

PROPOSTA DE UM PROJETO PILOTO DE REFORMULAÇÃO DE UMA
WEBRADIO UNIVERSITÁRIA

ANA PAULA DA CUNHA PEREIRA
CAROLINE JENIFER MENDES
NATALIA FABIAN MORENO
NATÁLIA SERRA PORTELA
NATALY VASCONCELOS MENDES
NAYARA KATIANE SILVA DE SOUZA

PROPOSTA DE UM PROJETO PILOTO DE REFORMULAÇÃO DE UMA
WEBRADIO UNIVERSITÁRIA

ANA PAULA DA CUNHA PEREIRA
CAROLINE JENIFER MENDES
NATALIA FABIAN MORENO
NATÁLIA SERRA PORTELA
NATALY VASCONCELOS MENDES
NAYARA KATIANE SILVA DE SOUZA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de
Comunicação Social “Jornalista Roberto
Marinho” de Presidente Prudente, Curso
de Jornalismo da Universidade do Oeste
Paulista, como parte dos requisitos para
a sua conclusão.

Orientador: Prof. Esp. Homéro Ferreira

**ANA PAULA DA CUNHA PEREIRA
CAROLINE JENIFER MENDES
NATALIA FABIAN MORENO
NATÁLIA SERRA PORTELA
NATALY VASCONCELOS MENDES
NAYARA KATIANE SILVA DE SOUZA**

Proposta de um projeto piloto de reformulação de uma webradio universitária

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado à Faculdade de Comunicação
Social “Jornalista Roberto Marinho” de
Presidente Prudente, Universidade do
Oeste Paulista, como requisito parcial para
sua conclusão.

Área de concentração: Jornalismo

Presidente Prudente, 26 de outubro de 2015

BANCA EXAMINADORA

Prof. Esp. Orientador Homéro Ferreira
Universidade do Oeste Paulista – Unoeste
Presidente Prudente-SP

Prof. Esp. Presidente Giselle Tomé da Silva
Universidade do Oeste Paulista – Unoeste
Presidente Prudente-SP

Prof. Esp. Fernanda Sutkus de Oliveira Mello
Universidade do Oeste Paulista – Unoeste
Presidente Prudente-SP

DEDICATÓRIA

Nossos sinceros agradecimentos aos familiares, especialmente aos pais e mães que lutaram para termos a melhor educação e formação acadêmica, além de nos conceder a vida, o bem mais precioso. Aos amigos e namorados incentivadores que nos ajudaram a enfrentar e conseguir alcançar nossos objetivos. Obrigado pela compreensão nos momentos difíceis.

Somos gratas também a Deus por possibilitar este acontecimento em nossas vidas e por nos ajudar a enfrentar todas as dificuldades, que surgiram em nossos caminhos.

AGRADECIMENTOS

Aos professores, que neste período de quatro anos foram os principais responsáveis por garantir nosso aprendizado e entendimento da vida acadêmica, servindo de espelho para nós alunos. Em especial aos professores Rogério do Amaral, Maria Luisa Hoffmann, Lêda Márcia Litholdo, Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior, Renato Pandur Maria, Fernanda Sutkus de Oliveira Mello, Giselle Tomé da Silva e Anderson Cirilo de Paula Souza por toda paciência e dedicação.

Ao nosso querido professor e orientador Homéro Ferreira, não somente por orientar-nos no desenvolvimento desta pesquisa, mas também pelos ensinamentos em sala de aula, onde pudemos vivenciar e nos apaixonar pela rotina de um profissional de rádio.

Ao responsável pela execução da peça prática deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) o Webdesigner, Luiz Gustavo Cunha Ederli, pois, com sua calma, conseguiu suportar seis mulheres nas reuniões e executar seu trabalho de forma responsável e com maestria. Obrigada por sua dedicação e à sua mãe pelos lanches da tarde.

Pelo tempo concedido e informações fornecidas, queremos agradecer ao estagiário do laboratório de rádio Pedro da Costa Fernandes e sonoplasta Jesley Almeida. Por todo carinho e palavras de motivação, agradecemos também ao funcionário do laboratório de fotografia Jorge Flash.

E por fim, agradecemos a querida banca que nos ajudou com seus apontamentos e correções para que a pesquisa fosse concluída com êxito.

Muito obrigado a todos que colaboraram direta ou indiretamente na realização deste sonho, contribuindo para nossa formação.

“Um homem que tem algo a dizer e não encontra ouvintes está em má situação. Mas, pior ainda estão os ouvintes que não encontram quem tenha algo a dizer-lhes”.

Bertold Brecht

RESUMO

Proposta de um projeto piloto de reformulação de uma webradio universitária

A presente pesquisa é um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp) da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste) e tem como objetivo analisar a influência da mudança dos mecanismos de usabilidade e interatividade empregados na página de uma *webradio* universitária. Assim, proporcionando à comunidade acadêmica um novo formato para acesso, visando a melhor usabilidade do site, uma vez que o mesmo se encontra desatualizado, com dificuldades de localização dos novos conteúdos, o que gera ruídos na interação com os usuários. A metodologia utilizada teve abordagem qualitativa e método de estudo de caso. O levantamento de dados foi feito a partir de pesquisa bibliográfica, aplicação de formulário e entrevista em profundidade. A pesquisa bibliográfica levantou teorias específicas sobre o rádio, *webradio* e os componentes tecnológicos que auxiliam para um bom funcionamento do *site*, tais como usabilidade, interatividade e arquitetura da informação. As questões dos formulários serviram como base para investigação do ponto de vista dos acadêmicos de jornalismo da Facopp em relação à Web Rádio Facopp (WRF). Com os dados devidamente analisados, a segunda etapa foi o desenvolvimento da peça prática com a proposta de reformulação do atual *site*, visando melhorias em sua usabilidade e interatividade. Justifica-se tal pesquisa pelo fato de proporcionar aos acadêmicos uma oportunidade de colocar em prática o conteúdo teórico obtido em sala de aula e utilizá-la também como portfólio virtual.

Palavras-chave: Proposta; Radio *web*; Usabilidade; Interatividade; Reformulação

ABSTRACT

A proposal for an overhaul of pilot project of a university webradio

This research is a Work of Course Conclusion (TCC) of the Social Communication Course "Journalist Roberto Marinho" from Presidente Prudente (Facopp) of the University of West Paulista (Unoeste) and aims to analyze the influence of changing usability mechanisms employees and interactivity on the page of a university webradio. Thus providing the academic community a new format for access, for better usability of the site, since it is outdated, with difficulties of location of new content, which creates noise in the interaction with users. The methodology was qualitative approach and case study method. The data collection was made from literature, application form and interview in depth. The literature review raised specific theories on the radio, webradio and technological components that aid to a functioning website, such as usability, interactivity and information architecture. Issues of forms served as the basis for research from the standpoint of Facopp of journalism academics in relation to Web Radio Facopp (WRF). With the data properly analyzed, the second step was the development of practical piece with the proposed amendments to the current site, targeting improvements in its usability and interactivity. Such research is justified by the fact of providing academics an opportunity to put into practice the theoretical content obtained in the classroom and use it also as a virtual portfolio.

Keywords: Proposal; Web radio; Usability; Interactivity; Reformulation

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 –	Conhecimento da WRF	61
FIGURA 2 –	Alunos que acessam	62
FIGURA 3 –	Motivos para o não acesso	62
FIGURA 4 –	Objetivo ao acessar	63
FIGURA 5 –	Interatividade da WRF	63
FIGURA 6 –	Busca por conteúdo no site	64
FIGURA 7 –	Dificuldades ao acessar	64
FIGURA 8 –	Reformulação do site	65
FIGURA 9 –	Mudanças necessárias	66
FIGURA 10 –	Sugestões de mudanças	66
FIGURA 11 –	Nova logo da Rádio Facopp	69
FIGURA 12 –	Página principal do atual site	71
FIGURA 13 –	Página principal do novo site	72
FIGURA 14 –	Página principal com destaque no menu programas	72
FIGURA 15 –	Página “+ Notícias”	73
FIGURA 16 –	Página interna de notícias	73
FIGURA 17 –	Menu “radioteca” no atual site	74
FIGURA 18 –	Menu “radioteca” na proposta de reformulação	75
FIGURA 19 –	Página interna da radioteca - Jornalismo	75
FIGURA 20 –	Página interna da radioteca – Publicidade	76
FIGURA 21 –	Página de <i>Links</i> da Web Rádio Facopp	76
FIGURA 22 –	Página interna da radioteca – <i>Links</i>	77
FIGURA 23 –	Página interna da radioteca – Outros	77
FIGURA 24 –	Página interna de programas	78
FIGURA 25 –	Exemplo da página interna de programas	79
FIGURA 26 –	Janela de comentários Web Rádio Facopp	79
FIGURA 27 –	Janela de comentários	80
FIGURA 28 –	Página “Quem somos” da Web Rádio Facopp	80
FIGURA 29 –	Página “sobre a rádio”	81
FIGURA 30 –	Janela de contato	81
FIGURA 31 –	Primeira versão da página principal	85
FIGURA 32 –	Primeira versão da página de notícias	86
FIGURA 33 –	Primeira versão da página de programas	86
FIGURA 34 –	Primeira versão da página da radioteca	87

