época, programação que dificilmente se tem em outras rádios do Distrito Federal.

Principal público pessoas de 40 a 65 anos

Fundação 1º de outubro de 2006, 8 anos de existência.

3 HISTÓRICO DA REGIÃO DO LAGO NORTE

Situado em Brasília Distrito Federal, o bairro Lago Norte se chamava, Península Norte, mas logo após a existência do Lago Sul, e pôr a região ser também banhada pela represa artificial do Distrito Federal Lago Paranoá, seu nome passou por esta alteração.

A região é composta por um Centro de Atividades, localizado na entrada do bairro, com uma área voltada ao comércio, obtendo três shoppings: Península Shopping, Deck Norte e o Iguatemi que atrai um público sofisticado de toda região do Lago Norte e demais regiões de Brasília-DF.

O bairro divide-se em quadras do lago (QL) e quadras internas (QI), ainda possui um setor de mansões, um núcleo rural e o centro de atividades (CA). O Lago Norte também é referência em termos de infraestrutura e segurança pública.

A região tem uma população de 32.379 habitantes, de classe média e classe média alta. De acordo com a Companhia de Planejamento do DF (Codeplan) a região tem predominância feminina com 52,4%, cerca de 63,1% dos moradores têm ensino superior completo e 47,9% da população é empregada no setor público. A população da região tem uma faixa etária elevada, mais da metade, 56,4% da população está acima dos 40 anos, 19,8% tem mais de 60 anos e as crianças e adolescentes chegam à média de 10%.

Toda região conta apenas com uma rádio local chamada Península FM 98,10 *Mega Hertz* (Mhz, unidade de frequência). ²

3.1 RÁDIO PENÍNSULA FM

A rádio foi fundada em 1 de outubro de 2006 pelo jornalista e radialista Nilson Gonçalves. Tem como objetivo principal divulgar músicas de sucesso que não tocam mais nas rádios tradicionais, tem uma programação dos anos dourados (30,40,50 e 60), Jovem Guarda anos (70 e 80) e grandes nomes da MPB, também traz algumas informações sobre cultura e eventos da região.

Além disso, procura atender o público do Lago Norte que busca uma programação de qualidade. ³

Após visita na rádio, através das informações coletadas segundo passadas pelo Sr. Nilson Mendes, atendente e técnico da rádio, constatou-se que a mesma possui uma audiência considerada relativamente boa em toda região do Lago Norte

– DF, chegando a uma média de 79% de audiência numa escala de 0 a 99%, índice medido mensalmente através de programa específico de dados online, analisados pela empresa *Newsom*, responsável pelo sistema de automação da programação, ou seja, quando solicitada pela própria rádio tem autorização, para automatizar e botar no ar uma programação pré-estabelecida durante um período.

O público prioritário ao qual a programação está dirigida são moradores, na maioria aposentados, residentes há muito tempo na região.

A rádio também disponibiliza espaços para informativos gratuitos como, procura de animais desaparecidos, eventos culturais, missas e reuniões. Já o espaço para comercialização de propagandas, *spots* e *jingles* é feito somente para o comércio da região, com custo variável, dependendo do tempo e período a ser divulgado, geralmente a maioria das comercializações são spots de trinta segundos com custo de cinquenta reais, para ir ao ar em dois turnos do dia, duas vezes da semana. Tem uma demanda de procura média, chegando por volta de quinze anúncios por mês na maioria das vezes solicitados pelos mesmos anunciantes. Os principais são: supermercado Super Maia, Academia *SmatFit*, assistência de informática Infopc, Floricultura Quituarte, espaço de eventos Pathernon e Cenariun, clínica veterinária e Pet shop banho e tosa, Padaria Pães e Vinhos, entre outros. A rádio não faz nenhum tipo de *merchandising*. Na comercialização, a rádio não enfrenta quase nenhuma dificuldade, pois todos os clientes anunciantes efetivam pagamento do seu anúncio no ato da solicitação da propaganda, e também por ser a única rádio local registrada e existente na região, não se tem nenhum concorrente direto.

Os programas de maior audiência são os do período da manhã, com uma programação de bossa nova, das 06h às 07h, na era do disco de 07h às 09h, vinil de 09h às 10h, para sempre MPB de 10h às 12h e nova MPB de 12h às 14h. Observando que os anúncios, informações e divulgações, são apresentados nos intervalos comerciais de cada programação.

As análises feitas pela rádio sobre a demanda de seus ouvintes são apresentadas por programa de computador que coleta e mostra os dados dos locais com maior índice de audiência pelo fato da rádio ter uma sintonia com alcance médio de frequência, não chegando a outras regiões do Distrito Federal, a região do Lago Norte – DF sempre é a primeira região em audiência da rádio. Comprovando assim, que os ouvintes da rádio são os próprios moradores da região.

A área de abrangências da Península FM tem alcance em toda região do Lago Norte – DF, incluindo os condomínios, setor de mansões e setor de chácaras. Tem maior penetração no rádio dos carros, seguida das residências.

Com o avanço das tecnologias e a disponibilidade de acesso a conexões de rede, a internet impactou de forma positiva para a rádio, gerando a opção de ouvir a rádio online pelo site da emissora, peninsulafm.com.br, com programação ao vivo, e com a vantagem de poder ouvir jingles gravados e notícias passadas de forma textual e sonora.

A rádio tem participação de ouvintes no formato de gravação, pois disponibiliza um portal de voz, com mais de 300 linhas que funciona 24 horas por dia, onde o ouvinte liga, para fazer seu pedido musical, participar das enquetes da rádio, fazer sugestões e críticas. O portal tem uma equipe que confere diariamente as mensagens deixadas pelos ouvintes.

A emissora está localizada no Centro de Atividades 02, bloco C, estúdios 304 e 305 do Lago Norte – DF. O contato para ouvinte está disponível no telefone: 3481-0098 e no endereço eletrônico da rádio, radio@peninsulafm.com.br.

