



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DECOM
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

Alexon Magno dos Santos

Erick Ronnie Souza Alcântara

Rômulo de Castro Figueirôa

CONEXÃO JOVEM

O PROGRAMA CONECTADO EM VOCÊ

CAMPINA GRANDE – PB

2011

Alexon Magno dos Santos
Erick Ronnie Souza Alcântara
Rômulo de Castro Figueiroa

CONEXÃO JOVEM – O PROGRAMA CONECTADO EM VOCÊ

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, como
requisito parcial para obtenção da graduação em
Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo.**

Orientadora: Prof^a. Dr^a .Goretti Maria Sampaio de Freitas

CAMPINA GRANDE – PB

2011

S237c Santos, Alexon Magno dos.
Conexão Jovem [manuscrito] : o programa conectado em
você / Alexon Magno dos Santos, Erick Ronnie Souza Alcântara,
Rômulo de Castro Figueirôa. – 2011.

53.; il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo) – Universidade
Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2011.

“Orientação: Profa. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas,
Departamento de Comunicação Social”.

1. Rádio. 2. Informação. 3. Juventude. I. Título.

21. ed. CDD 070.194

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO FINAL DO TCC

ALUNO	MATRÍCULA
ALEXON MAGNO DOS SANTOS ✓	052276961
ERICK RONNIE SOUZA ALCANTARA ✓	072275456
ROMULO DE CASTRO FIGUEIROA ✓	072270683
TÍTULO: CONEXÃO JOVEM	

BANCA EXAMINADORA:

ORIENTADOR:

Apiretti M^e Sombrozi de Freitas

1º MEMBRO:

[Assinatura]

2º MEMBRO:

Manassés Moraes Xavier

BANCA EXAMINADORA	NOTAS ATRIBUÍDAS
a) PROFESSOR ORIENTADOR	10,0
b) 1º MEMBRO	10,0
c) 2º MEMBRO	10,0
MÉDIA ARITMÉTICA (a+b+c) : 3	10,0

NOTA FINAL: 10,0 (RE) (RE)

OK online

DATA: 22 / novembro 2011

Apiretti M^e Sombrozi de Freitas

Professor Orientador

À nossa família e amigos, que sempre nos apoiaram ao longo de nossas vidas e de nossa jornada acadêmica, nos incentivando a nunca desistir daquilo que desejamos alcançar.

AGRADECIMENTOS

Deus

Nosso Pai celestial e superior que nos deu esse dom maravilhoso de sermos informadores e formadores da opinião pública, levando as informações para as pessoas com qualidade e veracidade.

Família e amigos

Aos nossos pais que nos deram a vida e sempre nos apoiam em todos os momentos de nossas vidas, as esposas e filha pelo companheirismo e compreensão nas horas em que tivemos que nos ausentar do aconchego familiar, a todos os nossos amigos que fizeram parte da turma 2007.2 de Comunicação Social – Noturno e a todos os nossos amigos que fazem parte de nossas vidas, pela torcida e confiança a nós atribuída, em busca de alcançarmos os nossos objetivos desejados.

Professores:

Pelo empenho e dedicação durante todo o período de nossa jornada acadêmica, sempre procurando nos dar sabedoria e discernimento, para que nos tornássemos comunicadores e formadores de opinião pública;

De forma especial ao **Professor Massilon Gonzaga** que por sua iniciativa de nos ceder um espaço na Arius FM, foi daí onde tudo começou. Ao **Professor Arão Azevedo** que nos deu auxílio no planejamento gráfico do nosso trabalho.

Em especial a **Professora Doutora Goretti Sampaio**, pela grande ajuda e orientação prestada durante todo o período deste Trabalho Acadêmico, da pauta até a edição do trabalho.

Ao técnico em Áudio **Paulo Guilherme**, pelo total apoio durante a produção do programa, dando sugestões criativas e fornecendo todo seu conhecimento durante as etapas deste trabalho.

Pelo empenho e dedicação durante todo o período de nossa jornada acadêmica, sempre procurando nos dar sabedoria e discernimento, para que nos tornássemos comunicadores e formadores da opinião pública.