FIGURA 35 – Primeira versão da página sobre a rádio

87

FIGURA 36 – Primeira versão da logo do site

88

LISTA DE SIGLAS

AM	-	Amplitude Modulada
AOL	-	América Online
BRASSCOM	-	Associação Brasileira de Empresas de Tecnologias da Informação e Comunicação
CBN	-	Central Brasileira de Notícias
CDS	-	<i>Compact Disc</i>
CSS	-	<i>Cascading Syle Sheets</i>
EUA	-	Estados Unidos da América
FACOPP	-	Faculdade de Comunicação Social "Jornalista Roberto Marinho" de Presidente Prudente
FAPESP	-	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
FM	-	Frequência Modulada
FTP	-	<i>File Transfer Protocol</i>
HTML	-	<i>HyperText Markup Language</i>
HTTP	-	<i>Hyper Text Transfer Protocol</i>
IBCD	-	Índice Brasil para a Convergência Digital
IG	-	Internet Group
IU	-	Interface com o Usuário
MCT	-	Ministério da Ciência e Tecnologia
MPB	-	Música Popular Brasileira
OC	-	Ondas Curtas
OM	-	Ondas Médias
OT	-	Ondas Tropicais
RADCOM	-	Serviço de Radiodifusão Comunitária
RADIOBRÁS	-	Empresa Brasileira de Radiodifusão
RNP	-	Rede Nacional de Pesquisa
RPTV	-	Serviço de Repetição de TV
RTV	-	Serviço de Retransmissão de TV
SARC	-	Serviço Auxiliar de Radiodifusão
UNOESTE	-	Universidade do Oeste Paulista
UOL	-	Universo Online
URL	-	<i>Uniform Resource Locator</i>
WRF	-	<i>Web Rádio Facopp</i>
WWW	-	<i>World Wide Web</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA.....	14
2.1	Problematização.....	14
2.2	Objetivos.....	15
2.2.1	Objetivo geral.....	15
2.2.2	Objetivos específicos.....	15
2.3	Justificativa.....	15
2.4	Metodologia.....	16
2.5	Análise de dados.....	19
3	HISTÓRIA DO RÁDIO.....	21
3.1	Rádiodifusão no Brasil.....	21
3.2	Características e linguagens do rádio.....	24
3.2.1	Linguagens.....	25
3.3	Radiojornalismo.....	26
4	HISTÓRIA DA INTERNET.....	29
4.1	Evolução da web.....	31
4.2	Convergência dos meios.....	33
4.3	Usabilidade.....	35
4.4	Interatividade.....	36
4.5	Arquitetura da informação.....	37
4.6	Identidade Visual.....	40
4.6.1	Cores.....	41
5	WEBRADIO: JUNÇÃO DOS DOIS MEIOS.....	43
5.1	História das webrádios.....	43
5.1.1	Webrádios universitárias.....	45
5.2	Webjornalismo.....	47
5.2.1	Características e linguagens.....	49
5.2.2	A produção de notícia na <i>webradio</i>	50
6	HISTÓRIA DA WEB RÁDIO FACOPP.....	52
6.1	Projeto editorial.....	53

6.2	Programas.....	56
6.2.2	Programação atual.....	58
7	DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA DE REFORMULAÇÃO.....	59
7.1	Pesquisa de campo.....	59
7.2	Acomodações dos novos programas.....	65
7.3	Mudança do nome e logo da “WRF.....	66
7.4	Site.....	68
8	MEMORIAL DESCRITIVO.....	77
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86
	REFERÊNCIAS.....	88
	ANEXOS.....	94
	APÊNDICES.....	105

1 INTRODUÇÃO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) visa propor uma reformulação para uma *webradio* universitária e tem como foco apontar a influência da usabilidade e interatividade neste veículo de comunicação.

Com o final da Segunda Guerra Mundial, a radiodifusão, que antes era usada apenas com fins militares, passou a ser utilizada para meios civis. Devido a sua instantaneidade, o rádio conquistou força para se espalhar pelo mundo.

O início da transmissão de rádio no Brasil se deu no começo da década de 20. As emissoras se organizavam como clubes e viviam do pagamento de mensalidades dos associados. Os aparelhos aos poucos ganharam espaço e se tornaram presentes na maioria dos lares brasileiros, servindo como fonte de informação instantânea e produto de lazer da população.

Com a chegada de novos meios tecnológicos como a internet, houve a preocupação de que o rádio não suportaria a introdução de novas tecnologias. Mas, assim como a televisão, o veículo conseguiu se adaptar e viu na *web* a oportunidade de modernizar seu produto.

Pensando na junção dos dois meios, a "Web Rádio Facopp" foi idealizada e instalada a partir de um TCC realizado por alunos da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste).

O projeto de idealização da *webradio* se deu no primeiro semestre de 2009, denominado "Proposta de Implantação da Rádio Facopp Online". A implantação se deu no segundo semestre do mesmo ano, a partir do TCC "Implantação da Web Rádio Facopp (WRF): a convergência midiática entre rádio e internet".

A WRF foi a primeira rádio universitária *on-line* de Presidente Prudente e teve sua estreia no dia 20 de outubro de 2009, às 9h20. A primeira transmissão foi ao vivo com o "Jornal Facopp". Em seu primeiro dia no ar, o site obteve 248 acessos, aumentando para 362 no segundo e 500 acessos no terceiro dia. O projeto teve boa aceitação da comunidade acadêmica.

Desde o início tem como programas principais: Repórter Web, Frente a Frente, Você Online e Jornal Facopp. Em seu projeto original, a rádio se ajustava às necessidades e tecnologias usadas naquele momento. Com os avanços

tecnológicos, viu-se a necessidade de atualização e reformulação da rádio, atendendo aos usuários que buscam cada vez mais sites dinâmicos e interativos.

O presente projeto de pesquisa tem como intuito a reestruturação da Rádio Facopp, analisando a melhoria da usabilidade e interatividade da *webradio*, visando aprimorar a estrutura da *homepage* e dos programas que a compõem, além das acomodações dos programas já existentes que não possuem fácil acesso na página.

Desta forma, as pesquisadoras decidiram desenvolver como peça prática deste trabalho, uma proposta de *re-design* para o site da Web Radio Facopp (WRF).

O capítulo 2 apresenta à problemática, os objetivos gerais e específicos, a justificativa, metodologia e a análise dos dados obtidos para alcançar os resultados.

Na sequência os capítulos 3, 4 e 5 abordam a história do rádio, da internet e a *webradio*. O processo de evolução ao longo tempo, suas linguagens e principais características, bem como uma explicação da usabilidade e interatividade inseridas no universo *online*.

O conteúdo do capítulo 6 registra a história da WRF, sua linha editorial, os programas que a compõem desde o início até a atualidade.

A peça prática em sua totalidade é abordada no capítulo 7, onde foram expostos os resultados da aplicação de formulários aos alunos de jornalismo da Facopp. Após isso, as autoras puderam dar continuidade às mudanças necessárias para melhoria do site, tais como acomodação de novos programas, mudança de nome e logotipo e re-design do site com base no aprimoramento da usabilidade e interatividade do site.

Por meio do levantamento de dados e cruzamento dos resultados, espera-se que o novo modelo proposto traga melhorias no acesso ao site, onde os mecanismos de usabilidade e interatividade apresentados no estudo possam ser utilizados. Um trabalho sugerido para que os usuários aprendam, produzam e aumentem seus conhecimentos através do consumo dos materiais produzidos pela *webradio*.

2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

2.1 Problematização

Para Barros e Junqueira (2010, p.42), após a determinação do tema é necessário formular uma pergunta para se ter um ponto de partida. Todo problema parte de uma indagação que pode gerar outras.

Schander apud Marconi e Lakatos (2010, p.107-108), diz que “a formulação do problema prende-se ao tema proposto: ela esclarece a dificuldade específica com a qual se defronta e que se pretende resolver por intermédio da pesquisa”.

Rudio apud Marconi e Lakatos (2010, p.139), reforça que:

Formular o problema consiste em dizer, de maneira explícita, clara, compreensível e operacional, qual a dificuldade com a qual nos defrontamos e que pretendemos resolver, limitando o seu campo e apresentando suas características. Desta forma, o objetivo da formulação do problema é torná-lo individualizado, específico, inconfundível.

Sendo assim, a pesquisa terá como foco a reformulação da Web Rádio Facopp (WRF), visando melhorias na estrutura da *homepage*. Além da acomodação de programas já existentes que não possuem ícones de acesso na página.

Em entrevista com o responsável pela Web Rádio Facopp, Homéro Ferreira¹, que também orienta este projeto, foram expostos por ele os problemas e dificuldades encontrados para trabalhar com o atual formato do site. Dentre os relatos está o fato de que nem mesmo a contabilização do número de visitantes pode ser feita, já que seria necessária uma senha de acesso que se perdeu com a mudança de funcionários.