² Disponível em <http://www.lagonorte.df.gov.br> Consultado em 11 de outubro de 2013.

³ Disponível em <http://www.peninsulafm.com.br/category/programacao> Consultado em 11 de outubro de 2013.

4 METODOLOGIA DE PESQUISA DO TEMA DO TRABALHO

Após o estudo bibliográfico em fontes primárias e secundárias, foi feita uma revisão dos possíveis instrumentos de coleta de dados existentes, para chegar ao método que irão atender os objetivos deste estudo. Após revisão constatou-se que a pesquisa de campo exploratória com aplicação de formulários seria o meio de chegar mais próximo aos resultados, obtendo uma maior abrangência sobre o assunto determinado, os objetivos propostos, os tamanhos da amostra, tabulação e análise dos dados.

A identificação do método para definir o meio de coleta de dados foi feita a partir do estudo dos métodos existentes, descritos a seguir.

4.1 PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa de campo é uma fase que é realizada após o estudo bibliográfico, para que o pesquisador tenha um amplo conhecimento sobre o assunto, pois é nesta etapa que define os objetivos da pesquisa, as hipóteses, definir qual é o meio de coleta de dados, tamanho da amostra e como os dados serão tabulados e analisados. As pesquisas de campo dividem-se em, (MARCONI; LAKATOS, 1996):

a) Quantitativas–Descritivas: Tem como objetivo conferir hipóteses, delinear um problema, utilizar uma investigação empírica e obter isolamento de variáveis principais. Usam-se técnicas de coletas de dados que podem ser elaboradas através de questionários, formulários, entrevistas etc. (MARCONI; LAKATOS, 1996).

b) Exploratórias: Auxilia o pesquisador a aprofundar seus conhecimentos sobre o assunto. Serve de base para uma futura pesquisa, facilita na estruturação de um questionário e formulação dos problemas da pesquisa. Tem como objetivo delinear um projeto final, estudar em cima de outras pesquisas já realizadas verificando métodos e resultados. Pode ser utilizado na pesquisa exploratória os questionários, as coleta de dados, as entrevistas, etc. (MATTAR, 1996).

c) Experimentais: Funciona a partir de experiências utilizando projetos. Tem como objetivo lapidar uma hipótese tipo causa-efeito, a partir dos fatores seleção de

amostra probabilística, grupo de controle, manipulação de variáveis. Pode ser realizada tanto no estudo de campo, visando aspectos da sociedade, como também no laboratório, estudando pessoas, animais ou minerais em ambientes controlados. É considerado o tipo de pesquisa mais difícil, porém a mais exata em seus resultados. (MARCONI; LAKATOS, 1996).

Como o objetivo desta pesquisa é verificar a audiência, o potencial e demanda para rádio Península Norte FM 98,10 MHz, única rádio existente na região do Lago Norte-DF, ela é considerada de natureza exploratória.

4.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Para Oliveira (1997), a escolha do método e técnica utilizada, depende de qual será a pesquisa, qual seu objetivo, quais recursos disponíveis, da equipe, dos elementos que serão utilizados no campo da investigação e dos recursos financeiros disponíveis.

A pesquisa selecionou duas técnicas, que foram usadas para atender os objetivos do estudo: entrevista e formulário.

4.2.1 FORMULÁRIOS

Técnica realizada com questões elaboradas, contendo perguntas abertas e fechadas, as perguntadas são anotadas por um entrevistador, consiste em questionário usado para uma entrevista pessoal, não necessariamente *face a face*, mas pode ser realizado também por telefone ou correio, de modo que será autopreenchido, desta maneira não é apenas uma lista de questões, pois irá depender da forma de comunicação que será utilizada. Mattar (1996).

4.2.2 ENTREVISTA

O processo da entrevista é caracterizado por ter um entrevistador que realizará perguntas e anotará as respostas. Pode ser feita por telefone, pessoalmente, individual ou em grupo. (MATTAR, 1996).

Segundo Marconi; Lakatos (1996) a entrevista pode ser de três tipos:

a) Padronizadas (estruturadas): o entrevistador não pode alterar nenhuma das perguntas, ou criar novas, são formulários com questões fechadas.

b) Despadronizada (não estruturadas): os formulários usam questões abertas e o entrevistador pode formular novas questões, durante a entrevista.

c) Paineis: As entrevistas são realizadas de período em período. Segundo Mattar (1996), os formulários usados nas entrevistas podem ser disfarçados ou não. No caso dos formulários não disfarçados, o entrevistador sabe qual o objetivo da pesquisa, enquanto nos disfarçados ele não sabe.

Dentre os benefícios da metodologia das entrevistas, o entrevistador pode tirar dúvidas e explicar as questões, permite também identificar os desacordos. Além disso, a entrevista permite um bom controle da coleta de dados com alto número de respostas, gerando assim uma grande quantidade de dados coletados. (MATTAR, 1996).

As desvantagens que o método das entrevistas pode apresentar são problemas de comunicação entre entrevistador e entrevistado e o tempo que a entrevista consome. Além disso, a presença do entrevistador e a não garantia de anonimato pode influenciar na resposta do entrevistado. (MATTAR, 1996).

4.2.3 QUESTIONÁRIO

O questionário é um conjunto de perguntas, que a pessoa lê e responde com ou sem a presença de um entrevistador. Ele pode ser aplicado pessoalmente ou pode ser enviado via e-mail, fax, correio, Internet, etc.