“A Ausência de um rosto que fala não é uma inferioridade: É uma superioridade; é precisamente o eixo da intimidade que vai se abrir.”

Gaston Bachelard

Pensador francês

RESUMO

Este trabalho propõe uma discussão sobre a falta de empatia do público jovem com o rádio. Isso acontece porque as emissoras de rádio não oferecem programas de cunho juvenil, além da falta de espaço cedido para que os jovens possam interagir em meio aos programas radiofônicos. Com isso, produzimos o **Conexão Jovem** com a finalidade de oferecer à juventude um programa com a sua cara e suas características. A partir deste programa, esperamos que as emissoras de rádio possam criar mais programas de cunho juvenil, oferecendo espaço para a interação e, ao mesmo tempo, propiciando a aproximação dos jovens com o rádio. Para fundamentar teoricamente o nosso trabalho nos apoiamos em autores a exemplo de Ariés (1981), Souza (2006), Abramo (1994), Novaes (2006), entre outros.

Palavras – Chave: Rádio; Juventude; Informação.

Abstract

This work proposes a discussion about the lack of empathy with the young public radio. This is because radio stations do not offer programs youth imprint, and the lack of space provided for young people to interact through the radio programs. With this, we produced the Youth Connection in order to offer a youth program with its face and its features. From this program, we expect radio stations to create more programs youth imprint, providing space for interaction and at the same time, the approach of providing young people with the radio. To theoretically support our work we rely on authors like Aries (1981), Souza (2006), Abramo (1994), Novaes (2006), among others.

Words - Key: Radio; Youth; information.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1- Justificativa	12
2- Fundamentação Teórica	14
2.1- Rádio: Contextualização Sócio histórica	14
2.2- Rádio e Juventude	16
2.1.1- Compreendendo a Juventude	16
2.1.2- A Cultura do rádio entre os jovens	18
3- Da Metodologia	19
3.1- Características Técnicas	24
4- Da Execução do Programa	26
4.1- Passo a Passo	26
5- O Conexão Jovem	34
Considerações Finais	52
Referências	54
Apêndices	

INTRODUÇÃO

Atualmente, cerca de 90%¹ dos domicílios do país possuem rádio, desde o tradicional até os mais modernos, já em termos de mídia, esse número só é superado pela televisão que chega a 99%.

No país existem hoje 2.986 emissoras FM, sendo 678 no Nordeste, e 62 na Paraíba. Uma pesquisa realizada pela Agência de Propaganda e Publicidade, Propeg, em 2000, aponta o rádio como a mídia com maior índice de satisfação do público, com 73% de aceitação.

A pesquisa ainda revela que nos últimos cinco anos a audiência média do rádio cresceu 44%, tendo o público feminino como maior ouvinte, isso porque 53% são mulheres e 47% são homens.

O rádio sempre foi pensado como um meio que pudesse levar informação, educação e entretenimento para as pessoas, por ser o pioneiro, encontrou algumas dificuldades relacionadas com a linguagem, pois, quando surgiu, à maioria da população brasileira era analfabeta e a linguagem era muito “intelectual” para que essa maioria a compreendesse.

Atualmente, o rádio enfrenta um grande problema, que é a falta de empatia dos jovens, que preferem se conectar às redes sociais, para se relacionarem com outros grupos e ficarem informados sobre tudo o que acontece em torno de sua volta.

Dentro de uma conjuntura atual, verificada através das programações de rádio voltadas ao público jovem em nossa cidade, e ainda reforçada por uma pesquisa que procurou detectar o que os nossos jovens buscam e esperam numa programação de rádio, sentimos a necessidade de contribuir com a materialização deste programa.

¹ www.microfone.jor.br (Acesso em 11 de outubro de 2011)

Nosso objetivo é promover através de uma programação informativa e interativa, levar aos ouvintes uma nova possibilidade de discutirmos as inquietações que norteiam nosso dia a dia enquanto consumidores de notícias.

Diante desta contextualização, nos propusemos a produzir um programa no formato de Radiorrevista que cumpra a função, sobretudo, de informar;

Engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinada entre si de diversas formas. Cada um destes elementos contribui, com características próprias, para o todo da mensagem. Os três últimos trabalham em grande parte o inconsciente do ouvinte, enquanto o discurso oral o consciente (FERRARETTO. 2004. p. 26).