Ferreira relatou que ao solicitar aos alunos que procurem por determinado conteúdo no site, a resposta é sempre negativa. Os estudantes reclamam da atual estrutura, onde não conseguem encontrar o que buscam e os resultados são insatisfatórios.

¹ Entrevista com Homéro Ferreira, professor de radiojornalismo e supervisor da Web Rádio Facopp (WRF), da Facopp, em 29 maio 2015.

Neste sentido a pesquisa propõe a reformulação da Web Rádio Facopp e desta forma levanta a seguinte questão: de que maneira a usabilidade e interatividade influencia ou modifica o funcionamento da *webradio*?

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo geral

- Propor o re-design da Web Rádio Facopp, construindo uma proposta de adequação para o site seguindo os mecanismos de usabilidade e interatividade para melhor atingir seu público alvo.

2.2.2 Objetivos específicos

- Aprofundar o conhecimento e traçar um panorama histórico da existência da rádio, para compreender como melhorá-la;
- Compreender a importância da *webradio* para a universidade e para a formação dos alunos;
- Entender os conceitos do jornalismo e suas características no rádio.

2.3 Justificativa

A justificativa deste projeto baseia-se na ideia de que esta reforma ajudará o veículo a se modernizar, aumentando sua usabilidade e interatividade com o público, os estudantes do curso de Comunicação Social, possibilitando maior relacionamento entre eles.

Barros e Junqueira (2010, p.44) afirmam que a justificativa é o que dá ao pesquisador a escolha de todos os elementos para elaborar seu trabalho, seja no nível técnico ou prático, metodológico ou teórico.

Em sua contribuição social o projeto proporcionará a comunidade acadêmica, a oportunidade de aumentar seu conhecimento por meio do acesso aos conteúdos produzidos pela rádio.

Na vertente acadêmica, pretende-se que a reformulação do *site* traga benefícios para os estudantes, diante de melhores condições de acesso para

realizarem buscas e atividades acadêmicas; além de fortalecer uma linha de pesquisa dentro da universidade e influenciar novos pesquisadores em futuras descobertas. Servindo também para que conheçam todo material produzido pela rádio.

Com o objetivo de informar e trazer conhecimento aos outros pesquisadores, o trabalho também visa ampliar o preparo profissional e pessoal dos integrantes do grupo, tendo em vista que possuem considerável afinidade com o veículo; além de servir como portfólio.

2.4 Metodologia

A metodologia de trabalho é definida por Alves-Mazzotti e Gewandsznajder (1998, p.4) como conjunto de regras usadas para encontrar a solução de um problema. “Uma das características básicas dos métodos científicos é a tentativa de resolver problemas por meio de suposições, isto é, de hipótese, que possam ser testadas através de observações e experiências. ”

Um dos componentes deste conjunto, que compõem a metodologia é a pesquisa que, segundo Gil (2010, p.1) é definido:

Como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não possa ser adequadamente relacionada ao problema.

Tendo em vista a problemática de que a *webradio* precisava passar por um processo de reformulação, a abordagem utilizada foi qualitativa, pois condiz com o nível de aprofundamento gerado pelos dados. Segundo Goldenberg (2013, p.14), é útil para identificar conceitos e variáveis relevantes por situações que podem ser estudadas. Para a autora, “Na pesquisa qualitativa a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória etc”.

Para Barros; Nascimento (2014, p.17), abordagem qualitativa surgiu para contrapor à quantitativa, e dentro das ciências sociais tem como principal

objetivo a compreensão da realidade humana vivida socialmente, para a partir de então entender as realidades particulares e complexas.

Ainda sobre a pesquisa qualitativa, Martins (2004, p.289), afirma que:

A pesquisa qualitativa é definida como aquela que privilegia a análise de microprocessos, através do estudo das ações sociais individuais e grupais, realizando um exame intensivo dos dados, e caracterizada pela heterodoxia no momento da análise.

De acordo com Goldenberg (2013, p.16-17), aqueles que realizam pesquisa qualitativa são contrários à ideia de uma única forma de pesquisar para todas as ciências. “Estes pesquisadores se recusam a legitimar seus conhecimentos por processos quantificáveis que venham a se transformar em leis e explicações gerais.”

Já o método utilizado para a realização desta pesquisa, foi o estudo de caso. Yin (2010, p.38), o define como:

[...] uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes. Em outras palavras, você usaria o método de estudo de caso quando desejasse entender um fenômeno da vida real em profundidade, mas esse entendimento englobasse importantes condições contextuais – porque eram altamente pertinentes ao seu fenômeno de estudo.

Ainda sobre estudo de caso, Goldenberg (2013, p.34-35), afirma que não existe uma regra específica para a aplicação deste estudo, pois cada observação e entrevista são únicas porque dependem de seus pesquisados, tema escolhido e pesquisador.

“ [...] a importância da ‘interrogação sistemática de um caso particular’ para retirar dele as propriedades gerais ou invariantes, ocultas ‘debaixo das aparências de singularidades’. É ele [o raciocínio analógico] que permite mergulharmos completamente na particularidade do caso estudado sem que nela nos afogemos, como faz a idiografia empirista, e realizarmos a intenção de *generalização*, que é a própria ciência, não pela aplicação de grandes construções formais e vazias, mas por essa maneira particular de pensar o caso particular que consiste em pensá-lo como tal.” (GOLDENBERG, 2013, p.35, grifo do autor)

Para completar a pesquisa será necessária a utilização da técnica de pesquisa bibliográfica que, de acordo com Gil (2010, p.29), faz uso de materiais impressos, revistas, jornais, teses, livros, dissertações e devido a novas

disseminações de formatos de informações, a pesquisa pode incluir outros tipos de fontes como discos, CDs e também matérias disponibilizadas na *web*.

Praticamente toda pesquisa acadêmica requer em algum momento a realização de trabalho que pode ser caracterizado como pesquisa bibliográfica. Tanto é que, na maioria das teses e dissertações desenvolvidas atualmente, um capítulo ou sessão é dedicado à revisão bibliográfica, que é elaborada com o propósito de fornecer fundamentação teórica ao trabalho, bem como a identificação do estágio atual do conhecimento referente ao tema. (GIL, 2010, p.29-30)

Afim de levantar mais informações foi utilizada a aplicação de formulários. De acordo com Prodanov (2013, p.111) o formulário é um método de coleta de dados com perguntas que são respondidas face a face, entrevistador/informante.

Espécie de questionário preenchido pelo próprio pesquisador de acordo com as respostas do informante. Tem como vantagem permitir esclarecimento verbal adicional para as questões de entendimento mais difícil. Podemos concluir que o formulário é um questionário usado para realizar a entrevista pessoalmente. O que diferencia o formulário do questionário é o contato face a face e o preenchimento das respostas pelo entrevistador, no momento da entrevista.

Para melhores resultados foi necessário estipular o universo de aplicação e a amostragem da pesquisa. Mattar, Oliveira e Motta (2014), explicam que a “amostragem é o processo de colher amostras de uma população de pesquisa.” Nesta pesquisa foi utilizado a amostragem probabilística simples, que tem como características:

[...] pelo fato de cada elemento da população ter uma probabilidade conhecida, diferente de zero, idêntica á dos outros elementos, de ser selecionado para fazer parte da amostra. Essa característica permite que qualquer subconjunto de n elementos de uma população constitua-se numa amostra possível dessa população.

A amostragem probabilística aleatória simples, usa um intervalo de confiança de 95,5%, levando em consideração o erro amostral de 5% em um universo de 284 alunos. Foram aplicados os questionários em uma população de 170 participantes, todos discentes da habilitação de Jornalismo do Curso de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp).

As questões elaboradas buscaram, sob o olhar deles, quais as melhorias que acreditavam ser necessárias para a reformulação do site.

Marconi e Lakatos (2003, p.212) pontuam que o formulário é indispensável para uma investigação social, cuja intenção seja coletar dados. Witt (1973, p.46), complementa que a redação simples, clara, concisa é ideal. Itens em demasia devem ser evitados, causam má impressão, questionários ou formulários antiestéticos em termo de papel, disposição das perguntas, grafias etc.

A entrevista em profundidade foi aplicada com dois participantes, Ferreira e Eduardo Rizzo. Profissionais indispensáveis para obter mais informações que contribuíram no desenvolvimento do projeto.

Duarte (2010, p.62) diz que a entrevista é uma técnica que explora assuntos através de informações, percepções e experiências de informantes para que sejam analisadas. Segundo o autor:

Entre as principais características dessa abordagem está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. Este tipo de entrevista procura a intensidade nas respostas, não quantificação ou representação estatística.

As pesquisadoras partiram de pontos pré-estabelecidos através de um roteiro, desenvolvendo novas observações que sanaram dúvidas sobre informações fundamentais para o desenvolvimento do projeto e, com base nos conhecimentos adquiridos por meio de pesquisas bibliográficas, aplicações de formulário e entrevistas em profundidade, foi possível levantar dados e analisar os resultados para o desenvolvimento da peça prática do trabalho.

2.5 Análise de dados

Com a realização de entrevistas em profundidade e aplicação de formulários, as pesquisadoras analisaram os resultados e os conhecimentos levantados pelas técnicas utilizadas.

