

A presença do meio rádio junto aos estudantes do Ensino Superior de Blumenau. Estudo de caso: FURB FM¹

Clóvis Reis²

Furb – Universidade Regional de Blumenau

Regina Célia Senna Lima Vargas³

Furb – Universidade Regional de Blumenau

Resumo

A presente pesquisa verifica a penetração do meio rádio e avalia a aceitação de programas educativos junto aos estudantes do Ensino Superior de Blumenau. O levantamento aponta, por um lado, que o rádio é um meio de comunicação presente no dia-a-dia do jovem e que, por outro, a audiência está receptiva a uma programação que aborde temas de caráter educativo. Os resultados confirmam uma tendência verificada anteriormente, através de uma pesquisa realizada com estudantes do Ensino Médio.

Palavras-chave: Rádio; Programação; Universidade; Educação

1 – Introdução

A proposta de instalação de uma emissora de rádio na Furb – Universidade Regional de Blumenau, localizada no Estado de Santa Catarina, tem suas origens em 7 de março de 1989. Nesta data, a instituição encaminha ao Ministério das Comunicações um ofício em que pede a reserva do canal educativo previsto no plano de radiodifusão sonora elaborado pelo governo federal. Entretanto, a Universidade adia por prazo indefinido o processo de instalação da emissora devido aos altos custos decorrentes da compra de equipamentos necessários à sua instalação.

O tema volta à pauta quatro anos depois, com a instalação dos laboratórios de áudio e vídeo necessários à implantação do curso de Comunicação Social – Publicidade e

¹ Trabalho apresentado à Sessão de Temas Livres, do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação, Clóvis Reis é Professor da Furb – Universidade Regional de Blumenau.

³ Bacharel pela Furb – Universidade Regional de Blumenau.

Propaganda e a mobilização para que a Universidade se encarregue da retransmissão dos sinais da TV Educativa para a região de Blumenau. De fato, a Furb assume o controle da repetidora de televisão em 1994 e, para a execução de tais serviços, cria o NRTV – Núcleo de Rádio e Televisão Educativa do Vale do Itajaí, vinculado à administração superior da Universidade.

O projeto de instalação da emissora de rádio é, mais uma vez, adiado e somente em 17 de agosto de 1995 a Furb retoma os contatos com o Ministério das Comunicações. Em Brasília, o processo tramita lentamente até que, em 16 de fevereiro de 2000, o Diário Oficial da União publica a Portaria Nº 31, que outorga a permissão para que a Universidade execute o serviço de radiodifusão sonora com fins exclusivamente educativos (DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, 2000, p. 11). O Congresso Nacional ratifica a decisão em 24 de agosto de 2001, através do Decreto Legislativo Nº 288. (DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, 2001, p. 1).

O sonho de instalação de uma emissora de rádio na Furb, enfim, se concretiza. Da sua concepção à sua aprovação se passam 12 anos. A partir daí a Universidade tem dois anos para iniciar a execução dos serviços, o que efetivamente ocorre em 16 de outubro de 2003, quando a emissora entra no ar em caráter definitivo.

A emissora transmite em FM na frequência de 107,1 MHz e a sua área de cobertura abrange os municípios de Benedito Novo, Blumenau, Brusque, Gaspar, Guabiruba, Ilhota, Indaial, Itajaí, Luiz Alves, Massaranduba, Pomerode, Rio dos Cedros e Timbó, que somam uma população de aproximadamente 750 mil habitantes. (GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA, 2004, <http://www.sc.gov.br/municipios>)

A programação da Furb FM se estrutura basicamente a partir da difusão de música, alternando *jazz*, *blues*, MPB, *reggae*, *samba*, *funk*, *rock* nacional e internacional, música clássica e alemã. A emissora usa o slogan “uma rádio diferenciada” e afirma que sua proposta é “uma programação musical eclética, dinâmica e criteriosa, [...] na qual a prioridade é o bom senso musical aliado ao talento”. (FURB FM, 2004, <http://www.furbfm.furb.br>)

2 - Desenvolvimento

Uma pesquisa realizada com estudantes do Ensino Médio da região de Blumenau (ZUCCO; REIS, 2004, p. 11-12) confirmou que o rádio constitui um meio de comunicação privilegiado, que está presente no dia-a-dia do jovem. Na mostra analisada, se observou que a maioria dos entrevistados ouve rádio diariamente, que a audiência se realiza em diferentes lugares e se distribui ao longo de todo o dia.