Outro ponto de suma importância é que a comunicação produzida e transmitida pelo rádio seja circular e não linear. Tal como propôs Brecht (1981), devemos ver a comunicação como algo possível de se construir e não de como utópica.

Propomos criar um programa com viés intimista, promovendo um papel que seja visto como de utilidade pública.

A participação dos jovens ouvintes através de uma mediação dos interlocutores possibilitará uma interação, visto que estamos estreitando nossas relações sociais e, conseqüentemente, estaremos estreitando a intimidade entre os jovens ouvintes. O que fará com que nossos ouvintes se sintam parte integrante do programa.

Este trabalho está assim estruturado: inicialmente temos a presente introdução, a seguir, expõe-se a fundamentação teórica. Logo após, explicitaremos as considerações finais, para terminar temos as referências e os apêndices.

1- Justificativa

O fascínio e paixão pelo rádio surgiram desde nosso terceiro ano de curso quando cursamos o componente curricular Rádio Jornalismo, nosso professor era Massilon Gonzaga que percebeu nosso interesse e nos convidou a preenchermos um horário disponível na Rádio Arius FM. De imediato aceitamos o desafio e criamos o programa Espaço Universitário, um programa com estilo rádiorevista, com informações e entretenimento. No dia 24 de abril de 2010 foi ao ar o primeiro programa. Com duração de uma hora e periodicidade semanal ia ao ar todo sábado a partir das 09:00 horas. Era produzido e apresentado por cinco alunos do curso de Comunicação Social (Alexon, Dagberto, Erick, Rodrigo e Rômulo), com espaço para sugestões e reclamações dos ouvintes além de muita informação. Ficou no ar por aproximadamente três meses e foi uma ótima experiência para nossa formação, pudemos aprender na prática desde a produção até a apresentação do programa. A partir daí todas as aulas relacionadas a rádio nossa participação era constante.

A proposta de realização de um programa de rádio direcionado ao público jovem surgiu da percepção possibilitada pelas ações e, principalmente, pelas fundamentações acadêmicas, e ainda pelas experiências do dia a dia, que mostram a carência de programas de rádio que verdadeiramente venham ao encontro dos anseios da população de jovens ouvintes.

Neste trabalho, especificamente, pontuamos a oportunidade ímpar de desenvolvermos a prática do Jornalismo na sua essência, tendo a preocupação de adaptarmos à linguagem do rádio.

É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição, em aparelho de comunicação. O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização (BRECHT, in BASSETS, 1981 p.56).

Nossa proposta nasce de inúmeras discussões feitas nas diversas disciplinas que compõem o histórico curricular do curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo. Nesta conjuntura, vale ressaltar a preocupação de nossos professores, que embasados em pensadores tais como Marcelo Parada, no livro Rádio: 24 horas

de Jornalismo, nos provocaram a pensar o Jornalismo, especificamente no rádio, como algo fascinante, entretanto, perigoso.

É um erro primário associar o profissional do rádio a um inimigo do texto ou alguém que teria menos trabalho com a palavra escrita. Talvez em nenhum outro meio o texto seja tão importante e precioso. Dinâmico, rápido e ágil, o rádio exige de quem escreve a objetividade, a economia de palavras e o encadeamento claro e simples das ideias para que o ouvinte possa compreender facilmente a informação no momento exato em que a escuta. (PARADA, Rádio: 24 horas de Jornalismo, 1981 p.49).

Mediante o que foi apresentado no decorrer do nosso trabalho, acreditamos que nossas pesquisas nos levam a compartilhar com as ideias apresentadas por Brecht (1981), em que, pela sua perspectiva, a comunicação radiofônica deve ser enriquecida com a participação e contribuição dos ouvintes.

Pelas análises e preocupações apontadas por Brecht (op.cit), a ideia converge na necessidade do rádio se transformar em meio de comunicação e não meramente transmissão de informações aos jovens.