A autora Novelli (2014, p.178) explica que é possível gerar tabelas para a realização da análise a partir da compilação dos dados das respostas obtidas.

[...] são bastante reveladoras também as tabelas com cruzamento de dados, ou seja, quando duas ou mais questões são avaliadas em conjunto na

mesma tabela. De qualquer forma, a análise dos dados da pesquisa deve estar fundamentada estatisticamente, para que as respostas sejam avaliadas a partir de sua significância, com medidas de tendência central, correlação entre variáveis e outras possibilidades.

Depois de organizar todo o material coletado e as impressões registradas por meio de entrevistas, formulário e pesquisas bibliográficas de modo a promover um cruzamento de dados com o objetivo de apoiar a realidade à teoria, as autoras desenvolveram categorias para análise do material coletado. As informações foram trabalhadas para produção da peça prática de reformulação da atual WRF.

A partir dessas informações e buscando embasar a atual pesquisa, foram fundamentados temas relevantes que trouxeram conhecimentos e argumentos necessários para a continuidade do projeto. Desta forma, o próximo capítulo aborda a história do rádio.

3 HISTÓRIA DO RÁDIO

3.1 Radiodifusão no Brasil

Foi em 1892 que a radiodifusão chegou ao Brasil, no interior de São Paulo. Antes mesmo da descoberta do italiano Guglielmo Marconi o Padre Roberto Landell de Moura com uma válvula amplificadora inventada e fabricada por ele e com três eletrodos enviou e recebeu mensagens por meio do espaço.

Segundo Prado (2012), a história do surgimento do rádio no Brasil foi registrada em meio a discussões e polêmicas. Em grande parte da história, Marconi é quem aparece como inventor, mas este título é reivindicado pelo cientista brasileiro Roberto Landell de Moura. Prado os definiu sucessores de invento, Marconi conseguiu os sinais telegráficos sem fios, para as transmissões em código Morse que foi nomeado de radiotelegrafia. Já Landell, foi o pioneiro das transmissões a distância sem fio, da voz de um ser humano por meio das ondas eletromagnéticas.

Mas foi em 1922 que a radiodifusão ficou conhecida no país.

A radiodifusão só foi “descoberta” pelos brasileiros em 1922. Naquele ano, um grupo de empresários americanos, pretendendo demonstrar a montagem e o funcionamento de uma emissora radiofônica, desembarcou no Rio de Janeiro, apresentando aquele complicado aparelhamento na Exposição do Centenário da Independência do Brasil, na antiga Capital Federal! (TAVARES, 1999, p.47)

Ainda de acordo com Tavares (1999, p.49) o discurso do presidente da República Epitácio Pessoa foi reproduzido ao público no dia 7 de setembro por um sistema “Telefone Alto-falante”, instalado na Praia Vermelha e por um transmissor no alto do Corcovado pela empresa Westinghouse Electric.

Além de demonstração radiofônica, com o Presidente Epitácio Pessoa falando à Nação, anunciava-se como certa a presença do Rei Alberto I, da Bélgica, e várias personalidades do meio empresarial de todo o mundo. Para motivar o interesse público, a cada dia divulgadas as contratações de *shows* de variedades, exibição de bandas de música, espetáculos pirotécnicos, pugilismo etc.

Segundo Saroldi e Moreira (2005, p.16) por mais que houvesse ruídos na transmissão não foi algo feito inconsequentemente. Em 20 de abril, Edgar Roquette-Pinto e Henrique Morize fundaram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro,

junto com seus colegas da Academia Brasileira de Ciências. Esta foi à pioneira das estações de rádio no país, com proposta de conteúdos educativos e culturais.

O modelo da Rádio Sociedade seria adotado pelas estações instaladas tanto na capital quanto em outros pontos do país no ciclo pioneiro do rádio brasileiro, compreendido em 1922 e 1932. Não por acaso, essas emissoras incorporam ao nome a classificação de 'clubes' ou 'educadoras', sendo mantidas pela contribuição mensal de seus sócios/ouvintes. (SAROLDI; MOREIRA, 2005, p.19)

Em 1934 Roquette-Pinto criou uma nova emissora batizada de a Rádio Escola Municipal do Rio de Janeiro, depois mudou para Rádio Roquette-Pinto, de forma que se tornou a primeira emissora com fins exclusivamente educacionais no país (PRADO, 2012).

A radiodifusão educativa brasileira é caracterizada por emissoras de rádio e televisão que transmitem programas de educação com caráter formal (isto é, aquela que se valoriza a certificação mais que a construção do pensamento) ou informal (aquelas direcionadas aos que não buscam necessariamente a obtenção de um diploma, mas de conhecimento). (PIMENTEL apud PRADO, 2012)

Nos anos 30 existiam funcionando no país 29 emissoras radiofônicas. Suas principais programações eram ópera e textos que instruíam os ouvintes para a educação (TAVARES, 1999, p.55).

Em 1931, o Governo Federal passou a se preocupar seriamente com o rádio, que era definido com 'serviço de interesse nacional e de finalidade educativa', regulamentando o seu funcionamento e passando a imaginar maneiras de proporcionar-lhes bases econômicas mais sólidas. Em decorrências disso, foi baixado o Decreto –Lei nº 21.111, de 1º de março de 1932, assinado pelo Sr. Getúlio Vargas, Presidente da República de então, autorizando a veiculação de publicidade e propaganda pelo rádio!

Ainda de acordo com Tavares (1999, p.55) com a inserção das mensagens publicitárias as programações passaram por mudanças. O veículo - até então erudito, cultural e instrutivo - transformou-se em um popular órgão de diversão e lazer.

A década de 1930 deu novo rumo ao rádio. Foi quando muitas outras emissoras começaram a e espalhar pelo Brasil, fazendo com o que o veículo fosse reconhecido, principalmente por uma delas, a Rádio Nacional. Fator bastante importante e que muda radicalmente sua 'face' é que a rádio ganha (ou perde, dependendo do ponto de vista) o aporte comercial, e com

isso pode tanto se profissionalizar como também virar refém de seus anunciantes. (PRADO, 2012)

Segundo Ortriwano (1985, p.17), o rádio foi constituído para fins políticos. Pois nos anos 30, o meio já era usado para disseminar campanha e propaganda de cunho político. Por exemplo, na ocasião da Revolução Constitucionalista de 1932 em São Paulo que convocou a sociedade para lutar a favor das causas políticas.

Conforme Prado (2012), “A força do rádio também foi observada diante do partidarismo de algumas emissoras, que conseguiam efetivamente contribuir para a eleição de alguns políticos”.

Uma grande mudança para a história do rádio também aconteceu na década de 30 com a participação do público, aponta Ortriwano (1985, p.17):

Em 1935, ocorrem dois fatos marcantes para o desenvolvimento da programação nas emissoras brasileiras. A rádio Kosmos, de São Paulo, depois Rádio América, cria o primeiro auditório e, a partir daí, ‘vulgarizaram-se as transmissões com a participação do público, inclusive os programas de auditório.’ Paralelamente, é inaugurada no Rio de Janeiro a Rádio Jornal do Brasil, que ‘estabeleceria uma sistemática de programas fundamentada na informação, dentro da conduta austera, que a norteia até o dia presentes’.

Um marco para a radiodifusão brasileira foi à inauguração da Rádio Nacional do Rio de Janeiro em 1936, afirma Ortriwano (1985, p.18). O início de suas atividades promoveu transformações na radiodifusão, sendo superadas apenas pelo advento da televisão. A partir dela, o rádio desenvolveu-se burocraticamente organizado.

O veículo passou por diversas mudanças e modernizações dos transistores de aparelhos eletrônicos. Com as alterações já concluídas, ele foi apresentado ao mundo em 23 de dezembro de 1947, onde passou a ser mais ágil ao transmitir notícias e serviços. Uma grande revolução foi o transistor, desta forma explica a autora (ORTRIWANO, 1985, p.22), junto a outras tecnologias, ele possibilitou que o ouvinte escutasse o rádio de qualquer lugar, tendo plena mobilidade.

Tavares (1999, p.59) explica:

O rádio fruto deste século, rapidamente tomou conta do mundo inteiro, estabelecendo um contato praticamente imediato entre o acontecimento, o

fato, a informação, a notícia enfim e o grande público. Isso nos dá, portanto, a ideia de que 'rádio é audiência!' [...] Considerada no início apenas uma brincadeira curiosa, a "radiodifusão" se tornou uma arma de influência em todos os campos tendo poder decisivo quer no campo social ou político e econômico, quer no campo religioso, educacional ou cultural.

Conforme Ortriwano (1985, p.24), preocupado com a expansão da radiodifusão, o governo decide criar a Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás) que em 1976, começou a fiscalizar as emissoras distribuídas pelo país.

De acordo com Brasil (2014), a lei que rege a todas as normas de telecomunicações no Brasil é a:

Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997 - Lei Geral de Telecomunicações do Brasil - definiu a Radiodifusão como serviço de telecomunicações que permite a transmissão de sons (radiodifusão sonora) ou a transmissão de sons e imagens (televisão), destinados ao recebimento direto e livre pelo público.