Em referida pesquisa, as emissoras que difundem música de listas (formato *Contemporary Hit Radio*) tinham a preferência dos participantes do estudo, sendo que o *rock* e o *pop* eram os estilos com mais aceitação. Na mostra, não houve menção à emissora da Universidade (Furb FM).

Entretanto, os dados da pesquisa indicaram que existia espaço para a oferta de programas educativos. Entre os temas que despertavam mais interesse, destacavam-se diversos assuntos relacionados à programação de finalidade educativa, desde que a abordagem seguisse uma linguagem adequada ao ouvinte jovem.

Com efeito, em universidades onde existe maior tradição neste segmento de programação, as emissoras cobrem um amplo leque de assuntos e estilos de música adequados ao perfil do público universitário ou pré-universitário. O exemplo constitui, portanto, uma referência, para que a Furb FM assegure a sua presença junto a este segmento de ouvintes.

2.1 – Problema de pesquisa

A presente pesquisa tem o objetivo de verificar a penetração do meio rádio junto aos alunos dos cursos de graduação da Furb – Universidade Regional de Blumenau, comparando tais resultados com os índices verificados entre os estudantes do Ensino Médio da região de Blumenau.

Tal questão constitui precisamente o problema de pesquisa deste trabalho. Em concreto, o estudo verifica a audiência da Furb FM e avalia as possibilidades de desenvolvimento de uma programação com finalidade educativa junto aos acadêmicos da Universidade.

Para subsidiar a análise, a pesquisa verifica a penetração do meio rádio junto aos entrevistados e identifica os seus hábitos de consumo de mídia (frequência de escuta, faixas horárias e lugar da audiência), as emissoras preferidas, os estilos de música e o tipo de programação com maior nível de aceitação.

2.2 – Metodologia da pesquisa

O presente estudo baseou-se na aplicação de um questionário auto-preenchível, composto em sua totalidade por 39 questões, com perguntas abertas e fechadas, de múltipla e/ou única escolha. As perguntas versavam sobre os hábitos de mídia dos estudantes e identificavam a preferência dos participantes quanto à leitura de jornais e revistas, uso da internet, audiência de rádio e televisão.

O instrumento foi aplicado junto a 372 alunos. A amostragem representa um erro amostral de cinco pontos percentuais, com confiança de 95%, dentro do universo de 14 mil alunos dos 37 cursos de graduação da Universidade.

A pesquisa teve a participação de estudantes dos três turnos (matutino, vespertino e noturno) dos seguintes cursos: Administração, Arquitetura, Ciências da Computação, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas, Ciências Sociais, Comunicação Social, Direito, Educação Física, Fisioterapia, Letras, Matemática, Medicina, Odontologia, Secretariado Executivo Bilíngüe, Turismo e Lazer.

O perfil dos entrevistados era o seguinte:

- Sexo: 45,7% eram do sexo masculino e 54,3% do sexo feminino.
- Faixa etária: 55,5% tinham entre 16 e 21 anos; 24,3% entre 22 e 25 anos; e 20,2% tinham mais de 25 anos.
- Renda familiar: 4,6% responderam que tinham uma renda familiar de até R\$ 530,00 por mês; 19,6% entre R\$ 531,00 e R\$ 1.060,00; 25,6% entre R\$ 1.061 e R\$ 2.120,00; 28,6% entre R\$ 2.121,00 e R\$ 4.240,00; e 21,5% acima de R\$ 4.241,00.

A coleta de dados para a pesquisa ocorreu entre novembro e dezembro de 2004 e as respostas foram tabuladas/analizadas em março de 2005.