Os questionários podem ser de quatro tipos diferentes:

a) Estruturado não disfarçado: o respondente sabe qual é o objetivo da pesquisa, e o questionário é padronizado, usando questões fechadas.

b) Não estruturado: não disfarçado, neste caso utiliza-se tanto questões abertas quanto fechadas e o respondente sabe qual é o objetivo da pesquisa.

c) Não estruturado disfarçado: usa técnicas projetivas do tipo completar sentenças. É um modelo usado para conseguir as informações, sem que o respondente saiba a finalidade da pesquisa (MATTAR, 1996).

d) Estruturado disfarçado: tenta através da tabulação e cruzamento de informações, encontrar a importância de um assunto para a pessoa, de forma indireta. (MATTAR, 1996).

4.3. TABULAÇÃO DOS DADOS

Após o término da aplicação dos formulários, antes de realizar sua análise, se tem a verificação dos dados, codificação e tabulação. Segundo MATTAR (1996), verificação incide em avaliar se todas as questões foram respondidas, se as respostas abertas estão escritas legivelmente no caso do entrevistado ter respondido, se o texto é compreensível, se o respondente entrevistado seguiu corretamente as instruções de preenchimento e se existe consistência nas respostas.

A codificação é a técnica utilizada para categorizar os dados que se relacionam. Dessa forma, os dados são transformados em símbolos, para serem tabelados (OLIVEIRA, 1997). As questões fechadas não serão codificadas são diretamente tabuladas. A tabulação significa organizar os dados em tabelas, para serem analisados em um processo de análise estatística.

Segundo Mattar (1996) a tabulação pode ser feita manualmente, mecânica, eletrônica ou parcialmente manual e eletrônica.

Neste trabalho foi realizado a tabulação eletrônica, onde cada questão foi recriada em tabelas no *Excel*, existindo uma coluna, para cada opção de respostas das questões abertas e fechadas. Os dados estão digitados em planilhas do *Excel*, com eles, foram elaborados gráficos para facilitar a análise dos resultados.

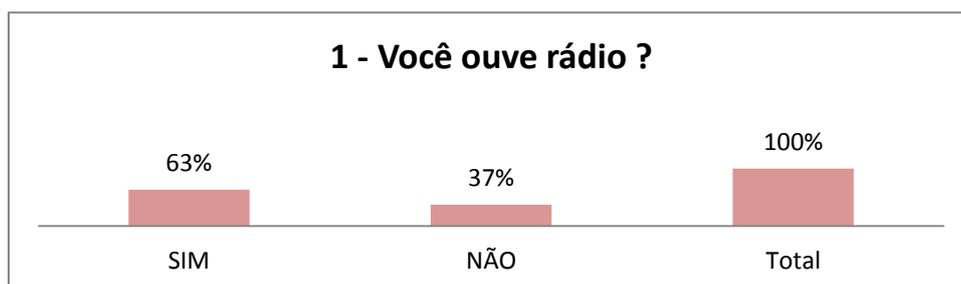
5 AUDIÊNCIA E INTERESSE DO CONSUMO DE RÁDIO NO LAGO NORTE – RESULTADOS E ANÁLISES.

A pesquisa de campo realizada é do tipo exploratória com aplicação de formulários compostos de perguntas abertas e fechadas, indo ao encontro de Marconi e Lakatos (1996) e Mattar (1996) já citados no embasamento deste estudo, onde explicam detalhes dos meios e técnicas de coletas de dados.

Foram aplicados 100 formulários de forma individual do qual 63 pessoas responderam por completo e 37 não responderam, avaliando assim apenas os 63 respondidos. O local de aplicação ocorreu em dois supermercados da região: Pão de Açúcar, Super Maia e uma Academia (*Smart-Fit*), durante dois finais de semana sábado e domingo, no mês de outubro de 2013. Teve como público-alvo os moradores da região do Lago Norte Brasília – DF, com faixa etária entre 35 a 55 anos, renda familiar de classe média e classe média alta, observando o sexo dos entrevistados.

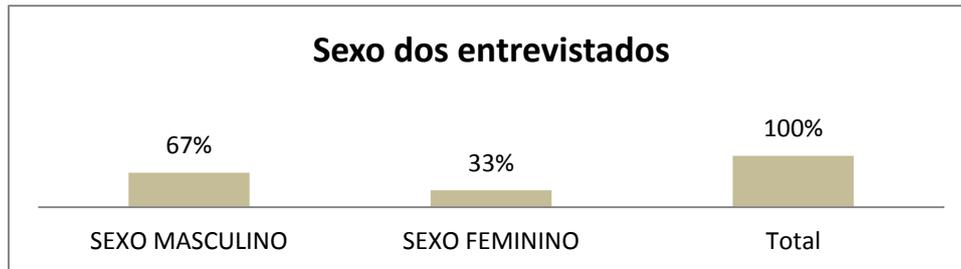
Após a realização da pesquisa os dados obtidos foram computados e codificados através de planilhas do Excel, em seguida se obteve gráficos com os resultados em porcentagem. Aplicando desta maneira o pensamento de Oliveira (1997) citado no embasamento deste estudo.

Abaixo estão os gráficos com comentários sobre os resultados obtidos:

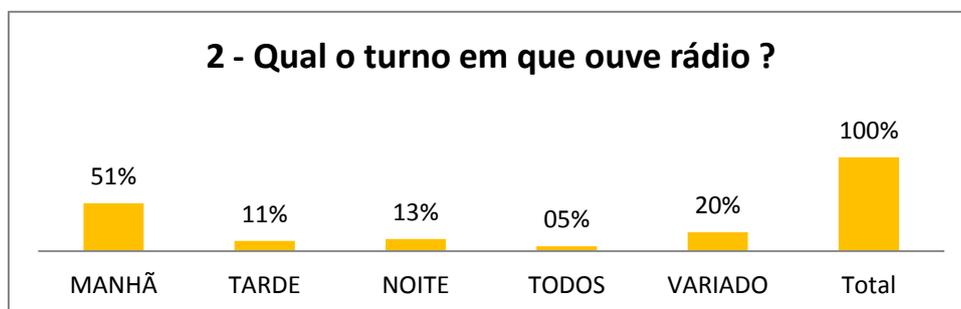


A primeira questão abordada foi se o entrevistado ouvia rádio, dos 100 formulários aplicados, 63 pessoas responderam que sim e 37 disseram que não. Desta forma em diante foi considerável como forma de avaliação para a pesquisa, apenas os formulários das 63 pessoas que disseram ouvir rádio. Indo ao encontro de Nauberger (2012) já citado no embasamento deste estudo, os resultados obtidos acima se dão as importantes características do rádio que vem melhorando a cada ano quanto a sua portabilidade, o consumo paralelo a outras atividades, o maior