Ainda segundo Brasil (2014), os serviços de radiodifusão são:

Serviço de radiodifusão de sons em ondas médias (OM); serviço de radiodifusão de sons em ondas curtas (OC); Serviço de Radiodifusão de Sons em ondas tropicais (OT); Serviço de Radiodifusão de sons em frequência modulada (FM); Serviço de Radiodifusão de sons e imagens (TV); Serviço de Radiodifusão Comunitária (Radcom); os Serviços Ancilares e Auxiliares de Radiodifusão; Serviço de Retransmissão de TV (RTV); Serviço de Repetição de TV (Rptv) e Serviço Auxiliar de Radiodifusão (SARC).

3.2 Características e linguagens do rádio

Como elemento principal o rádio nos oferece, segundo Barbosa Filho (2009, p.37) diferentes tipos de conhecimento e informações, interligados com as histórias e culturas locais e até mesmo nacionais.

Entre os meios de comunicação de massa, o rádio é, sem dúvida, o mais popular e o de maior alcance público. Não só no Brasil como em todo o mundo, constituindo-se, muitas vezes, no único a levar a informação para populações de vastas regiões que não têm acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais. (ORTRIWANO, 1948, p.78)

De acordo com Barbosa Filho (2009, p.45), as definições do rádio são dadas por diferentes características, a primeira delas é a oralidade, seguida por penetração, baixo custo, mobilidade, sensorialidade, imediatismo, autonomia,

divulgador musical, prestador de serviço, interatividade, companheiro e veículo de comunicação de massa.

O rádio é considerado uma mídia pessoal, por ser livre de tomadas e de fios, proporcionando ao receptor maior mobilidade, conforme Barbosa (2009,p.48).

Mobilidade: sob dois pontos de vista: Emissor: sendo menos complexo tecnicamente do que a televisão, o rádio pode estar presente com mais facilidade no local dos acontecimentos e transmitir as informações mais rapidamente do que a televisão. Com relação aos veículos impressos, o rádio leva vantagens muito grandes[...]. Receptor: o rádio hoje está em todo lugar: na sala, na cozinha, no banheiro, no quarto, no escritório, nas fábricas, no automóvel, eliminando também o hiato de audiência durante o tempo de locomoção de um lugar para o outro. (ORTRIWANO, 1948, p.79)

Para o rádio a interatividade é um dos pontos mais importante, pois conecta o ouvinte ao meio, possibilitando medir a repercussão e dinamismo dos programas.

É preciso ouvir outras pessoas com outros pontos de vistas sobre o mesmo assunto: o ouvinte comum, especialista no tema, ou mesmo alguém na rua que nunca participou de nenhum programa de rádio. Todos têm validade e trazem aquela aura de cotidiano com que todos se identificam. (PRADO, 2006, p.74)

Destacando outra característica, quando se trata da linguagem oral é indispensável que o meio leve em conta a simplicidade e a repetição, pois são itens que ajudam o ouvinte na fixação e compreensão do conteúdo divulgado.

3.2.1 Linguagem

O rádio diferente dos outros meios de comunicação, segundo César (2009, p.123), mediante uso da linguagem radiofônica, tem capacidade de desenvolver na mente dos ouvintes, qualquer tipo de imagens proposta na locução.

Ainda segundo César (2009, p.123), na fase de ouro do rádio, ele chamou a atenção dos ouvintes pelas técnicas aplicadas. “As cenas criadas na mente do ouvinte vinham de elementos radiofônicos do áudio. Por intermédio da música, da voz do rádioator e da ambiência criada pelos efeitos da sonoplastia, a

cena se desenrolava na mente do ouvinte. Os cenários no rádio não são vistos, e sim sentidos.”

Gomes (2006, p.1), diz que a linguagem radiofônica é uma união de elementos da oralidade, todos de natureza paralinguística.

A linguagem radiofônica é o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos, da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação vem determinada pelo conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos ouvintes. (BALSEBRE apud MEDITSCH, 2005, p.329)

Para César (2009, p.129), a palavra como elemento do rádio, tem a função de transmitir comentários, reportagens, fazer leituras de textos e entrevistas, sua linguagem se adapta ao seu público alvo. Já o uso da música, é o que caracteriza uma programação. Os efeitos sonoros, só seriam utilizados na comunicação radiofônica, para enviar uma mensagem clara, para o ouvinte. O silêncio que em sua simples definição, significa as pausas, reflexões, sentimentos e até mesmo dúvidas. Diminuindo o ritmo da programação, possibilitando maior compreensão.

3.3 Radiojornalismo

Na década de 40, em sua época de ouro, as emissoras de rádio começaram a se especializar em determinados campos de atividade. Segundo Ortriwano (1985, p.20), foi nessa fase que o radiojornalismo se estruturou com o surgimento dos jornais noticiosos que marcaram esse gênero, como o “Repórter Esso”, o “Grande Jornal Falado Tupi” e o “Matutino Tupi”.

Ortriwano (1985, p.20), explica que por necessidades de colocar a população a par da Segunda Guerra Mundial, surgiu o “Repórter Esso” no dia 28 de agosto de 1941, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Durante 27 anos o programa deu em primeira mão notícias do Brasil e do mundo, sendo assim várias emissoras passaram a transmiti-lo.

No início do radiojornalismo, Jung (2013, p.34), afirma que não se buscava um formato de texto adaptado ao rádio. Era feita a leitura em voz alta do

que era publicado nos jornais impressos, porém isso não tirava a importância desses programas nos anos 30 e 40.

De acordo com Ortriwano (1985, p.21), o “Repórter Esso” e o “Grande Jornal Falado Tupi”, foram importantes para o radiojornalismo encontrar sua definição e adotasse uma linguagem própria, deixando de ser apenas uma leitura das notícias dos jornais impressos.

Jung (2013, p.35), diz que, os programas atuais de radiojornalismo são muito semelhantes aos primeiros, utilizando uma fórmula criada há mais de 80 anos. Algumas mudanças podem ser notadas, mas os pioneiros da notícia no rádio, ainda são utilizados como referência.

Não desconsidero os que modernizaram a programação nem os que buscaram novos caminhos. Mas ao ouvir a maioria das emissoras que, atualmente, apresentam programas jornalísticos, não tenho como deixar de pensar que aquela turma do passado era, realmente, muito boa, capaz de inventar e reproduzir modelos definitivos para o radiojornalismo.

A época de ouro do rádio se encerra alguns anos depois da chegada da televisão. Quando ela surge, busca nos rádios os seus primeiros profissionais, imitando seus quadros e levando consigo a publicidade, explica Ortriwano (1985, p.21).

O rádio buscou uma reestruturação com novas emissoras, apostando na união de jornalismo, esporte e entretenimento, afirma Jung (2013, p.37).

O rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. Foi se encaminhando no sentido de atender as necessidades regionais, principalmente ao nível da informação. (ORTRIWANO, 1985, p.21)

Segundo Ortriwano (1985, p.22), o rádio ganhou um grande impulso com um novo tipo de programação noticiosa lançada pela Rádio Bandeirantes em 1954, onde as notícias com um minuto de duração entravam a cada quinze minutos e, nas horas cheias, boletins de três minutos.

Jung (2013, p.37), destaca como diferencial do rádio a colocação de repórteres nas ruas, para registrar os acontecimentos ao vivo. Com isso, o veículo recuperou prestígio e pode competir com a alta tecnologia da televisão.

A [...] pan-americana cria, em 1967, uma equipe de jornalismo bem estruturada, que faz com que a imagem da própria emissora mude, de esportiva, para jornalística e de prestação de serviços. A reportagem de rua é intensificada, e a informação passa a estar presente não mais em horários fixos, mas no momento em que o fato acontece, a qualquer hora do dia ou da noite. (ORTRIWANO, 1985, p.24)

A mensagem radiofônica tem como objetivo inteirar o ouvinte sobre o que de interessante e atual ocorre no mundo.

Sob este ponto de vista, podemos considerar que “pertencem à informação todos os programas regulares de notícias, os ocasionais originados pela aparição de uma notícia de excepcional relevo e aqueles outros que têm como finalidade levar ao público um conjunto de conteúdos que estão presentes na atualidade sem serem atuais ao máximo. Desse modo, a informação radiofônica aparece como algo fluido e flexível, um todo dentro da sucessão de mensagens radiofônicas diárias, não como algo isolado dentro da programação, com horário mais ou menos fixo e duração determinada”. (BELAU; ANGEL apud ORTRIWANO, 1985, p.89)

Jung (2013, p.39), ressalta uma das características mais importantes do radiojornalismo, a proximidade do âncora com o ouvinte, que vê no profissional um companheiro com quem divide emoções.