2.3 – Análise dos resultados da pesquisa

Em consonância com os objetivos do presente trabalho, se expõe e se analisa a seguir a resposta que os entrevistados apresentaram para sete perguntas relacionadas à audiência do meio rádio. Em concreto, as perguntas eram as seguintes: 1) Você costuma ouvir rádio? 2) Quais são as faixas horárias em que você costuma ouvir rádio? 3) Em que lugar você costuma ouvir rádio? 4) Quais são as emissoras de rádio de sua preferência? 5) Quais são os estilos musicais que você mais gosta? 6) Que tipo de programação não pode faltar numa rádio? 7) De que tipo de tema você gostaria que um programa de rádio tratasse?

2.3.1 – Audiência do rádio

No Brasil, a penetração do meio rádio oscila entre 74% e 96% da população com mais de 10 anos, segundo o Mídia Dados (2004, p. 33). As faixas etárias com 15/19 anos e 20/29 anos detêm os índices mais elevados de audiência. De acordo com a publicação, 89% das mulheres e 91% dos homens ouvem rádio pelo menos uma vez por semana.

Uma pesquisa anterior, realizada com estudantes do Ensino Médio da região de Blumenau (ZUCCO; REIS, 2004, p. 8), constatou que a penetração do rádio alcançava 88,3% dos entrevistados, sendo que 53,8% tinham o hábito da escuta diária. O tempo destinado à audiência oscilava entre 30 minutos e três horas por dia.

A presente pesquisa verificou que a maioria absoluta dos entrevistados ouve rádio regularmente, o que confirma a expressiva penetração deste meio junto ao público jovem. Segundo os dados da amostra, o hábito soma 95,8% dos alunos da Universidade que responderam o questionário. Um total de 4,2% da amostra declarou que nunca ouve rádio.

Dos estudantes que ouvem rádio, um total de 51,8% tem o hábito da escuta diária. O tempo dedicado à audiência do rádio oscila entre 30 minutos e 3 horas diárias. Cerca de 14% dedicam até uma hora por dia para ouvir rádio.

Um total de 18,7% dos entrevistados respondeu que ouve rádio pelos menos uma vez por semana; 14%, de duas a três vezes por semana; e 15,3%, de quatro a cinco vezes por semana. Os resultados são apresentados no Gráfico 1 (incluído nos apêndices deste trabalho).

2.3.2 – Faixa horária

O horário nobre do rádio no Brasil se situa entre 6h e 12h, de acordo com o Mídia Dados (2004, p. 101). O período constitui o momento de maior importância relativa para o consumo do rádio. Nesta faixa horária, o contato com o meio rádio se situa atrás apenas da mídia jornal. À tarde, a audiência do rádio cai, tendência que se mantém no período noturno, horário nobre da televisão.

Entretanto, a pesquisa realizada com estudantes do Ensino Médio da região de Blumenau (ZUCCO; REIS, 2004, p. 8-9) constatou que, neste segmento de público, a audiência se distribuía de modo uniforme ao longo das diversas faixas horárias do dia, sem a concentração característica do período matinal. O momento de máxima audiência se situava entre o meio-dia e às 14h, período em que 19,5% dos entrevistados informaram que escutavam rádio. A audiência reduzida pela manhã e pela noite se explicava, possivelmente, porque o Ensino Médio oferecido na região concentra a oferta de aulas no período matutino, o que condiciona os hábitos de escuta.

A presente pesquisa apontou tendência semelhante. A maioria dos entrevistados (17,7%) respondeu que ouve rádio entre o meio-dia e às 14h, enquanto a audiência das 14h às 16h somou 12,2% das respostas e das 16h às 18h, 11,53%. As faixas entre 8h30min e 10h30min e entre 20h e 22h alcançaram índices que variavam entre 4,8% e 7,6%.

Os resultados não são uma consequência direta do consumo ou da concorrência de outras mídias em tais períodos, mas sim do horário das aulas na Universidade, onde a oferta do ensino se concentra nos turnos matutino e noturno. À tarde, em compensação, um número menor de cursos tem aulas, o que se reflete num incremento dos índices de audiência do rádio. Os resultados da pesquisa figuram no Gráfico 2 (apêndices).