Desejo vivamente que esta burguesia, além de ter inventado o rádio, invente outra coisa: um invento que torne possível estabelecer de uma vez por todas o que se pode transmitir pela rádio (BRECHT, in BASSETS, 1981. p.50) em seu ensaio “O Rádio: uma descoberta antediluviana”, o primeiro da sua tese “Teoria do Rádio”.

Diante desta realidade, buscamos através das experiências acadêmicas produzir um programa - em formato de Radio Revista – que se configure num importante meio de troca de ideias entre os jovens.

Buscamos com a produção e apresentação deste programa atender aos anseios de um público composto por jovens ouvintes que esperam através do veículo rádio conseguir informações que possam suprir e tentar responder a inúmeros questionamentos que permeiam o dia a dia de nossos jovens.

Sabemos também do grande desafio que temos pela frente, propiciar o estancamento do que podemos chamar de envelhecimento do público que consome as programações de rádio. Para isso, destacamos a necessidade de produzir um programa que fale com o jovem, que o provoque a refletir sobre o seu real papel dentro da sociedade atual.

2- Fundamentação Teórica

2.1- Rádio: Contextualização Sócio histórica

Desde sua criação, o rádio sempre foi um importante meio de comunicação. No Brasil, a primeira transmissão radiofônica aconteceu em sete de setembro de 1922, durante as comemorações do centenário da Independência.

A Westinghouse Electric Internacional Co instalou no alto do Corcovado, no Rio de Janeiro, uma estação de 500 watts, inaugurada com o discurso do então presidente Epitácio Pessoa, que foi ouvido também em Petrópolis e Niterói.

No final das festividades, o rádio saiu do ar reaparecendo no ano seguinte. No dia 20 de abril de 1923 começou a funcionar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a atual Rádio MEC, criada por Roquete Pinto e Henrique Morize com o objetivo de lutar pela cultura dos que vivem em nossa terra.

Na Paraíba, o rádio chegou em 1931 com a inauguração da Rádio Club da Paraíba, como forma de enfrentar a Rádio Club de Pernambuco que tinha grande audiência na capital paraibana e disseminava produtos do comércio pernambucano em João Pessoa.

Em 25 de janeiro de 1937, Argemiro de Figueiredo estatizou a Rádio Club da Paraíba, denominando-a de Rádio Difusora da Paraíba. Dois meses depois, passou a se chamar Rádio Tabajara da Paraíba. A emissora, então, começou a seguir o modelo da Rádio Nacional² do Rio de Janeiro, no campo da estrutura administrativa e da programação (radio jornalismo, auditório e novelas).

Interessado no poder e na penetração do rádio como instrumento de propaganda, o Estado Novo permitiu que os lucros auferidos com publicidade fossem aplicados na melhoria da estrutura da rádio o que permitiu que a Rádio

² A Rádio Nacional foi pioneira no rádio jornalismo brasileiro quando em 1941, durante a II Guerra Mundial, criou o Repórter Esso, a partir disso, a rádio criou um padrão inédito de qualidade no rádio-jornalismo que, até então, era limitado a ler no ar notícias de jornais impressos.

Nacional mantivesse o melhor elenco de músicos, cantores e radioatores da época, além da constante atualização e melhoria de suas instalações e equipamentos.

Desde 1936, aconteciam em Campina Grande experiências radiofônicas. Um serviço de alto-falantes foi instalado na Rua Marquês do Herval. Esse serviço foi utilizado por bastante tempo e tinha como finalidade fazer entrevistas e veicular programas sobre futebol, política e cultura.

A primeira rádio da cidade foi inaugurada no dia 13 de maio de 1948, a então Rádio Cariri, hoje Nova Cariri, arrendada ao grupo Enivaldo Ribeiro. A princípio se instalou no bairro de Bodocongó, mas seus transmissores e antenas foram instalados na Rua Pedro II, na Bela Vista.

A história da radiofônica campinense se confunde com a própria história do rádio no Brasil. Acompanhou as transformações técnicas, vivenciou os mais relevantes programas através da sua época de ouro e esteve presente nas coberturas de fatos relevantes que marcaram o cenário político, econômico e social da cidade e da região. (SOUZA, 2006. p. 125).

