

## Hábitos de consumo radiofônico por estudantes de jornalismo: aproximações iniciais<sup>1</sup>

NASCIMENTO, Victor Hugo Moreira do<sup>2</sup>

BISPO, Rian Sousa Oliveira<sup>3</sup>

KOCHHANN, Roscéli<sup>4</sup>

GOMES, Rafael de Jesus<sup>5</sup>

Universidade do Estado de Mato Grosso- UNEMAT

### RESUMO

O resumo expandido aqui apresentado trata-se de uma fase inicial de um estudo que tem como objetivo conhecer os hábitos de escuta radiofônica dos acadêmicos matriculados no curso de Jornalismo, da Universidade do Estado de Mato Grosso. Parte-se da percepção de uma reconfiguração nos processos interativos do rádio contemporâneo. Aqui, apresenta-se os resultados do momento inicial de aproximação com os sujeitos investigados, através da aplicação de um questionário com uma análise quantitativa dos resultados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Audiências; rádio; survey

### INTRODUÇÃO

Entendemos o rádio como um meio de comunicação, formado por um conjunto de interações, que mantém no áudio a sua centralidade. Assim, olhamos para o objeto radiofônico com uma perspectiva que vai além da tecnologia empregada nas formas de transmissões e de recepção radiofônica. Essa mirada dialoga com a movimentação da sociedade, hoje envolta em uma cultura digital, que reconfigura situações e práticas sociais de diversas formas.

Essa movimentação social altera a própria percepção do conceito de rádio. Ferraretto e Kischinhevsky (2010, p.1009), propõem uma reflexão a respeito da conceituação de rádio, que vai além de pensar a partir da tecnologia de transmissão e recepção de conteúdo sonoro. Para os autores, trata-se de um “meio de comunicação que

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 25 a 27 de maio de 2023.

<sup>2</sup> Autor do resumo, graduando de jornalismo na Universidade do Estado de Mato Grosso. E-mail: nascimento.victor@unemat.br

<sup>3</sup> Co-autor do resumo, graduando de jornalismo na Universidade do Estado de Mato Grosso. E-mail: rian.bispo@unemat.br

<sup>4</sup> Co-autora do resumo, professora do curso de jornalismo na Universidade do Estado de Mato Grosso, doutoranda do PPGCOM da Universidade Federal do Paraná. E-mail: rosce.li.kochhann@unemat.br

<sup>5</sup> Co-autor do resumo, professor interino do curso de jornalismo na Universidade do Estado de Mato Grosso, Doutorando pelo PPGCOM da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Bauru). E-mail: rafael.gomes@unemat.br

transmite, na forma de sons, conteúdos jornalísticos, de serviço, entretenimento, musicais, educativos e publicitários [...]”. A perspectiva apresentada permite que iniciativas como as práticas de podcast e das webrádios possam ser compreendidas como radiofônicas, justamente por se tratarem de formas de comunicação que tem a sua centralidade narrativa no áudio. Quer dizer, a tecnologia utilizada na transmissão e recepção do conteúdo sonoro não define o que é ou o que não é rádio. A linguagem, a transmissão da informação e a construção da comunicação a partir do áudio são mais úteis para pensar o rádio como uma instituição social relevante, constantemente recriada culturalmente (FERRRETTO, 2021, p.12).

Para além do conceito, consideramos que as práticas, os conteúdos, as formas de recepção e as audiências também passam por reconfigurações. A audiência, por ser parte importante no processo de comunicação radiofônica, além de ser afetada, também oferece orientações para os processos produtivos, as estratégias e os conteúdos radiofônicos. Configura-se, assim, como um “fio condutor das mutações no rádio” (LOPEZ, 2016, p. 337) o que justifica a necessidade de compreendê-la. Entendemos, assim, que o desafio de conhecer as audiências e suas particularidades adquire importância para que se possa refletir sobre uma série de fatores, como os conteúdos e as estratégias interativas.

Reconhecendo a importância de se conhecer a audiência nos propomos a investigar os hábitos de escuta radiofônica dos acadêmicos matriculados na Universidade do Estado de Mato grosso, campus de Tangará da Serra. A necessidade de conhecer a caracterização desse público dialoga com o interesse de implantação de uma webrádio (ou iniciativa similar) na instituição, visto que atualmente, o campus não dispõe de emissora universitária. Assim, o resumo se trata da apresentação dos resultados de um questionário aplicado aos acadêmicos do curso de jornalismo, questionário este, utilizado como teste metodológico.

## **MÉTODO UTILIZADO**

Nos é necessário reconhecer que em praticamente 30 anos de reconfigurações sobre instâncias de produção e circulação do conteúdo sonoro, o público também não permaneceu estanque. Ao contrário, as alterações promovidas pelas inserções

sociotécnicas no cotidiano também reconfigurou os padrões comportamentais de escuta de ouvintes, sobretudo, dos mais jovens.

Dito isto, inicialmente buscamos conhecer o comportamento em relação ao consumo de conteúdo sonoro do estudante de jornalismo. De primeiro momento, desenvolvemos uma pesquisa do tipo *survey* online (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2006) via plataforma *Google Docs* através de um questionário, contendo perguntas gerais sobre hábitos, padrões de consumo e interesses.