2.3.3 – Lugar da escuta

Uma das principais características do rádio, em comparação com outros meios de comunicação de massa, é a mobilidade da sua audiência. As pessoas ouvem rádio em casa, no trabalho, no carro, no ônibus, nas ruas, enfim, em diferentes lugares.

Na pesquisa realizada com estudantes do Ensino Médio da região de Blumenau (ZUCCO; REIS, 2004, p. 9), a maioria dos entrevistados (58,1%) respondeu que ouve rádio em casa. Um total de 32,5% informou que costuma ouvir no carro e 7,9% no trabalho. Os resultados se explicam, em parte, porque a maioria dos participantes da pesquisa (75%) tinha entre 15 e 17 anos e, portanto, não dirigia e, possivelmente, não trabalhava. Em todo caso, o índice de audiência no carro (32,5%) e no trabalho (7,9%) confirmava o hábito de escuta do rádio fora de casa.

Por outro lado, o presente levantamento, realizado junto aos universitários, indicou um peso maior da audiência no local de trabalho, que somou 15,6% das respostas dos entrevistados. Ainda assim, a escuta em casa (38,5%) e no automóvel (35%) liderou com folga entre os lugares em que os estudantes declararam que costumavam ouvir rádio. A audiência no ônibus somou 10,1%.

Os resultados ratificam a condição do rádio como um meio que acompanha o ouvinte em diversas situações e ambientes, constituindo-se de fato em uma fonte privilegiada de informação e entretenimento. Os dados referentes a esta questão constam do Gráfico 3 (apêndices).

2.3.4 – Emissora preferida

Em Blumenau, estão instaladas 11 emissoras de rádio de âmbito comercial, uma emissora educativa e uma comunitária. As últimas pesquisas contratadas pelos empresários do setor junto ao Ibope – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística indicaram que, no mercado local, lideram a audiência as emissoras que veiculam músicas de gêneros populares, como sertanejo, caipira, forró, etc. A partir da consulta realizada em agosto de 2003, a Menina divulgou que detinha 38,7% da preferência dos ouvintes (MENINA, 2003, p. 1). Um ano depois, a Guararema divulgou que assumira a liderança, alcançando uma participação de 50,3% da audiência (GUARAREMA, 2004, p. 3). Tais pesquisas não informam o índice de audiência da FURB FM, a emissora de rádio da Universidade.

Por sua vez, a pesquisa realizada com estudantes do Ensino Médio da região de Blumenau (ZUCCO; REIS, 2004, p. 9), referida anteriormente, indicou que nesse segmento de público as emissoras preferidas eram Atlântida (52,1%), Jovem Pan (30,1%), Diplomata

(6,5%), Band (5,7%) e Studio (5,7%). A este respeito, convém destacar que todas as emissoras transmitem em FM, sendo que quatro delas seguem o modelo de programação radiofônica denominado *Contemporary Hit Radio* e três operam em rede. Por outro lado, em tal levantamento não houve menção à Furb FM, embora a programação da emissora contemple a difusão de músicas identificadas com o público jovem, como *reggae*, *rock* e *funk*.

A presente pesquisa confirmou tendências semelhantes. A Atlântida alcançou uma audiência de 42,2%, seguida por Jovem Pan (22,9%) e Band (6,9%). A Menina obteve 4,7% das respostas e a Guararema, 2,9%. À diferença do resultado registrado na consulta feita aos secundaristas, entre os universitários a FURB FM conseguiu a preferência de 2,1% dos entrevistados. Os resultados são apresentados no Gráfico 4 (apêndices).

2.3.5 – Estilo musical

Quanto ao estilo das músicas, novamente se percebeu uma relativa coincidência na preferência de estudantes do Ensino Médio e do Ensino Superior. A pesquisa com os secundaristas (ZUCCO; REIS, 2004, p. 10) revelou que o *rock* (23,9%) e o *pop* (20,5%) eram os estilos de música preferidos pelos estudantes que ouvem rádio. A MPB (11,9%), a música eletrônica (11,3%) e o *hip hop* (10,7%) apareciam em seguida. O *rap* (5,8%), o samba/pagode (5,3%) e o sertanejo (4,3%) formavam um terceiro bloco no gosto musical dos entrevistados.

