

CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA NO RÁDIO:

Tendências e Perspectivas de Consumo de Rádio em Joaçaba

Pesquisador(es): LIMA, Micheli Chaves de; SANTOS, Paulo Ricardo dos

Curso: Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda

Área: Ciências Sociais

Resumo: A convergência midiática está se tornando frequentemente objeto de estudo devido aos avanços tecnológicos e uma cultura participativa, o impacto que esses avanços causaram mudaram a maneira do público interagir e consumir as mídias tradicionais. Diferentes ouvintes, com diferentes idades, irão interagir e consumir rádio de maneiras distintas. Através de uma pesquisa bibliográfica iremos analisar a relação com os ouvintes, até a chegada a internet e das novas ferramentas de convergência que estão sendo utilizadas por emissoras de rádio, para então alcançar os objetivos propostos a) identificar as emissoras de rádio inseridas em Joaçaba, bem como sua evolução e o uso da convergência; b) analisar as diferentes gerações e seus perfis de consumo; c) investigar a percepção dos consumidores em relação a rádio e mídias sociais. Diante disso, realizou-se uma pesquisa qualitativa, classificando o consumo de rádio entre diferentes gerações. Como resultado, pode-se perceber quais são os hábitos e tendências que as diferentes gerações adotam ao consumir rádio, o que os indivíduos entrevistados procuram no rádio e quais são as mídias de convergência capaz de atingi-los.

Palavras-chave: Convergência. Rádio. Gerações. Consumo. Emissoras.

E-mails: micheli.lima@unoesc.edu.br; paulo.santos@unoesc.edu.br