Ao jornalismo era reservado apenas o espaço obrigatório previsto em lei para a frequência modulada. Mesmo assim, as notícias eram apenas lidas, muitas vezes reproduzidas das emissoras AM, pois parte das FMS pertencia a empresas que exploravam o rádio em ondas médias. Não havia departamentos de jornalismo específicos ou equipes de reportagem. Em 1958, a emissora Eldorado reproduziu a mesma programação da AM, sem obter sucesso. A primeira emissora a fazer jornalismo em rádio FM foi a CBN, na metade da década de 1990. A transmissão experimental ganhou público e a confiança dos anunciantes. A estação do Sistema Globo de Rádio, fora do ar há meses, encontrou nova função. Na época, uma novidade. A mesma programação jornalística do AM era transmitida em frequência modulada, dividindo a sintonia do rádio com emissoras dedicadas apenas à música. (JUNG, 2013, p.46)

Após isso, Jung (2013, p.47), diz que muitas rádios jornalísticas (AM) investiram na ideia e, atualmente, a FM não serve apenas para o entretenimento, mas divide espaço com a notícia.

Com os avanços tecnológicos surge um novo meio cheio de possibilidades, que vive em constante evolução: a internet. Para melhor entender este universo, as pesquisadoras apresentam no próximo capítulo a história e características de sua expansão.

4 HISTÓRIA DA INTERNET

Com a expansão da internet o rádio também migrou para esta nova plataforma. Prata (2009, p.28), explica como a origem da internet se deu na década de 70, quando os departamentos americanos decidiram unir e canalizar as informações entre as faculdades e centros de pesquisa. Essa rede se expandiu no final da Guerra Fria. Por duas décadas ela ainda permaneceu restrita nos ambientes acadêmicos e científicos. Somente em 1987 ela foi liberada para uso comercial nos Estados Unidos, se tornando, em 1992, uma mania mundial, dando a possibilidade de milhares de pessoas colocarem e tirarem informações da rede.

No Brasil a expansão comercial da internet foi liberada somente em 1995 e hoje ela pode ser acessada praticamente a qualquer lugar do planeta, bastando apenas um servidor de acesso. Para Prata (2009, p.28), “A última novidade em tecnologia nas relações humanas é a internet, uma fabulosa rede de comunicação que une pessoas de todas as partes do mundo”.

Viera (2003, p.8), também relata que a internet no Brasil teve seu início em 1988 e sua primeira conexão aconteceu graças ao impulso da fundação de amparo à pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), junto com a Secretaria Estadual de Ciência e Tecnologia em parceria com um importante centro de pesquisa dos Estados Unidos, o Fermilab.

Ainda segundo Vieira (2003, p.9):

O governo federal entrou na onda em 1992, com a criação da Rede Nacional de Pesquisa (RNP) pelo Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT). A RNP, coordenada pelo cientista Tadao Takahashi, criou uma gigantesca infra-estrutura de cabos para suportar a rede mundial de computadores, chamada de espinha dorsal (ou *backbone*), que recebia o *link* internacional. Também começou a operar a infra-estrutura de funcionamento da Internet, distribuindo o acesso à rede para universidades, fundações de pesquisa e órgãos governamentais espalhados pelo território nacional.

Para Pinho (2003 p. 39), foi em maio de 1995 que a internet deixou de ser somente para fins acadêmicos e pôde ser comercializada no Brasil, passando a ser de livre acesso para todos.

O ano de 1995 pode ser considerado o marco-zero da Internet comercial no Brasil e no mundo. Foi quando surgiram nos Estados Unidos alguns dos mais importantes nomes da Internet, como *site* de busca Yahoo! e a livraria

virtual Amazon.com, além dos primeiros protagonistas da Web brasileira. (VIEIRA, 2003, p.11)

Ferrari (2010, p.29), afirma que o banco Bradesco foi à primeira empresa a oferecer acesso grátis à internet no Brasil e, na sequência o Unibanco fez o mesmo. A autora diz ainda que o IG também se lançou nesse mercado em 2000, com o objetivo de desenvolver um portal que abrangesse toda a nacionalidade e atraísse muitas pessoas em pouco tempo.

O IG já começaria enfrentando concorrentes de grande porte e estabelecidos, com UOL, ZAZ (hoje Terra), StarMedia, AOL, entre outros. O apelo do grátis foi forte, no entanto. Muitos usuários deixaram de pagar seus provedores e optaram pela internet sem custo. Ao final do primeiro mês, o IG tinha quase oitocentos mil usuários cadastrados e uma média próxima a 1,1 milhão de *page views* por dia. Além do afago no bolso dos internautas, o portal contava com uma série de sites de informação, entretenimento e serviços.

Para dimensionar o grande salto da internet, Ferrari (2010, p.17), aponta “o número de computadores conectados ao redor do mundo pulou de 1,7 milhão em 1993 para 20 milhões em 1997”.

De acordo com Oliveira Junior (2002, p.31), a internet é considerada um meio de comunicação interpessoal e possui pelo menos três características:

[...] um site do tipo portal, por exemplo, (como Terra, Universo *On-line*, entre outros) é uma organização ampla e complexa (a) que – através de um aparato tecnológico sofisticado (inúmeros computadores, linhas telefônicas dedicadas, conexões via satélite ou fibra ótica, etc.), sustentado por verbas publicitárias (b) – difunde conteúdos para uma audiência numerosa, heterogênea, geograficamente dispersa e anônima (c). Exatamente como acontece na comunicação de massa. (MONTEIRO apud OLIVEIRA JUNIOR, 2002, p.31–32)

Segundo Oliveira Junior (2002, p.32), mesmo a internet sendo considerada um meio interpessoal, é também um meio de comunicação em massa.

Para Wright (apud OLIVEIRA, 2002, p.31), a comunicação em massa, é caracterizada e composta pelos seguintes elementos:

[...] (a) com a comunicação de massa pode-se atingir vasta audiência, simultaneamente ou dentro de breve período de tempo; (b) os receptores das imagens são em um número indeterminável, o qual apenas pode ser estimado; (c) a origem ou fonte de onde emanam as mensagens não é um indivíduo isolado, mas sim uma organização empresarial geralmente ampla [...].

Sobre as possibilidades de conexão entre os provedores, Oliveira Junior (2002, p.31) afirma:

Os computadores se conectam os provedores de acesso que se ligam a redes nacionais e internacionais, possibilitando o transporte e a troca de informações multimídia (texto, som, gráficos e vídeo) por diversos pontos da rede, bem como o e-mail (correio eletrônico), o FTP (File Transfer Protocol) e outros meios menos conhecidos.

De acordo com Pinho (2003, p.181), todos os meios de comunicação, possuem linguagens próprias, o rádio com a linguagem radiofônica, o cinema com a cinematográfica, a televisão com a televisiva e até a internet com a junção de imagens e áudio, prevalecendo sempre à palavra que permite a total realização, das tarefas: “[...] aliar texto, design e tecnologia, e tratá-los como um componente único – a informação”. (RODRIGUES, 2006, p.1)

Conforme Pinho (2003, p.49), as características que diferenciam a internet dos outros meios são: não-linearidade, instantaneidade, qualificação, fisiologia, dirigibilidade, custo de produção e de veiculação, pessoalidade, interatividade, acessibilidade e receptor ativo.

Não-linearidade. As diferenças entre o material que é impresso em papel e o que é visualizado na tela do monitor de um computador são grandes, afetando profundamente o modo como as pessoas absorvem e reagem às mensagens que se tenta transmitir. [...] a informação alojada na internet é não-linear. Nela, o hipertexto permite que o usuário se movimente mediante as estruturas de informação do site sem uma sequência predeterminada [...]. (PINHO, 2003, p.50)

4.1 Evolução da web

Segundo Libert e Spector (2009, p.19), “A internet já mudou a sociedade de forma tão profunda que os historiadores começaram a comparar a Era da internet como o Renascimento e com a Revolução Industrial. ”

A Web conectou aproximadamente 1 bilhão de pessoas. Com tantos cérebros como força motivadora, a transformação ocasionada pela Internet, mudou de quantitativa para qualitativa. [...] a internet evoluiu para dois estágios distintos: Web 1.0 e Web 2.0. Em ambos os casos, a Rede é um grande mercado fértil onde as pessoas transformam dados em dinheiro.

Para Scudere (2015) a internet vive em constante evolução tecnológica e em seu armazenamento.

Estima-se que a internet já consuma 5% de toda eletricidade do planeta para poder operar dessa forma continua [...] se dobrarmos a capacidade de armazenamento dos dispositivos a cada dois anos em média, chegaremos no ano de 2040 com a capacidade de armazenar toda informação e conhecimento já produzido pela humanidade.

Libert e Spector (2009, p.21), relatam que a *Web 1.0* conseguiu seus grandes lucros da era “pontocom”, acrescentando os preços e segurando as informações.

Scudere (2015), definiu as fases pelas quais a internet passou como os principais estágios evolutivos das *Webs*. Definindo a *Web 1.0* como responsável por oferecer uma *web* com poucas características conseguindo diferenciar um material *on-line* ou *off-line*, um produto estático, mas informativo. Todos os conteúdos disponíveis são produzidos em browser com o tamanho de uma página impressa e por fim ela não permite um usuário independente.