Já na consulta feita aos universitários, os resultados foram os seguintes: *pop*, 18,34% das preferências; *rock* nacional, 17,2%; *rock* internacional, 16,5%; e MPB, 14,1%. O levantamento apontou um bloco de estilos musicais intermediário no gosto dos entrevistados, formado por *hip hop* (7,3% das respostas) e música eletrônica (7%). Sertanejo (4,4%), *rap* (3,9%), clássica (3,8%), samba/pagode (3,6%) e alemã (1,5%) completam a lista.

Como se observa no Gráfico 5 (apêndices), o repertório dos entrevistados apresenta uma grande diversidade de estilos, mas a maioria se concentra nos tipos de música em geral difundidos nas emissoras do formato *Contemporary Hit Radio*, o que ajuda a explicar o resultado da questão anterior, na qual se notou uma superioridade de tais

emissoras na preferência dos ouvintes. Gêneros populares, como o pagode, a música erudita, o *rap* e o sertanejo não desfrutam de espaço junto à mostra. Por outro lado, embora Blumenau seja uma cidade de colonização alemã, a música típica também tem baixa aceitação junto aos universitários.

2.3.6 – Tipo de programa

Quanto ao tipo de programação, os participantes da pesquisa anterior (ZUCCO; REIS, 2004, p. 10) indicaram uma preferência pelos temas de humor (29,9%) cobertura de festas e eventos (21,5%) e jornalismo (19,7%). Os entrevistados também consideraram que na programação de uma emissora de rádio não podiam faltar a realização de concursos (6,6%), as dicas de modas (6,6%) e as previsões do horóscopo (6,3%). Os estudantes deram menos importância às fofocas da TV (4,0%) e à cobertura esportiva (3,8%).

No levantamento atual, se observa que os entrevistados atribuíram mais importância ao jornalismo (26,5%) e aos esportes (10,6%). No entanto, o humor manteve a liderança, com 28,9% das preferências. A cobertura de festas e eventos apareceu com 13,5% das respostas. Na ponta de baixo da tabela estão as fofocas de TV (3,4%), o horóscopo (2,7%) e as dicas de moda (2,2%), como se nota no Gráfico 6 (apêndices).

Os resultados confirmam o perfil de ouvinte apontado em questões anteriores (emissoras de rádio e estilos musicais preferidos). Os entrevistados revelam uma grande identificação com a programação típica das emissoras do formato *Contemporary Hit Radio*, especialmente no que se refere aos tipos de programas com maior número de menções na pesquisa. Por outro lado, os dados da mostra apontam alguma receptividade aos temas de atualidade informativa (aí incluído o esporte), o que constitui uma área de atuação atualmente pouco explorada na programação das rádios voltadas ao público jovem.

2.3.7 – Tipo de tema

No que se refere ao tema que o entrevistado gostaria para um programa de rádio, a pesquisa revelou uma grande diversidade de opiniões, a exemplo do que se verificou entre os estudantes do Ensino Médio (ZUCCO; REIS, 2004, p. 10-11). Os secundaristas

manifestaram receptividade a um amplo leque de assuntos e as preferências se distribuíram de maneira uniforme entre as diversas alternativas oferecidas no questionário, sem que se destacasse algum tema em particular. As respostas com maior número de menções foram as seguintes: notícias da TV e do cinema (11,7%), dicas para arrumar um emprego (10,1%), dicas de lazer e turismo (9,9%), fatos curiosos e históricos (9,2%). A prevenção de doenças (6,8%), a agenda social de festas e atrações (6,7%), as curiosidades do inglês e do português (6,3%) e as entrevistas com personalidades (6,1%) se situaram num bloco intermediário na preferência dos estudantes que participaram da pesquisa.

Entre os universitários, observou-se tendência semelhante. Os temas de maior interesse foram os seguintes: fatos curiosos e históricos (10,8%), dicas de lazer e turismo (10,1%), direitos do consumidor (9,2%), dicas para conseguir um emprego (8,1%), e notícias da TV e do cinema (7,9%). Os entrevistados atribuíram menor importância a temas como dicas de etiqueta (3,4%), dicas de moda (2,8%) e dicas de culinária (2,5%). Os dados completos referentes a esta questão constam do Gráfico 7 (apêndices).

