Conhecer o ouvinte-internauta: Um estudo sobre o perfil da audiência de rádio no cenário de convergência

LAIS STEFANI GOMES DOS SANTOS FERREIRA (Autor), DEBORA CRISTINA LOPEZ (DECSO) (Orientador)

Instituição de Ensino - Universidade Federal de Ouro Preto

Palavras Chaves:

Palavras - Chave: Consumo de mídia; Audiência; Perfil; Convergência

Resumo:

A convergência, de acordo com Jenkins(2009) está relacionada como os conteúdos midiáticos se comportam em diferentes plataformas, além de como os meios se relacionam e como os espectadores consomem esses produtos. A partir desse conceito o projeto “Conhecer o ouvinte-internauta: Um estudo sobre o perfil da audiência de rádio no cenário de convergência” tem o objetivo buscar conhecer o perfil de audiência de mídias online de estudantes universitários, para que haja assim a criação de protótipos para refletirmos sobre novas estratégias para a produção de um produto radiofônico em plataformas digitais. Sendo assim, a pesquisa teve as seguintes fases: a primeira foi o afinamento dos procedimentos metodológicos, a partir de um pré-teste, aplicado para 20 estudantes de graduação e pós da UFOP. Após isso, a revisão do questionário e tabulação dos resultados. Enquanto que a terceira fase foi a aplicação do questionário revisado nas instituições: FAM, FERMAR/FAMA, e ADJETVO/CETEP, ICHS-UFOP e ICSA- UFOP. Ao todo foram 433 questionários respondidos, sendo que 56,9% foram mulheres, e 66,4% tinham até 25 anos. Em uma das perguntas os participantes deveriam classificar os meios de comunicação em ordem decrescente de 6 a 1, sendo 6 o mais consumido e 1 o menos. A internet é o meio mais consumido, devido que 95% dos entrevistados deram nota 6 e 5% nota 5, o que revela um alto consumo desse meio. O Rádio ficou como um meio pouco consumido, visto que 47,6% deram 3. Notou-se também, que o rádio possui muitas pessoas que não o escutam. A partir da tabulação do questionário depreendeu-se que a pesquisa permite discutir pontos para serem observados pelas emissoras e pesquisadores da área. Também podemos afirmar que o jovem é multimídia, pois aceita produções de diversas plataformas. Entretanto a pesquisa ainda sim, nesta etapa, não nos permitiu saber se os jovens são ou não informados, apesar de conectados.

Publicado em:

- Evento:Encontro de Saberes 2016
- Área:CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
- Subárea:COMUNICAÇÃO