Se referindo à *Web 2.0*, Blattmann e Silva (2007, p.198), explica que:

A *web 2.0* pode ser considerada uma nova concepção, pois passa agora a ser descentralizada e na qual o sujeito torna-se um ser ativo e participante sobre a criação, seleção e troca de conteúdo postado em um determinado *site* por meio de plataformas abertas. Nesses ambientes, os arquivos ficam disponíveis *on-line*, e podem ser acessados em qualquer lugar e momento, ou seja, não existe a necessidade de gravar em um determinado computador os registros de uma produção ou alteração na estrutura de um texto. As alterações são realizadas automaticamente na própria *web*.

Já para Libert e Spector (2009, p.21), na *Web 2.0* acontece o adverso comparada com a *Web 1.0*. Neste estágio a informação é ressaltada, pois acreditam que quanto mais pessoas acessam os conteúdos, mais valiosos são considerados.

Primo (2007, p.3), destaca que na *web 1.0* os conteúdos eram trabalhados isoladamente, já na *web 2.0* passaram a ser integrados em uma só estrutura.

[...] blogs com comentários e sistema de assinaturas em vez de homepages estáticas e atomizadas; em vez de álbuns virtuais, prefere-se o Flickr⁵, onde os internautas além de publicar suas imagens e organizá-las através de associações livres, podem buscar fotos em todo o sistema; como alternativas aos diretórios, enciclopédias online e jornais online, surgem sistemas de organização de informações (del.icio.us⁶ e Technorati⁷, por exemplo), enciclopédias escritas colaborativamente (como a Wikipédia⁸) e sites de webjornalismo participativo⁹ (como Ohmy News¹⁰, Wikinews¹¹ e Slashdot¹²).

Dentre tantas evoluções, surge a *Web 3.0*, também conhecida como *Web Semântica*. Para Blattmann; Silva (2007, p.194), ela combinada com a *Web 2.0*, oferece aos usuários uma nova e moderna arquitetura, que proporciona acessos coletivos.

Afirma Berners-Lee (apud SOUZA; ALVARENGA, 2004, p.133), “A *Web Semântica* não é uma *Web* separada, mas uma extensão da atual. Nela a informação é dada com um significado bem definido, permitindo melhor interação entre os computadores e as pessoas”.

Matias (apud SANTOS; NICOLAU, 2012, p.12), relata como a *Web 3.0* acrescentará grandes possibilidades na rotina do usuário:

A *web 3.0* não é de computadores e celulares, mas de todos os aparelhos da sua casa, que, aos poucos, conectam-se à internet. Primeiro a TV, e depois logo virá o rádio, o carro, a cozinha e tudo que puder ser conectado. Não é simplesmente um navegador que, a partir de seus hábitos *on-line*, lhe entrega o que você nem sabe que está procurando e, sim, um futuro dos *Jetsons* – sem o carro voador. Você acorda e em dez minutos a água do banho está esquentando. E logo que você desliga o chuveiro, a cafeteira começa a preparar seu café. A *web 3.0* nos desconecta de aparelhos, por completo.

Scudere (2015), afirma que a chamada *Web 4.0*, virá à tona mais ou menos daqui 10 anos, uma estimativa entre 2020 e 2030. Segundo ele, “[...] a partir de certo ponto - passará a interagir de forma autônoma, ou seja, a *web* criaria a sua ‘inteligência própria’ e desafiaria os usuários com conteúdo não programados”.

[...] estar em um momento no qual os limites entre os mundos digital/virtual e real desapareceriam e o digital passaria a fazer física e biologicamente parte de nós. Nosso corpo e mente não perceberão mais os limites entre paredes, portas e janelas, e as instruções para os comandos de dados poderão partir de região do nosso próprio cérebro diretamente aos supercomputadores distribuídos pela “nuvem” (*cloud computing*) ou às cadeias mais convenientes de máquinas ativas, num conceito caracterizado como “transcendência” entre ambas dimensões.

4.2 Convergência dos meios

Convergência pode ser definida por Dantas (2008, p.04-05), como a “[...] disponibilidade para trafegar com segurança, eficiência, e garantia, aplicações de voz, vídeos e dados sobre uma única rede, cabeada ou sem fio [...]”. Ou seja, ela proporciona para o meio rapidez e eficácia.

O termo acaba sendo utilizado para todas as coisas que se interligam e tudo pode ser identificado como resultado da convergência. O que se pode mensurar e detectar efetivamente de resultados são o efeito que a convergência oferece, pois, o processo de convergência é infinito, pois desencadeia uma série de processos. (BOSTELMAM, 2009, p.3)

Essa situação só se tornou possível após o final do século XX. Conforme explica Monteiro (2001, p.32), a divulgação de informação era restrita ao alcance do público comum. Por exigir grandes recursos financeiros era acessível apenas a elite, dominante sobre os veículos de massa. Isto mudou quando houve a transição dos meios para a internet.

Com a internet, esse quadro se altera, na medida em que a Rede torna acessível, sem a exigência de grandes investimentos, um meio de produção e, principalmente, distribuição de informações. Da mesma forma, a censura se torna cada vez mais difícil, na medida em que as informações podem partir de múltiplas fontes. Assim, “aqueles que anteriormente tinham que se fazer representar por meios de comunicação de massa, começam agora a se representar por si mesmos” (MONTEIRO, 2001, p.32-33)

Leon (2009), aponta como a crescente busca pela informação proporcionou aos serviços de comunicação integração em um único lugar: a internet. “Acesso à internet pela televisão, uso de telefonia e transmissões de rádio pela internet e até o uso de celulares para assistir TV são alguns exemplos de convergência digital”.

Para Pinho (2003, p.113), a capacidade de mobilidade e interatividade é o resultado de uma síntese de todas as mídias, sendo elas “[...] as vantagens visuais da TV, a mobilidade do rádio, a capacidade de detalhamento e análise do jornal e da revista [...]”. Essas características trazem a possibilidade promissora da revolução para a atividade jornalística, afirma o autor.

É perceptível a procura crescente da população pelos serviços da internet. Através dos dados apresentados pela Associação Brasileira de Empresas de Tecnologias da Informação e Comunicação (Brasscom), em sua sexta edição do Índice Brasil para a Convergência Digital (IBCD), foi possível analisar os números de usuários que acessam a internet de seus domicílios, sendo 69%. Além disso, a pesquisa aponta o aumento de 91% para o uso da banda larga móvel.

Pinho (2003, p.113), afirma:

Qualquer que seja a sua denominação - jornalismo digital, jornalismo on-line ou Webjornalismo -, o jornalismo marca sua presença na World Wide Web oferecendo informação e conteúdo, em especial nos sites de jornais e revistas impressas que migraram para rede mundial, nos sites de agências de notícias, nos sites noticioso especializados, nos portais e nos sites de instituições e empresas comerciais.

4.3 Usabilidade

Para que o acesso ao meio que migra para a internet seja simples é necessário utilizar alguns mecanismos de usabilidade. Esta trata-se da facilidade para a utilização de um objeto ou uma ferramenta de modo a alcançar êxito naquilo que ela se propõe a fazer.

Nielsen (2007, p.16), que é considerado o pai da usabilidade e também um dos maiores especialistas desta área, a descreve como:

[...] um atributo de qualidade relacionado à facilidade do uso de algo. Mais especificamente refere-se à rapidez com que os usuários podem aprender a usar alguma coisa, a eficiência deles a usá-la, o quanto lembram daquilo, seu grau de propensão a erros e o quanto gostam de utilizá-la. Se as pessoas não puderem ou não utilizarem um recurso, ele pode muito bem não existir.

Para Prata (2009, p.39), os princípios básicos da usabilidade, são: simplicidade, clareza, coerência e rapidez. Para ela as páginas na internet devem responder todas as questões do usuário de maneira rápida e direta, fazendo com que não cometa erros em busca de suas respostas.

Andrade (2007, p.9), afirma que “No âmbito da usabilidade, a intenção é concentrar o usuário nos seus principais objetivos de interação, evitando que tenha de dispensar atenção extra a outros elementos ou dispositivos de navegação”.

Um exemplo simples e adequada a nosso objeto de estudo é a forma de apresentação dos *links*. O leitor de um jornal *on-line*, ao acessar sua página inicial, percorre sua extensão observando os conteúdos que lhe são oferecidos. Suponha que se interesse por uma imagem publicada relacionada a uma notícia. Não cabe ao usuário ter que verificar onde deve clicar para ter acesso ao conteúdo. A interface deve estar preparada, primeiro para indicar claramente onde está o link, seja pelo uso de cores, tipos sublinhados ou outras estratégias, e segundo, permitir que o usuário tanto possa clicar no *link* indicado como na própria imagem, que foi seu foco inicial de atenção, ou mesmo no resumo que descreve a notícia.

No que se refere da construção de um sistema de usabilidade na web, Cybis, Betiol e Faust (2007, p.23), afirma que “[...] depende inteiramente da análise

cuidadosa dos diversos componentes de seu contexto de uso e da participação ativa do usuário nas decisões de projeto de interface, visto como processo de configuração de qualidades internas e externas ao sistema.”

A qualidade do uso deste sistema, segundo Cybis, Betiol e Faust (2015, p.242), é definida de acordo com que a satisfação, eficácia e eficiência, atende ao cliente durante o processo de uso.