Os resultados indicam que, de fato, existe espaço para a oferta de uma programação radiofônica educativa destinada ao público jovem, pois os ouvintes estão receptivos a uma ampla pauta de assuntos compatíveis com tal finalidade. Neste rol, se incluem os temas relacionados à cultura, história, línguas, saúde, economia e música de diferentes estilos. O desafio consiste em encontrar a linguagem adequada para comunicar-se com este público.

3 – Considerações finais

A realização desta pesquisa, que teve os objetivos de verificar a penetração do meio rádio e avaliar a aceitação de programas educativos junto aos estudantes do Ensino Superior de Blumenau, apontou, por um lado, que o rádio é um meio de comunicação presente no dia-a-dia do jovem e que, por outro, a audiência está receptiva a uma programação que aborde temas de caráter educativo.

Em linhas gerais, os resultados confirmam uma tendência verificada anteriormente, através de uma pesquisa realizada com estudantes do Ensino Médio.

A presente pesquisa revelou que 95,8% dos alunos da Universidade ouvem rádio e que a escuta se realiza predominantemente em casa ou no automóvel (no total, cerca de 74%), na faixa horária entre meio-dia e 18h (41,5%). Os entrevistados responderam que, em geral, ouvem as emissoras de rádio que transmitem *pop* e *rock* (somadas elas alcançam 70% das respostas), pois o *pop* e o *rock* são os seus estilos de música preferidos (52,1%). A emissora educativa da Universidade (FURB FM) obteve a preferência de 2,1% dos universitários. No levantamento, se observou que os estudantes apreciam programas de humor, de informação, de cobertura de eventos e esportes. Os entrevistados também demonstraram interesse por temas relacionados a curiosidades, lazer e turismo, direitos do consumidor, dicas para conseguir um emprego e notícias da TV e do cinema.

Com efeito, tais dados indicam que existe espaço para o desenvolvimento de uma programação radiofônica de caráter educativo, desde que a produção siga uma abordagem adequada ao ouvinte jovem (temas, linguagem e repertório musical). Os resultados servem de referência para que a Furb FM amplie a sua presença junto a este segmento de ouvintes.

O presente trabalho constitui uma aproximação preliminar a este problema de pesquisa. O estudo terá continuidade, num outro momento, com a realização de um levantamento semelhante junto aos professores e técnicos administrativos da Universidade.

Referências bibliográficas

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO. Brasília, 16 de fevereiro de 2000.

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO. Brasília, 24 de agosto de 2001.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Municípios**. Disponível em <http://www.sc.gov.br/municipios>. Acesso em 24 de maio de 2004.

FURB FM. **Programação**. Disponível em <http://www.furbfm.furb.br>. Acesso em 24 de maio de 2004.

GUARAREMA FM. **Pesquisa Ibope**. Blumenau: 2004. Material de divulgação.

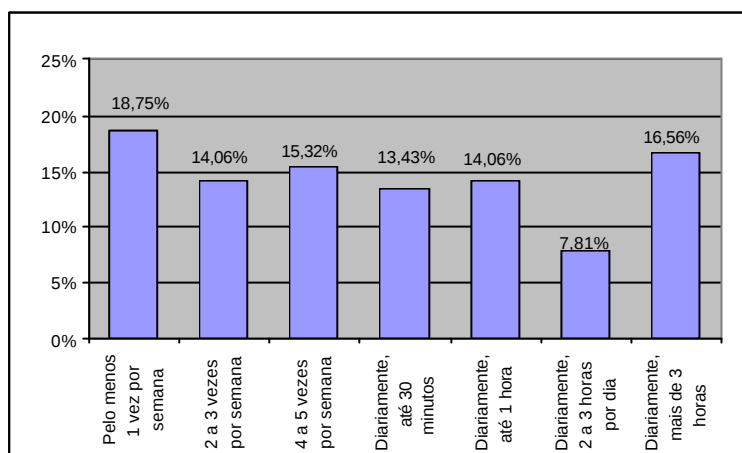
MENINA FM. **Pesquisa Ibope**. Blumenau: 2003. Material de divulgação.