Em dezembro de 1949, a cidade ganhou outra emissora, a Rádio Borborema, instalada no centro da cidade. Campina Grande foi a primeira cidade do Estado a implantar uma Rádio em FM. Em 21 de outubro de 1978, foi inaugurada a Campina FM, idealizada pelo espírito empreendedor de Hilton Mota, a rádio, afiliada à Transamérica de São Paulo, chegou com uma programação bastante eclética, levando aos seus ouvintes o que tinha mais diversificado em jornalismo e programas musicais.

Hoje a cidade conta com 08 emissoras de rádio, sendo 06 comerciais e duas comunitárias (Ariús e Lagar). Das comerciais, três operam em Amplitude Modulada (Borborema, hoje Rádio Clube; Caturité e Nova Cariri) e as outras três em Frequência Modulada (Campina Grande FM; Correio FM e Panorâmica).

As rádios desde o seu surgimento (final da década de 40) vêm contribuindo para o progresso cultural da região. Atuam dentro da tríade: informação, entretenimento e prestação de serviços atendendo preferencialmente a um público adulto.

As três FMs operam basicamente numa mesma linha de programação, constituindo-se através de um conjunto eclético de opções que variam entre o jornalismo e o entretenimento (FREITAS, 2010).

2.2- Rádio e Juventude

2.2.1- Compreendendo a Juventude

A princípio, encontramos algumas dificuldades no conceito do que é juventude devido ao diversificado campo de ação teórico desse conceito. Para que possamos construir um significado coerente dessa categoria é preciso recuperar as contribuições propostas por alguns autores, problematizando algumas concepções. Nesse sentido, existe uma discussão sobre juventude mediante uma perspectiva sociológica e psicológica sendo que, sob o ponto de vista psicológico, a etapa em análise se caracteriza por dois momentos: adolescência e juventude.

Para Ariés (1981), juventude é a fase da vida que se compõe como socialmente distinta, processando-se mediante progressiva instituição de um espaço separado de preparação para a etapa adulta.

A corrente relacionada à Psicologia aponta várias características que visam embasar o conceito: evolução sexual, identidade e auto-afirmação, tendência grupal, crises no âmbito da religião, contradições sucessivas, mudanças de humor.

Já a corrente sociológica vê a juventude como expressão social a partir do momento em que os jovens começam a problematizar o processo de transmissão de normas sociais, buscando seus direitos em prol de uma autonomia.

Abramo (1994), por sua vez, atesta que a visibilidade da juventude e sua tematização constroem-se nesse período através do surgimento de um comportamento “anormal” por parte de grupos de jovens delinquentes, excêntricos ou contestadores, implicando todos, embora de formas diferentes, num contraste com os padrões vigentes.

A nova postura amplia a cultura juvenil que, até o momento, era tratada como sub-cultura. Ou seja, o jovem ressurgue criando uma “nova classe social”, manifestada uma cultura específica. Uma constatação possível pode ser a “febre” do *rock'roll* que contamina quase todos os países do mundo. (ABRAMO, 1994 p.08)

A noção de juventude pode variar no interior de uma sociedade para outra, limitando-se apenas a determinados grupos.

A autora apresenta uma explicação a essa nova conduta da juventude, atestando que esses grupos buscam visibilidade pela sub-cultura juvenil, adotando tanto uma reversão musical inerente ao rock, como pelo modo exagerado de se vestir. “Trata-se de grupos fundados em atitudes como rejeição de aparatos grandiosos e de conhecimento acumulado” (ABRAMO, 1994, p. 49).

Ao alcançar a fase da adolescência o jovem passa a conviver em um mundo externo, cujos hábitos, costumes e sistemas de valores são totalmente diferentes daqueles dos quais estava habituado na infância.

Segundo Novaes (2006), o conceito de ser jovem passa por constantes mudanças circunscritas ao tempo e às distintas culturas nos espaços sociais. A autora questiona: quem e até quando pode ser jovem?

Jovens são aqueles nascidos há 14 ou 24 anos- seria uma resposta, mas, no entanto, esses limites de idade também não são fixos. Para os que não têm direito à infância, a juventude começa cedo. Com efeito, qualquer que seja a faixa etária estabelecida, jovens com idades iguais vivem juventudes desiguais (NOVAES, 2006, p.105).

