

SINTONIZANDO O PÚBLICO DE RÁDIO UNIJUÍ FM: UMA ANÁLISE PROFUNDA E ABRANGENTE ¹

**Carlos Daniel da Silva Araújo ², Cíntia Cristina Roith Alves³, Felipe Linke Winckler⁴,
Gabriela Hickenbick Wadas⁵, Paula Fuchs⁶**

¹ Trabalho desenvolvido na disciplina de Marketing Digital do curso de Administração da UNIJUÍ

² Estudante do 3º semestre do curso de Administração.

³ Estudante do 4º semestre do curso de Administração.

⁴ Estudante do 4º semestre do curso de Administração.

⁵ Estudante do 4º semestre do curso de Administração.

⁶ Estudante do 4º semestre do curso de Administração.

O presente resumo objetiva aduzir os principais resultados obtidos a partir de um diálogo estabelecido com a demandante do desafio da Rádio Unijuí FM inserido na plataforma Sou Mais relativa ao Projeto Integrador de Marketing e Relações com o Mercado. O intuito foi de coletar informações essenciais para melhor compreender a problemática que foi atribuída ao grupo. Este primeiro contato foi essencial para compreensão dos estudantes quanto aos desafios que a Rádio Unijuí enfrenta, e qual o seu objetivo com esta demanda. A entrevista em questão foi de natureza aplicada, adotando uma abordagem qualitativa. Em termos de seus objetivos, a pesquisa se caracteriza como exploratória. Os procedimentos técnicos empregados consistiram na condução de uma entrevista de profundidade, seguindo um roteiro previamente elaborado pelos estudantes. Durante a entrevista, as respostas da entrevistada foram registradas por meio de transcrição. No decorrer da conversa, foram discutidas as dificuldades enfrentadas por uma rádio universitária devido às restrições e normas que devem ser seguidas, tais como limitações em relação aos estilos musicais e às formas de publicidade, como a divulgação de valores, que não podem ser realizadas. Embora estas questões refletem uma percepção da gestora a partir de sua trajetória e experiência profissional, a mesma destacou que sente falta de estudos mais aprofundados por meio de pesquisas com amostras mais expressivas para que se tenha informações mais acuradas acerca do perfil de audiência do veículo rádio. Com o resultado da entrevista o grupo compreendeu quais as necessidades da emissora, que são a obtenção de material quantitativo quanto aos seus ouvintes, com faixa etária, nível de escolaridade, gostos musicais, horários e preferência de programas. A resolução deste problema será feita a partir de uma pesquisa de campo utilizando um formulário físico/online que traz pontos principais de interesse para auxiliar a rádio a direcionar seus esforços de forma mais eficaz em relação ao seu público-alvo. Além disso, os dados obtidos na pesquisa serão valiosos para demonstrar aos potenciais anunciantes os benefícios e resultados que podem obter ao veicular suas mensagens na Rádio Unijuí. Esta pesquisa visa fornecer resultados concretos sobre a audiência da rádio, com o intuito de auxiliar a emissora a direcionar seus esforços de forma mais eficaz em relação ao seu público-alvo. Além disso, os dados obtidos na pesquisa serão valiosos para demonstrar aos potenciais anunciantes os benefícios e resultados que podem obter ao veicular suas mensagens na Rádio Unijuí.

Palavras-chave: Rádio. Entrevista. Pesquisa. Ouvintes