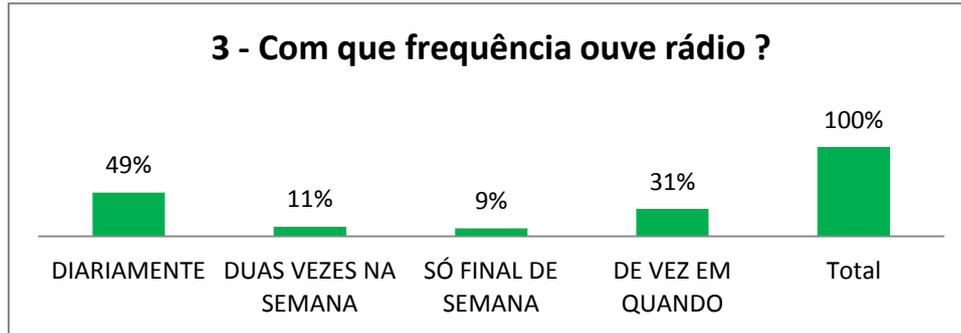
alcance de sinal aos ouvintes, as notícias que tem se tornado cada vez mais o produto principal do rádio, a maior acessibilidade por meio das novas tecnologias, a melhoria da qualidade digital, entre outros. Fatores que coincidem com a região da pesquisa e com os resultados obtidos.



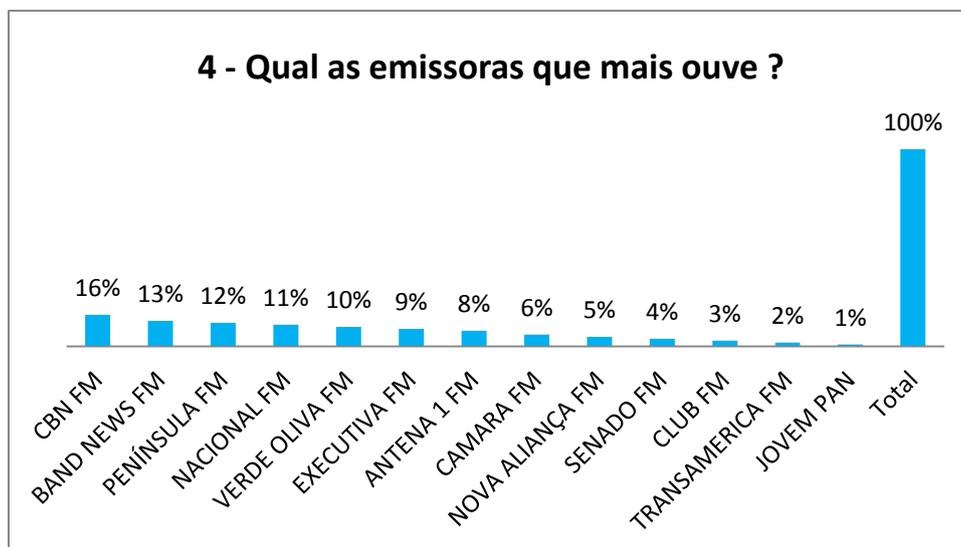
Usou-se como filtro de pesquisa o sexo dos entrevistados sendo que dos 63 formulários respondidos, 34 pessoas era do sexo masculino e 29 do sexo feminino. Segundo a Companhia de Planejamento do DF (Codeplan) já citada no embasamento deste estudo, a região aponta uma predominância feminina com 52,4%.



A segunda questão mostra dentre os respondentes, em qual turno mais escutam o rádio, 44 pessoas responderam ouvir pela manhã, 4 à tarde, 6 à noite, 1 em todos os turnos e 8 em turnos variado, totalizando 63 de entrevistados. Resultando assim a maioria como preferência em ouvir o rádio pela manhã. Indo ao encontro de César (2005) já citado no embasamento deste estudo, que explica o crescimento do rádio no período da manhã devido às constantes mudanças no cotidiano das pessoas, um exemplo disso é o tempo que as pessoas passam no trânsito. Principalmente no turno da manhã quando se deslocam para seu trabalho e para suas atividades diárias.