Em uma análise pormenorizada, a autora apresenta duas argumentações para explicar o momento de contraposição, a primeira está relacionada à questão da delinquência, na qual os grupos de jovens ocupam seu tempo fora dos espaços institucionais adequados, estimulando-se, assim, à criminalidade.

Já a segunda, discute as expressões juvenis sob a ótica de um condicionamento de rebeldia que visa buscar inovações na vida social. Na perspectiva sociológica, torna-se essencial problematizar que a delimitação de faixas etárias para definir o que é ser jovem é contraditória, na medida em que os grupos não se constituem de forma homogênea, já que cada sociedade define suas etapas de vida, atribuindo-lhes diferentes significados.

Portanto, não podemos compreender a juventude como categoria única, mas em várias categorias juvenis, compreendendo-as através de uma pluralidade de interpretações. Isso porque, no mundo contemporâneo, há uma grande diversidade de pensamentos, opiniões e experiências que, de certa maneira, fazem com que esses grupos lhes atribuam novos significados constantemente.

2.1.2- A cultura do rádio entre os jovens

No contexto da sociedade atual, a Internet tem assumido um papel fundamental, proporcionando cada vez mais o aumento de internautas (pessoas que navegam na Internet). Esse fato acontece porque muitas dessas pessoas têm o computador ou notebook como ferramenta de trabalho ou fazem outras atividades que necessitam dos mesmos.

A maioria do público jovem escuta o rádio em casa, no local de trabalho, na escola, e em vários outros lugares através da Internet, mantendo-se informados sobre os acontecimentos do dia a dia e também interagindo com o meio através das redes sociais, serviços de mensagens e torpedos enviados aos programas radiofônicos.

Contudo, há ainda muito trabalho para desenvolver neste campo, as emissoras têm de traçar objetivos concretos para a interação com a Internet, para que possam desfrutar das suas potencialidades, pois a internet oferece a rádio muitos benefícios, tais como a inovação e a importância que as emissoras podem vir a ter.

E nessa perspectiva, o Conexão Jovem é direcionado ao público jovem, mostrando que tipo de programação eles gostariam de ouvir, a forma de como os programas devem ser apresentados, a linguagem que deve ser usada pelos locutores, entre outros termos técnicos para que, desta forma, eles possam perceber a importância do rádio e se aproximem mais dele.

3- Da Metodologia

Antes mesmo de iniciarmos nossas atividades acadêmicas no curso de Comunicação Social já éramos ouvintes dos programas de rádio em Campina Grande.

Evidentemente que a partir dos conhecimentos que adquirimos na Universidade, nosso olhar tornou-se mais crítico e, com isso, íamos percebendo o quanto carecíamos de um programa que atendesse aos anseios dos jovens ouvintes de nossa cidade.

Até então nossa percepção era abstrata, quer dizer, não tínhamos fatos concretos que nos embasassem. E, portanto, deveríamos torná-la concreta.

Para tanto, começamos a tentar imaginar como poderíamos materializar essa nossa percepção acerca da necessidade iminente de informações esperadas pelos jovens ouvintes de Campina Grande.

Foi então que nasceu a ideia de aplicarmos um questionário com perguntas semiestruturadas. Buscamos auxílio de nossa orientadora que nos provocou, na melhor concepção da palavra, a encontrar as principais questões a serem respondidas e que viessem ao encontro de nossas percepções.

Nossa orientadora, Goretti Sampaio, deixou bem claro que a avaliação dos resultados deste questionário deveria ter um caráter genuinamente qualitativo.

Após um debate, em que tiveram envolvidos tanto os três integrantes da equipe, quanto de nossa orientadora, chegamos a um consenso de que treze perguntas seriam suficientes para esclarecer nossas dúvidas. E, principalmente, responder nossos inúmeros questionamentos. Elaboramos conjuntamente um total de vinte perguntas e destas destacaríamos as treze mais relevantes. Feito isso, mais uma vez consultamos nossa orientadora que achou prudente e suficiente abrangermos um universo de trinta jovens, no máximo, escolhidos aleatoriamente.