MÍDIA DADOS. São Paulo: Grupo de Mídia de São Paulo, 2004.

ZUCCO, F. D.; REIS, C. A presença do meio rádio junto aos estudantes do Ensino Médio e as possibilidades de desenvolvimento de uma programação com finalidade educativa. Estudo de caso: FURB FM. XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30 de agosto a 3 de setembro, Porto Alegre. **Comunicação, acontecimento e memória**. Porto Alegre: Intercom, 2004. CD-ROM.

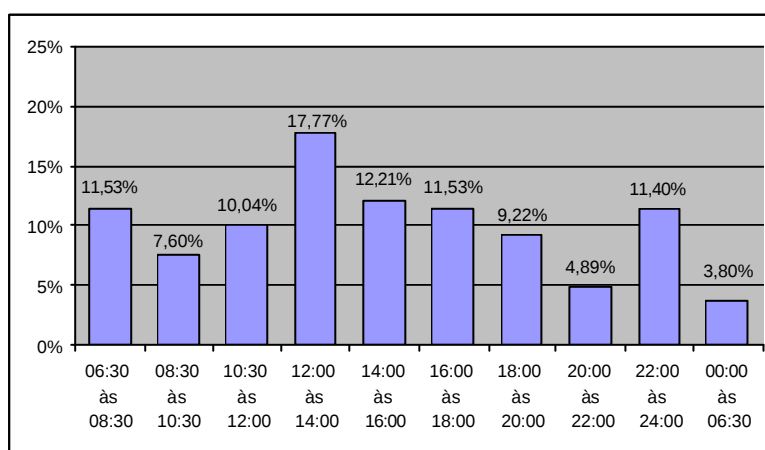
Apêndices

Gráfico 1 – Você costuma ouvir rádio?



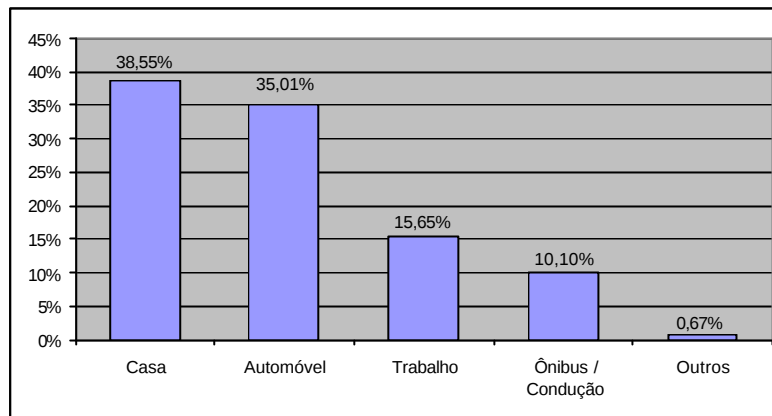
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 2 – Quais são as faixas horárias em que você costuma ouvir rádio?



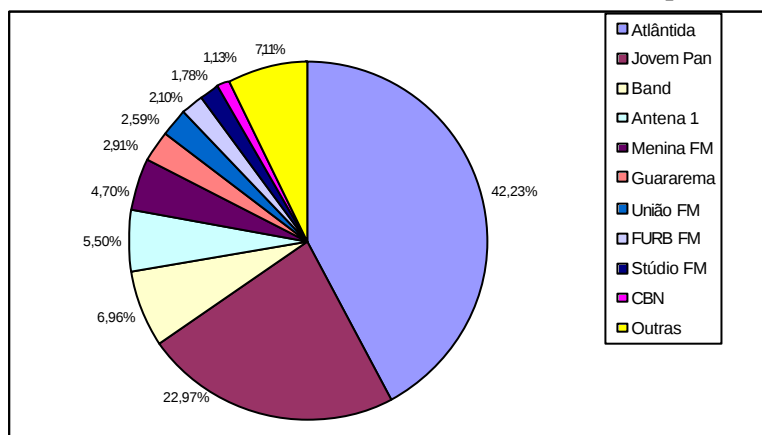
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 3 – Em que lugar você costuma ouvir rádio?