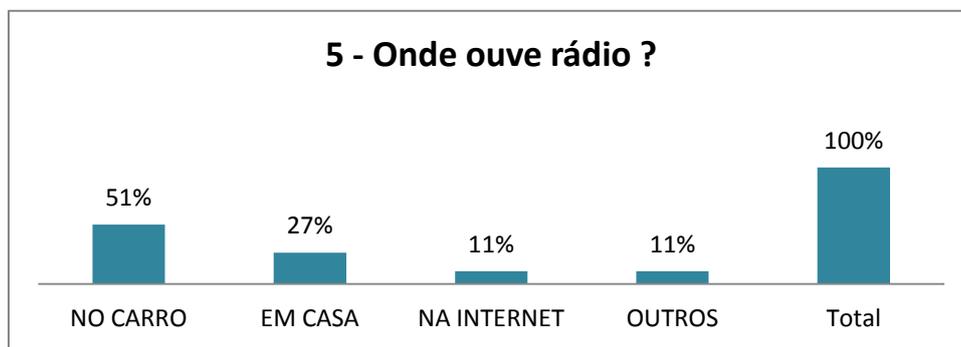


A terceira questão mostra, com que frequência os entrevistados ouvem rádio, 40 pessoas responderam ouvir diariamente, 2 duas vezes na semana, 1 só no final de semana, 20 de vez em quando, totalizando 63 de entrevistados. Resultando assim por a maioria ouvir diariamente. Para César (2005), já citado no embasamento deste estudo, esta preferência diária se dá ao hábito e costume que as ouvintes tem pelo rádio, e por ser uma opção mais adequada para as pessoas se informarem enquanto estão indo a seus afazeres diários, fator também que está ligado a unissensorialidade que possibilita ao ouvinte a capacidade de fazer outras coisas como, dirigir, atividades físicas, entre outras, enquanto escuta o rádio. Informações que se incluem assim ao índice obtido neste resultado.

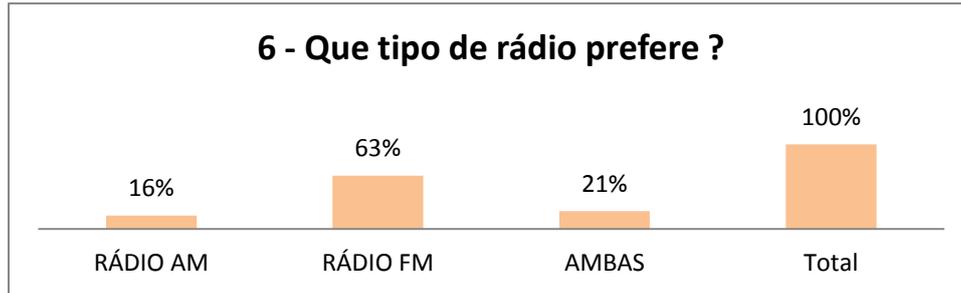


A quarta questão foi do tipo aberta, mostra, em ordem de prioridade as 3 emissoras de preferência dos ouvintes, 28 pessoas citaram a CBN FM, 25 a Band News FM, 24 a Península FM, 19 a Nacional FM, 17 a Verde Oliva FM, 16 a Executiva FM, 13 a Antena 1 FM, 9 a Câmara FM, 7 a Nova Aliança FM, 6 a Senado FM, 5 a Club FM, 4 a Transamérica FM e 3 a Jovem Pan FM. Classificando assim

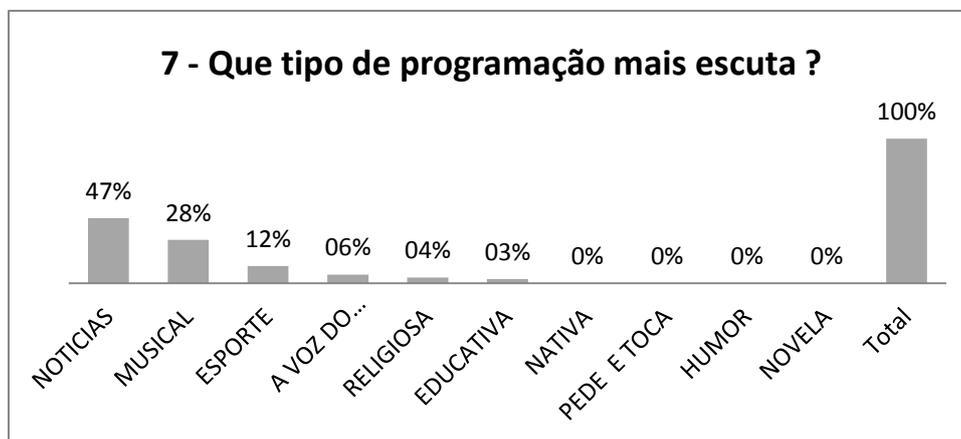
em primeiro lugar como a rádio mais escutada pelos moradores a CBN FM, em segundo lugar a Band News FM e terceiro lugar a Península FM, seguindo assim das demais emissoras em menor classificação. Os resultados obtidos na questão coincidem com os dados já citados no embasamento deste estudo da companhia de Planejamento do DF (Codeplan), que explica o percentual da elevada faixa etária da região onde mais da metade da população 56,4% está acima dos 40 anos, remetendo assim uma preferência maior por rádios com noticiários, qualidade de informações e com programação de músicas clássicas que marcaram época.



A quinta questão mostra, onde a maioria dos ouvintes escuta o rádio, 41 pessoas responderam no carro, 19 em casa, 2 na internet e 1 em outros lugares, totalizando 63 respostas. Estes dados obtidos vão ao encontro da Companhia de Planejamento do DF (Codeplan) já citados no embasamento deste estudo, onde aponta que 47,9% da população tem emprego no setor público e se deslocam em seu automóvel para o trabalho diariamente e 19,8% dos moradores tem mais de 60 anos são aposentados e passam maior parte do dia em suas residências. Segundo dados publicados em 14 de fevereiro de 2013 pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), já citados neste estudo, é importante resaltar que o percentual de residências do país com aparelhos de rádio chega 88,1%, índice relativamente alto, perdendo apenas para a televisão, que está em cerca de 97% dos domicílios brasileiros. Fatores que remetem assim aos resultados obtidos nesta questão.