Formatamos o questionário da forma mais clara e objetiva e levamos mais uma vez para que nossa orientadora pudesse realizar uma última avaliação e sugerir possíveis modificações. A única notificação foi a sugestão de mudar o termo ouvir por escutar.

Cada um dos três integrantes do grupo ficou responsável por coletar o questionário de dez jovens, o que totalizaria os trinta jovens entrevistados, como já havia sido estabelecido.

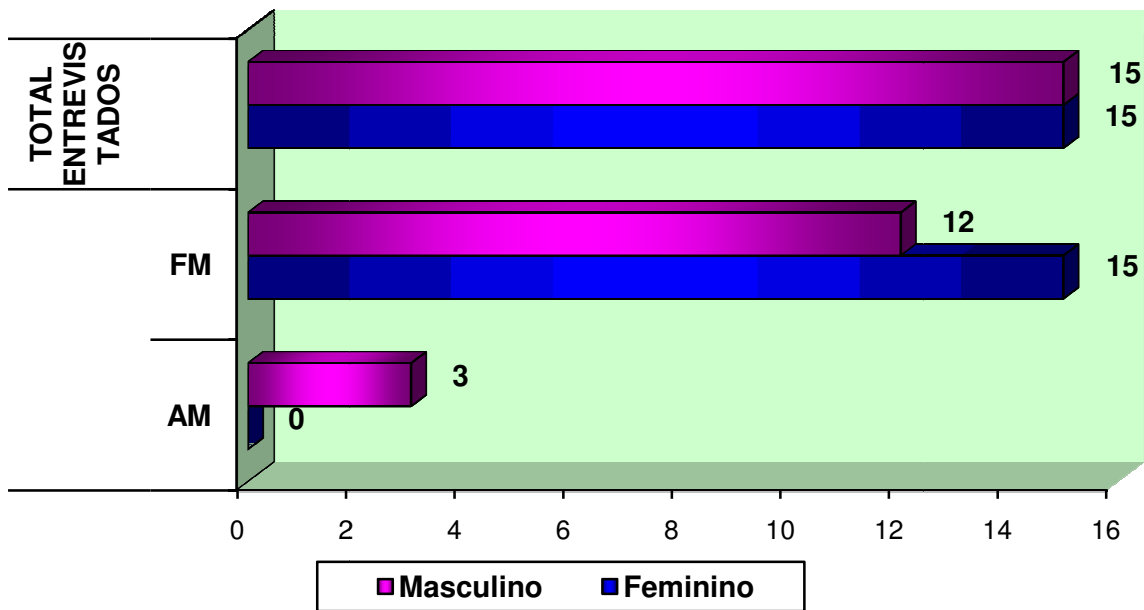
Por questões óbvias, os entrevistados que responderam negativamente a pergunta número quatro: - Você costuma escutar rádio? Automaticamente descartados da sequência do questionário. Nosso objetivo era identificar que tipo de programa os jovens de Campina Grande gostariam de ouvir no rádio.

Coincidentemente, tivemos quinze entrevistados do gênero masculino e quinze do gênero feminino. O que, sem dúvida alguma, tornou nossa análise ainda mais significativa. A média de idade dos nossos entrevistados do gênero feminino foi de 22,7 anos, enquanto que do gênero masculino de 25,9 anos. Vale lembrar que o questionário foi aplicado entre os dias 10 e 12 de outubro de 2011.

Num primeiro momento, buscamos avaliar o grau de escolaridade dos jovens entrevistados. E muito embora tenhamos buscar um universo aleatório, que ultrapassasse os muros da academia, chegamos a um número surpreendente de universitários, embora não tão surpreendente, se considerarmos que recente pesquisa apontou que 8% da população Campinense é de estudante de graduação e pós-graduação. Pois bem, 80% das entrevistadas são universitárias e no caso do gênero masculino, este número é de 73,3%.