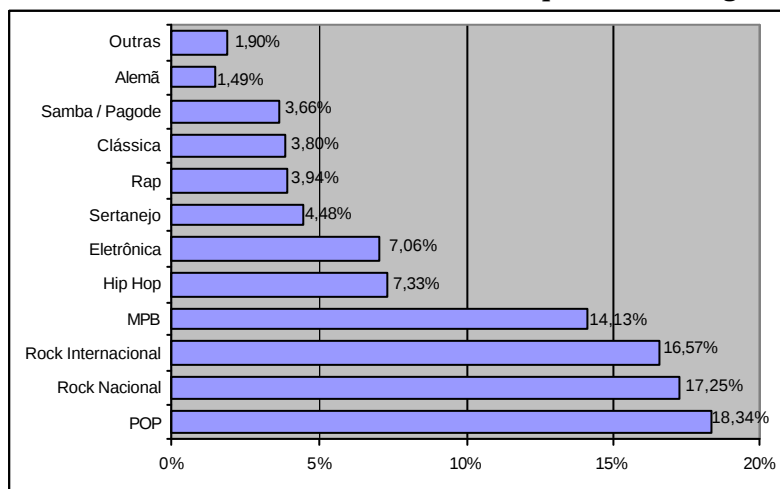
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 4 – Quais são as duas emissoras de rádio de sua preferência?



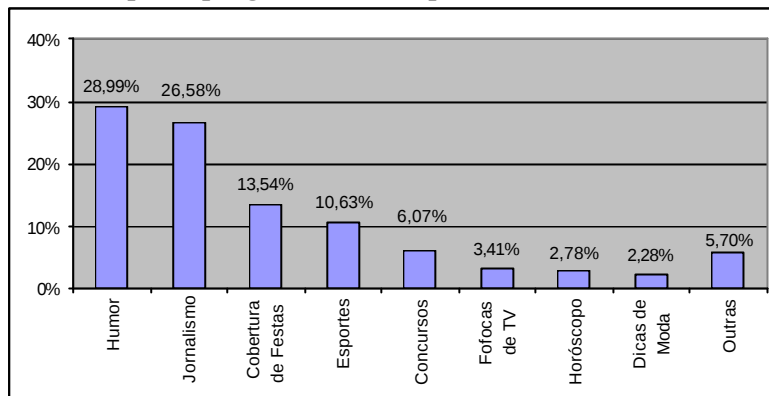
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 5 – Quais são os estilos de música que você mais gosta?



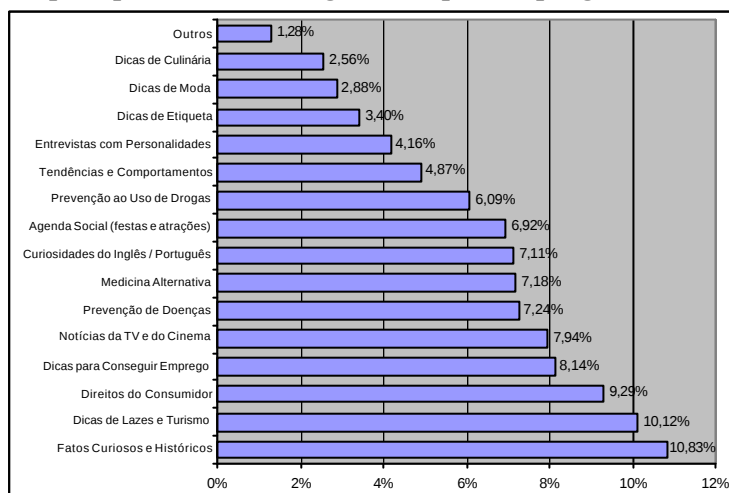
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 6 – Que tipo de programação não pode faltar numa emissora de rádio?



Fonte: Elaboração própria

Gráfico 7 – De que tipo de tema você gostaria que um programa de rádio tratasse?



Fonte: Elaboração própria