Entendemos que o *survey* é o tipo de pesquisa quantitativa que visa conhecer uma parcela da população-alvo (FREITAS *et al*, 2000). Dessa forma, reforçamos aqui que as respostas embora não obtenham a totalidade que objetivamos envolvendo os estudantes, ajudam a montar pelo menos um painel inicial sobre como é o perfil dos estudantes e como eles compreendem rádio e mídia sonora.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

O compartilhamento do formulário utilizado na pesquisa recebeu o total de 26 respostas. Entendemos que, como a proposta inicial era realizar o teste metodológico para, posteriormente, adaptá-lo para aplicação a toda a comunidade acadêmica, estávamos diante de um número suficiente de respondentes. Apresentamos, na sequência, os principais resultados coletados.

Nossa primeira pergunta referia-se ao hábito de ouvir ou não rádio. 65,4% dos respondentes afirmam escutar rádio. Ao realizar pergunta similar, porém focada em podcast, os resultados apontaram que 69,2% dos entrevistados escutam podcast, enquanto os outros 30,8% disseram não escutar. Ao perguntarmos se, para os respondentes, podcast se trata de rádio, 19,2 % indicaram que não, 50% indicam que depende do podcast e 30,8% entendem que sim, podcast é rádio. De certa forma, entendemos que há ainda muitas dúvidas que pairam sobre o podcast ser ou não reconhecido como rádio ou, modelo de rádio, algo visto ainda nos primeiros estudos sobre podcast (HERSHMAN; KISCHINHEVSKY, 2009).

Tínhamos o interesse, ainda, de identificar o tempo dedicado a escuta radiofônica. 46,2% dos estudantes escutam rádio ou podcast até 1 hora por dia, 26,9% de 1 à 3 horas, 11,5% escuta de 3 à 5 horas ou mais e um dos respondentes afirmou acompanhar mais de cinco horas diárias de conteúdos radiofônicos. Nesta pergunta, observamos que 3

respondentes (11,5%) afirmou não ouvir. Chamamos a atenção para a incompatibilidade da resposta com a resposta referente ao hábito de ouvir rádio ou não, onde nove respondentes indicaram não ouvir. Identificamos, assim, uma fragilidade no método empregado na coleta dos dados.

Sobre os horários em que os estudantes mais acompanham programas ou podcast's radiofônicos, 54,2% dos entrevistados afirmam que costumam escutar rádio ou podcast pela manhã, 25% escutam no período noturno, 12,5% no período da tarde e 8,3% de madrugada. Dos ambientes onde os entrevistados costumam ouvir seus programas radiofônicos 60% escutam em suas casas, 24% no trabalho e 16% em deslocamento. A maioria dos estudantes respondentes ouve programação radiofônica enquanto realiza atividades domésticas ou pratica atividades físicas.

Sobre os interesses de escuta do rádio tradicional, 66,7% buscam por música, enquanto 20,8% dos respondentes buscam por notícias. Já ao se questionar os interesses dos ouvintes em relação aos conteúdos de podcast, são apresentadas uma variedade de respostas que inclui desde podcast's sobre literatura, notícias rápidas, vendas, músicas, relatos de experiências dos apresentadores, produções investigativas na linha true crime, entre outros. O questionário pedia para que os respondentes indicassem, de forma espontânea, a emissora ou o podcast mais ouvidos por eles. O podcast mais lembrado foi o PodDelas enquanto a emissora foi a rádio Gazeta FM.

Coletamos, ainda, dados sobre as tecnologias utilizadas na escuta radiofônica. 69,3% dos respondentes ouvem programas radiofônicos, sejam eles no rádio tradicional ou podcast's, através de celulares ou smartphones, 15,4% ouvem através de aparelhos receptores de ondas hertzianas e 11,5% via computadores. A plataforma de podcast mais utilizada pelos estudantes é o Spotify, com 60,9% da preferência. 40% dos respondentes indicou utilizar fones de ouvido sempre que ouve rádio, enquanto 32% dizem que utilizam algumas vezes e 28% não utilizam.

Nos propusemos, ainda, a compreender o que os estudantes entendem como pontos positivos e negativos nas produções radiofônicas locais. Sobre os pontos negativos, os alunos de jornalismo indicaram excesso de propaganda e falta de conteúdo jornalístico ampliado. Os aspectos positivos mais mencionados foram a interação com a comunidade e a produção de conteúdos locais.

## REFERÊNCIAS

FERRARETTO, Luiz Artur. Conceitos de rádio: múltiplos olhares ressignificando e atualizando definições. In: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Virtual, 2021. **Anais...** Disponível em: [Padrão \(template\) para submissão de trabalhos ao \(portalintercom.org.br\)](#) Acesso em: 07 fev. 2023.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. 2010. Rádio. In: **Enciclopédia Intercom de Comunicação** – vol. 1. São Paulo, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, p. 1.009-1.010.

FREITAS, Henrique; OLIVEIRA, Mírian; SACCOL, Amarolinda Zanela; MOSCAROLA, Jean. **O método de pesquisa survey**. 2000. In Revista de Administração, São Paulo v.35, n.3, p.105-112, jul-set-2000.

FRAGOSO, Suely **Métodos de pesquisa para internet** / Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral. – Porto Alegre: Sulina, 2011. 239 p. – (Coleção Cibercultura)

HERSCHMAN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento**. 2009. In Revista FAMECOS. Porto Alegre, nº 37. Dez 2008.

LOPEZ, Debora. (Re) Construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de convergência. In: ZUCULOTO, V., LOPEZ, D. C.; KISCHINHEVSKY, M. **Estudos Radiofônicos no Brasil** – 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. Coleção GPs (Grupos de Pesquisa), v. 22. São Paulo: Intercom, 2016.