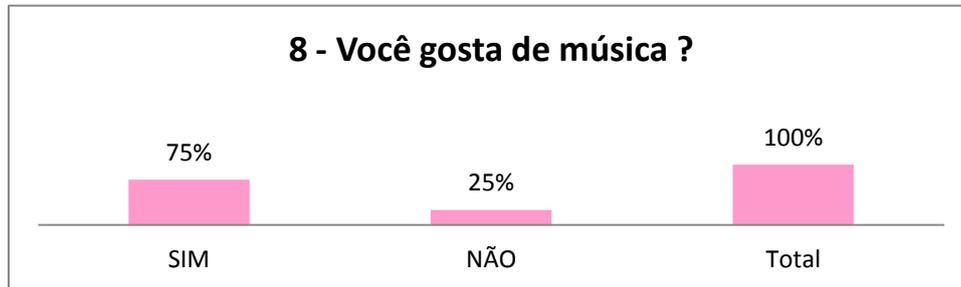


A sexta questão mostra, qual tipo de rádio que os ouvintes preferem, 54 pessoas responderam FM, 09 AM e outras 09 por ambas FM E AM, totalizando 63 respostas, com preferência pela FM. Resultados que vão ao encontro de César (2005) já citado no embasamento deste estudo, que explica sobre o surgimento da frequência modulada (FM) no país em 1968 e o avanço tecnológico do sistema. Citado também no embasamento deste estudo a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) diz que desde seu surgimento até os dias atuais a (FM) passou por grandes melhorias na qualidade do sinal digital. Informações que remetem a preferência da FM nos resultados obtidos, pela a maioria dos ouvintes, fator que se deve pela qualidade de sinal na recepção de áudio em seus aparelhos.

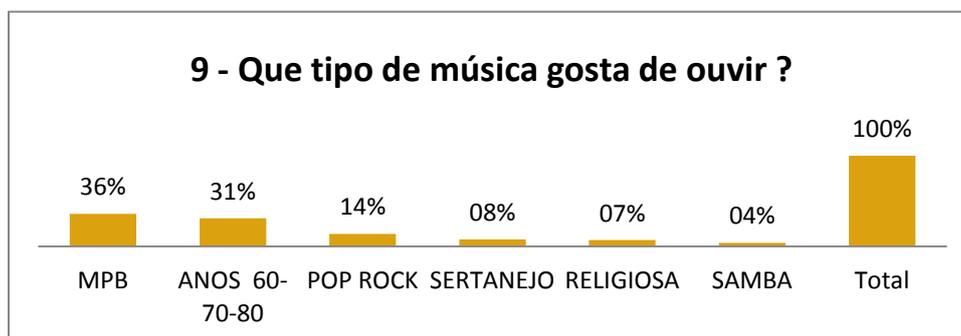


A sétima questão é do tipo múltipla escolha, onde o entrevistado pode citar mais de uma alternativa e mostra que tipo de programação radiofônica os moradores mais escutam, 46 pessoas responderam notícias, 39 musical, 22 esporte, 09 a voz do Brasil, 07 religiosa, 03 educativa, 00 nativa, 00 pede e toca, 00 humor e 00 novela. Resultando assim em primeiro lugar maior preferência por programação de noticiários. Resultado que vai ao encontro dos dados coletados na rádio Península FM, já citados no embasamento deste estudo, que explica e afirma como maior

opção dos moradores, uma programação de noticiários, músicas da jovem guarda e informações de esporte, por conta da elevada faixa etária da região.

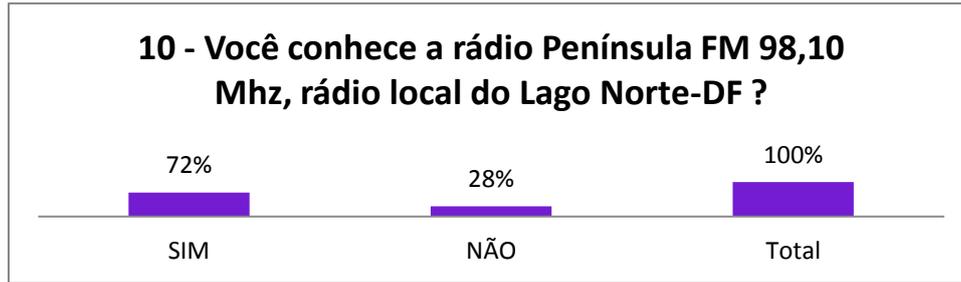


A oitava questão mostra se os ouvintes gostam ou não de música, 55 pessoas responderam que sim e 08 disseram que não, totalizando 63 respostas. Relacionando deste modo com os resultados obtidos na questão anterior, que resultou em segundo lugar a preferência dos ouvintes entrevistados por uma programação musical.



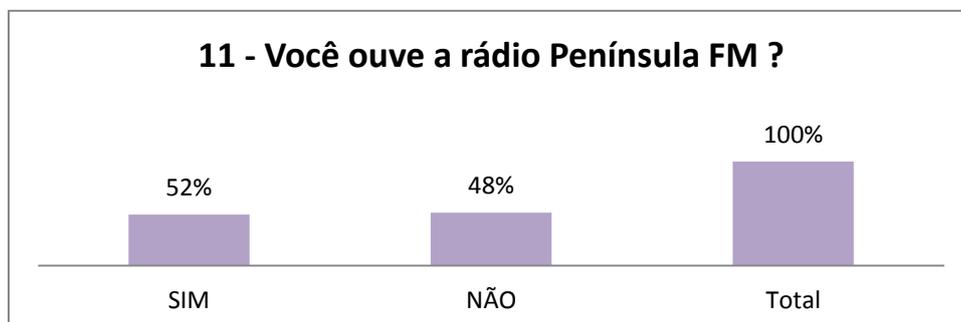
A nona questão é do tipo aberta e mostra o tipo de música que os ouvintes preferem ouvir, 36 pessoas responderam MPB, 31 Anos 60-70-80, 14 Pop Rock, 08 Sertanejo, 07 Religiosa e 06 de samba.

Resultados que vão ao encontro de Ferrareto (2004), citado no embasamento deste estudo, onde explica que os grandes nomes da música brasileira surgiram ainda na década de 40, como Carmem Miranda, Noel Rosa, Emilinha Borba, Sílvia Caldas, Orlando Silva entre outros. Portanto pela região ter uma faixa etária elevada e mesmo após o lançamento da nova MPB, os grandes sucessos dos anos da jovem guarda não saíram da preferência musical dos moradores aqui entrevistados.