O próximo passo foi identificar qual a frequência de rádio preferida pelos jovens ouvintes. Mais uma vez tivemos a constatação do que víamos e ouvíamos no dia a dia. Para nossas entrevistadas 100% de preferência pela frequência do FM (frequência modulada), já para nossos entrevistados, 80% de preferência para frequência FM e 20% para a frequência AM (Modulação em Amplitude). Conforme mostra nosso quadro:

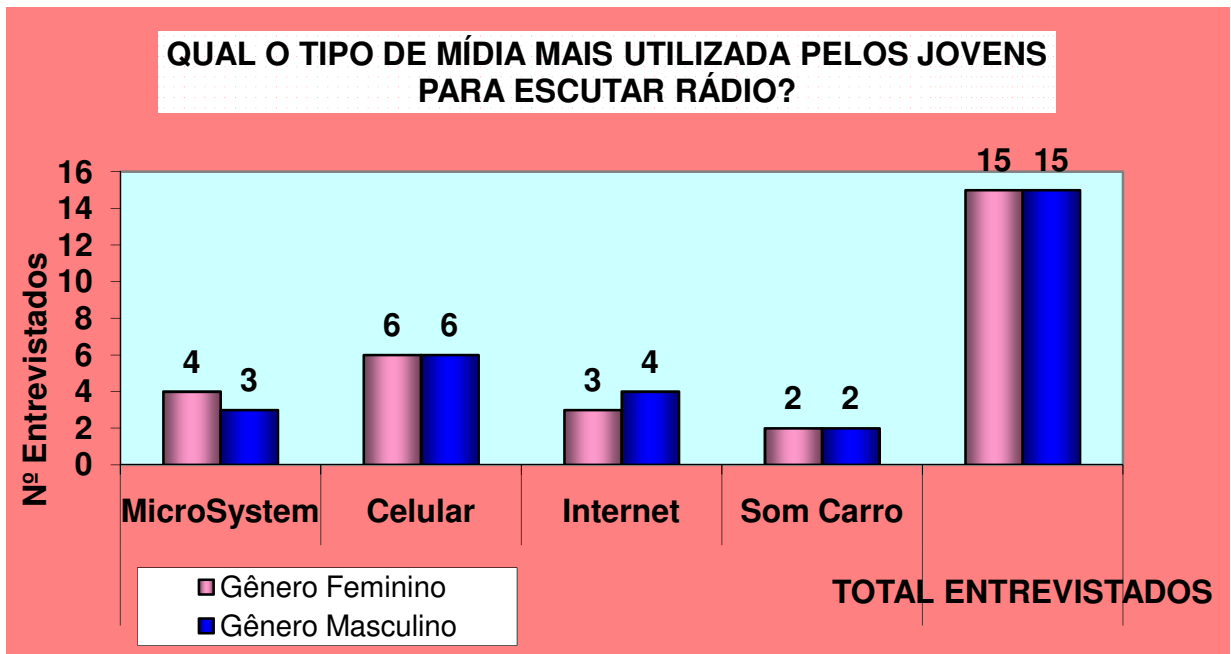
QUAL A FREQUÊNCIA PREFERIDA DOS JOVENS PARA ESCUTAR RÁDIO?



Outra pergunta que o questionário trouxe, referia-se a preferência pelo horário ideal para que o programa fosse ao ar. Para 40% das entrevistadas a preferência foi pelo horário da manhã, enquanto que outros 40% para o horário noturno, os 20% restantes para o horário da tarde. Já para nossos entrevistados 46,6% optaram pelo horário da tarde, enquanto que para outros 46,6% para o horário da noite.

A seguir perguntamos aos nossos entrevistados os que eles buscam nas programações de rádio. Para 33,33% de nossas entrevistadas, a busca pela informação, já para entrevistados o percentual foi de 66,66% para informação.

Perguntamos sobre qual o veículo usado pelos entrevistados para escutar rádio. Para 40% ou 12 entrevistados o celular é o veículo de preferência para escutar rádio, enquanto que para 26,7%, ou seja, 7 pessoas a preferência é pelo tradicional micro system. Veja gráfico abaixo:



A pergunta seguinte foi a que, sem dúvida, nos norteou a condução do nosso trabalho de produção de um programa de rádio.

O que falta no rádio para atrair o público jovem? Para 40% de nossos entrevistados do gênero feminino falta uma programação que aborde questões do dia a dia para 33,33% destas, um programa onde o locutor fale uma linguagem jovem e 13,33% um programa onde haja mais participação dos ouvintes.