A décima questão mostra quantos entrevistados conhecem a rádio Península FM 98,10 Mhz, rádio local do Lago Norte – DF. 54 disseram que conhece a rádio e 09 responderam que não conhecem, totalizando 63 respostas.

Resultados que vão ao encontro da pesquisa realizada na rádio Península FM, já citada no embasamento deste estudo, que diz sobre seus meios para saber sobre a demanda de seus ouvintes, que neste caso usa uma técnica de análises feita através de um programa de computador que coleta e mostra os dados da sintonia da emissora, descobrindo assim informações sobre o aumento do seu número de ouvintes.



A décima primeira questão mostra que das 54 pessoas que responderam conhecer a rádio Península FM, 28 pessoas responderam escutar a rádio, gostando de sua programação atual, e 26 disseram não escutar a rádio, por conta de sua programação, a maioria sugerindo uma programação de mais informações, notícias e menos músicas. Totalizando assim 54 respostas, com número de ouvintes relativamente bom para a rádio.

Os resultados obtidos nesta questão coincidem inferiormente com os dados apresentados pela emissora, mostrados pessoalmente na visita feita a rádio Península FM, já citada no embasamento deste estudo, do qual exibe uma média de 79,1% de audiência numa escala de 0 a 99%, também comentou sobre os dados

coletados através de um programa de computador, que possibilita trazer informação sobre a audiência e alcance de frequência da emissora.

Entre as 28 pessoas entrevistadas que disseram ouvir a rádio Península FM, afirmaram que a rádio faz publicidade do comércio local, informação sobre os horários de missas nas igrejas locais, momento musical com artistas locais e avisos sobre cultura. Assim como citado no embasamento deste estudo pela rádio Península FM, afirmação confirmada através da visita feita na rádio.

5.1 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa de campo resultou de forma positiva a questão principal do trabalho, que era saber a audiência, potencial e demanda de rádio, para rádio Península FM. Mostrou que dos sessenta e três formulários respondidos, a predominância do sexo dos entrevistados foi masculina, com afirmação em ouvir diariamente o rádio pela manhã, optando em primeiro lugar pela rádio CBN FM, seguida da Band News FM e Península FM, destacando o carro como o lugar que mais escuta o rádio, citando também como preferência a rádio FM (frequência modulada) por conta da qualidade do sinal, optando por um tipo de programação de noticiários, músicas de qualidade e informações sobre esporte, grande parte respondeu gostar de Música Popular Brasileira, a maioria disse conhecer a rádio Península FM, porém desta maioria que conhece a emissora, 28 pessoas responderam que escutam, totalizando assim 63 entrevistados com metade predominando gostarem da rádio. Resultando desta forma um índice positivo de audiência para rádio.

Nesta pesquisa, cada entrevistado teve um importante e singular papel para que fosse possível coletar estes dados, não levando em conta apenas o resultado, mas sim a atenção de todos durante a aplicação dos formulários.

Com todos os resultados obtidos em audiência e demanda, a pesquisa comprova que para um aumento na potencialização da rádio comunitária local Península FM é necessário que a emissora aplique pesquisas maiores para obter mais resultados e através deles possa fazer alterações e melhorar sua programação, para desta forma aumentar seu número em audiência e atingir uma maior demanda de ouvintes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como morador do Lago Norte-DF, entusiasta do rádio e bem como por trabalhar com rádio, o pesquisador teve a curiosidade de buscar, pesquisar e compreender a audiência, potencial e demanda para rádio na região e os resultados obtidos neste trabalho.

Para se chegar a uma conclusão a respeito, fez-se uma pesquisa de campo como método de entrevista no formato de formulários.

Desse modo, após a tabulação dos dados obtidos observou-se junto à faixa etária da pesquisa preferência pela Rádio CBN e que a Rádio Península FM é conhecida pelos moradores da região e aparece na preferência deles como uma das opções pelo fato de noticiar assuntos específicos do bairro e pela programação musical.

O grande interesse deste trabalho se deu por conta de nenhuma emissora mostrar audiência específica da região. Levando assim ao desenvolvimento e resultado desta monografia com uma grande questão a ser respondida, identificar que tipo de programação radiofônica os moradores desta região preferem ouvir, os resultados mostraram em primeiro lugar a preferência por noticiários seguido em segunda opção por uma programação musical, resultados que se relacionam com a região devido a elevada faixa etária e sua classe socioeconômica.

O presente estudo propõe importantes objetivos para se chegar aos resultados finais, o principal deles é compreender a audiência, o potencial e demanda para rádio na região do Lago Norte-DF. Do qual se buscou através da pesquisa de campo com coleta de dados o caminho para chegar às respostas, onde se obteve bons resultados. Surpreendendo de forma positiva o pesquisador pelos bons índices de resultados obtidos.

Nos objetivos específicos citados neste trabalho, todas as expectativas e respostas foram alcançadas, bem como entender bibliograficamente o histórico, características e hábitos de consumo do meio rádio na região, para isso utilizou-se o meio de pesquisas em fontes bibliográficas e sites eletrônicos chegando assim a todas as respostas necessárias para elaboração do trabalho, trazendo dessa forma maior conhecimento ao pesquisador.

A oferta de emissora na região do Lago Norte, as programações de maior audiência, as principais emissoras e programas consumidos por moradores do Lago

Norte, na faixa etária escolhida como foco, foram todas encontradas de forma satisfatória a partir da metodologia proposta pelo trabalho por meio dos dados coletados na pesquisa de campo.

Compreendendo dessa maneira a boa audiência, potencial e demanda para a rádio Península FM, este trabalho foi muito importante para o conhecimento do pesquisador, pois permitiu aprofundamento sobre o tema, aperfeiçoando informações sobre um meio de comunicação muito importante.

Fica aqui a sugestão para outros pesquisadores darem continuidade a trabalhos futuros, como estudar a audiência de emissoras de rádio em todas as faixas etárias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CÉSAR, Cyro. **Rádio: a mídia da emoção**. São Paulo: editora Summus, 2005.

FERRARETTO, Luiz Artur. **No ar Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: editora Sagra Luzzatto, 2001.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**: edição compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias**: Cruz das Almas: UFRB, 2012.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisas, TGI, TCC, Monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1997.

Sites Consultados:

ANTENA 1. *Antena 1*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.antena1.com.br/index.php?page=antena1>>.
Acesso em: 18 setembro 2013. 16:00.

BAND NEWS FM. *Quem somos*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://bandnewsfm.band.uol.com.br/Institucional.aspx>>.
Acesso em: 12 setembro 2013. 16:00.

CBN. *Institucional*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://cbn.globoradio.globo.com/institucional/historia/historia/HISTORIA.htm>>.
Acesso em: 10 setembro 2013. 16:00.

CLUB FM. *A Rádio*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.clube.fm>>.
Acesso em: 22 setembro 2013. 16:00.

IBOPE. *Conhecimento*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/TabelasMidia/audienciaderadio>>.
Acesso em: 6 setembro 2013. 16:00.

IBOPE. *Relacionamento*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/duvidasfrequentes/Paginas/Audiencia-de-radio.aspx>>.
Acesso em: 6 setembro 2013. 16:00.

JOVEM PAN FM. *Sobre a JP*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://http://itajai.jovempanfm.virgula.uol.com.br/jovempan/>>.
Acesso em: 20 setembro 2013. 16:00.

LAGO NORTE. *Conheça o Lago Norte*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.lagonorte.df.gov.br/sobre-a-secretaria>>.
Acesso em: 5 setembro 2013. 16:00.

O POVO ONLINE. *Tendências*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.opovo.com.br/app/opovo/tendencias/2013/02/14/noticiasjornaltendencias,3005539/radio-brasileiro-tem-desafio-de-implantar-sistema-digital.shtml>>.
Acesso em: 7 setembro 2013. 16:00.

PENINSULA NORTE FM. *Programação*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.peninsulafm.com.br/category/programacao>>.
Acesso em: 3 outubro 2013. 16:00.

MIX FM. *Programas*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://http://www.radiomix.com.br/brasilia/programas/>>.
Acesso em: 19 setembro 2013. 16:00.

NOVA ALIANÇA FM. *História*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.novaalianca.org.br>>.
Acesso em: 23 setembro 2013. 16:00.

RÁDIO CÂMARA FM. *Nossa História*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://http://www.camara.leg.br/internet/radiocamara/default.asp?lnk=NOSSA-HISTORIA&selecao=INSTITUCIONAL>>.
Acesso em: 15 setembro 2013. 16:00.

RÁDIO EXECUTIVA FM. *História*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<Http://www.radioexecutivadf.com.br/historia.aspx>>.
Acesso em: 13 setembro 2013. 16:00.

RÁDIO JUSTIÇA FM. *Sobre a Rádio*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.radiojustica.jus.br/radiojustica/sobreRadio!showHistoriaRadio.action?menuSistema=mn330>>.

Acesso em: 17 setembro 2013. 16:00.

RÁDIO NACIONAL FM BRASÍLIA. *Institucional*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://radios.ebc.com.br/nacionalfmbrasilia>>.

Acesso em: 11 setembro 2013. 16:00.

RÁDIO PENÍNSULA FM. *Programação*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.peninsulafm.com.br/category/programacao>>.

Acesso em: 2 setembro 2013. 16:00.

RÁDIO SENADO FM. *História da Rádio*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.senado.gov.br/noticias/radio/historia.asp>>.

Acesso em: 16 setembro 2013. 16:00.

RÁDIO TRANSAMERICA FM. *Institucional*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.transanet.com.br/pagina.aspx?pg=institucional&codMundo=1&codPraca=2>>.

Acesso em: 21 setembro 2013. 16:00.

RÁDIO VERDE-OLIVA FM. *Histórico*. Brasília DF, 2013. Disponível em:
<<http://www.eb.mil.br/web/radio-verde-oliva/historico>>.

Acesso em: 14 setembro 2013. 16:00.

APÊNDICE A – FORMULÁRIO PARA PESQUISA DE CAMPO EXPLORATÓRIA

Pesquisa de campo exploratória, público-alvo moradores da região do Lago Norte de 35 a 55 anos, renda familiar de classe média, classe média alta. Sexo do entrevistado?_____.

1- Você ouve rádio?

() Sim () Não

2- Qual o turno em que ouve?

() manhã () tarde () noite () todos () variado

3- Com que frequência ouve rádio?

() diariamente () em média 2 x na semana () só no fim de semana

() de vez em quando () não sei dizer

4- Qual as 3 emissoras que mais ouve, em ordem de prioridade?

1^a_____ 2^a_____ 3^a_____

5- Onde ouve rádio?

() no carro () em casa () na internet () outro Qual: _____

6- Que tipo de rádio prefere?

() AM () FM () ambas

7- Que tipo de programação?

() Notícias () Esporte () Musical () A voz do Brasil () educativo

() Nativa () Pede e toca () humor () novela

Outro(s):.....

8- Você gosta de música?

() sim () não

9- Que tipo de música gosta de ouvir?

10-Você conhece a rádio Península FM 98,10 MHz, rádio local do Lago Norte – DF?

() sim () não

11-Você ouve a rádio?

() sim () não

A pesquisa de campo consiste em quantitativa, aplicada em dois supermercados da região e uma academia. Aplicação de 100 questionários.