Eficácia - É a medida pela quantidade e pela qualidade de objetivos alcançados pelo usuário em uma atividade com o sistema. **Eficiência** - É a medida pela quantidade de recursos (por exemplo, tempo, esforço físico e cognitivo) empregados pelo usuário para a obtenção de seus objetivos em sua atividade com o sistema. **Satisfação** - É a medida do contentamento subjetivo dos usuários com o uso do sistema para realizar a sua atividade.

Em uma página da web é possível verificar a sua usabilidade quando a mesma responde a todas questões levantadas pelo usuário. Quando o site não oferece o que o internauta procura, ou se lhe oferece com dificuldade ele tende a não acessá-la novamente.

Usabilidade também quer dizer facilidade, e, quando existir a necessidade de voltar ao site para ‘pegar’ algo, é bom lembrar rapidamente, pois as pessoas são inquietas, sem tempo de ficar procurando em páginas com muito floreio. Certeza de que o internauta demorar um tiquinho de nada, desiste e vai tentar outro site ou *blog* [...]. (PRADO, 2011, p.84)

Pinho (2003, p.143), diz que a página pode conter um *design* com bom visual, mas não pode se esquecer de ter um sistema de navegação preciso e conciso. Pois a falta destes levará a página ao fracasso, fazendo com que o usuário se perca e se sinta confuso.

Os valores e aspectos funcionais da usabilidade são importantes para que o site atinja os objetivos pretendidos pelo *publisher* e, de outro lado, resultem em plena satisfação do usuário. Entre eles destacamos a navegação, a interatividade, a estruturação das páginas, o uso correto da tecnologia da audiência e do comportamento do internauta. (PINHO, 2003 p.142)

O internauta procura aleatoriamente aquilo que seja de seu interesse, saltando de página em página e voltando a anterior caso considere necessário. Quando o site não oferece o que ele busca ele sai para nunca mais voltar.

Por fim Cybis, Betiol e Faust (2015, p.242) ressaltam que um problema com a usabilidade só pode ser identificado por meio de uma oscilação na produção, máquina – usuário.

Desta forma os autores ainda afirmam, que essa perturbação pode trazer alguns desconfortos na navegação, desde de uma perda de tempo, baixa qualidade até o fracasso total. Só podendo ser identificada durante a utilização de uma obra em uma ocorrência real.

4.4 Interatividade

A interatividade é a relação entre a máquina e o ser humano, dando total poder ao usuário já que assim ele possui voz ativa para expressar o que lhe agrada ou não na página, enviar comentários, sugestões, perguntas e, até mesmo interagir com outros internautas direta ou indiretamente.

[...] a interatividade tem sido vinculada à potencialidade técnica oferecida por alguma máquina ou meio tecnológico ao homem para que este realize ações que implicam intervenção e mudança numa situação dada, tal como ligar um aparelho de TV (antes desligado), fazer uma chamada telefônica ou até mesmo digitar um texto no teclado do computador. Em geral, usa-se interatividade para indicar a relação homem-máquina, isso é, o intercâmbio do homem com a tecnologia. (XAVIER, 2013, p.33-34)

Além disso, Rost (apud CANAVILHAS 2014, p.55) explica a “[...] interatividade como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdo (“interatividade seletiva”) como em possibilidades de expressão e comunicação (“interatividade comunicativa”).

[...] possibilidades de controle que tem o utilizador sobre o processo de recepção dos conteúdos. Ou seja, em que medida o utilizador pode eleger o ritmo e a sequência das mensagens. Qual mais opções de acesso aos conteúdos ofereça o meio, e quantas mais se ajustem às necessidades do utilizador, maior será o grau de interatividade seletiva. (ROST, apud CANAVILHAS 2014, p.56)

Dentro dela há vários elementos que influenciam em suas diferentes medidas, sendo eles: estrutura hipertextual, menu de ligações semânticas, índices, personalização de cada página, alteração do desenho da interface e diversificados menus de alternativos, conclui Canavilhas. (2014, p.57)

Já a interatividade comunicativa é definida por Rost (apud CANAVILHAS 2014, p.58) como: “as possibilidades de comunicação de expressão que utilizador tem entre os conteúdos dos meios. Por meio destas opções interativas, o leitor procura dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, entabular uma relação com outros.”

Este tipo de interatividade manifesta-se em opções como: comentários abaixo das notícias, perfis em redes sociais abertas à participação de utilizadores, blogs de cidadãos/as, pesquisas, fóruns, entrevistas à personalidades com perguntas de utilizadores, publicação de endereços de correio eletrónico de jornalistas, *ranking* de notícias, *chats*, envio de notícias/fotografias/vídeos, sistemas de correção de notas, entre outros.

Segundo Xavier (2015, p.33) a interatividade acontece a todo momento em nosso cotidiano, um dos exemplos de interatividade são:

Os jogos eletrónicos on-line ou off-line são bons exemplos de interatividade, pois neste caso o sujeito joga diretamente com a máquina programada para isso. Entretanto, essa distinção torna-se pouco relevante quando, por exemplo, os usuários estão em rede jogando simultaneamente com vários outros, os quais podem se encontrar ao lado ou extremamente distantes entre si on-line.

Neste ponto surgem algumas dúvidas quanto a definição da interatividade, como por exemplo: Os usuários estariam interagindo entre si, com a máquina, ou pela máquina? Para Marchand apud Silva (2001, p.5) a comunicação após o auge da informática, sofreu algumas mudanças:

O receptor não está mais na posição de recepção clássica. A mensagem só toma todo o seu significado sob sua intervenção. Ele se torna de certa maneira criador. Enfim, a mensagem que pode agora ser recomposta, reorganizada, modificada em permanência sob o impacto cruzado das intervenções do receptor e dos ditames do sistema, perde seu estatuto de mensagem “emitida”.

A interatividade possibilita que o usuário (autor ou ator) possam fazer uma transmissão de mensagens, não somente pelo trabalho de emitir, mais também na recepção dela. Sendo assim:

O usuário pode ouvir, ver, ler, gravar, voltar, ir adiante, selecionar, tratar e enviar qualquer tipo de mensagem para qualquer lugar. Em suma, a interatividade permite ultrapassar a condição de espectador passivo para a condição de sujeito operativo. (SILVA, 2001, p.2)

Ainda no que se trata da interatividade, Prata (2008, p.9) afirma que está presente hoje nos mais variados campos do conhecimento. Alguns autores fazem a diferenciação entre os termos interação/interatividade; outros usam indistintamente os dois vocábulos.

4.5 Arquitetura da informação

Para melhores resultados é necessário o entendimento e implantação das formas de construção do site por meio da “arquitetura da informação” Prado (2011, p.77) explica que é necessário dar valores as editorias noticiosas “[...] em detrimento de outras, devemos levar em conta que é o internauta quem escolhe a dinâmica de sua leitura” Ou seja, o leitor coloca em ordem prioritária o que é interessante para ele.

O internauta vai se aproximar do conteúdo a partir de assuntos relevantes para ele; tanto pode ser sobre uma notícia, ou um acontecimento [...] E se ele não acha o que quer facilmente. É importante que o site tenha, de maneira visível, o sistema de busca interno. Impossível ignorar, mesmo que o motor de busca seja desenvolvido por terceiros. Pois pensar sempre na permanência do leitor é chegar perto de uma garantia de audiência fiel.

Segundo Pinho (2003, p.135), o objetivo da arquitetura da informação é “projetar a organização e o sistema de navegação” e tem como propósito auxiliar os usuários para que eles encontrem o que procuram.

As principais características da organização devem:

Fornecer o que o usuário procura até no terceiro clique. Um site com boa arquitetura da informação terá como principal qualidade a característica de fornecer ao usuário o que ele está buscando no máximo em seu terceiro clique. O ideal é que se ache à informação desejada já no segundo clique. Prever um gerenciamento do conteúdo. Atualizações, histórico de arquivos, novas implementações, estatísticas de acessos, monitoramento dos visitantes, interações entre áreas do conteúdo e entre os usuários, manutenção de links etc. (BEZERRA apud PINHO 2003, p.135)

Pinho (2003, p.13), diz que assim como em qualquer outro meio de comunicação, a *web* também faz uso de elementos, capazes de captar a atenção do usuário.

A *homepage* para Chak (2004, p.168), é a página inicial e mais visualizada de um site. Esse é o local onde os usuários têm suas primeiras impressões e também são guiados para completar suas finalidades. “A sua

homepage é uma bússola que os usuários consultam para obter o rumo e calcular onde ir a seguir”, completa o autor.

A primeira meta imediata de qualquer homepage é responder as perguntas “Onde estou?” e “O que faz esse site?” – ambas requerem uma versão direta e grande do nome. As respostas não devem vir da forma das terríveis missões às vezes vistas em sites excessivamente burocráticos. Em vez disso, o design deve deixar obvio o objetivo do site para os usuários que visita o site pela primeira vez. (NIELSEN, 2000, p.166)

Referente a interface, Fole (apud OLIVEIRA NETTO, 2004, p.73, grifo do autor) descreve “A interface com o usuário (**IU**) é uma parte fundamental de um software; é a parte do sistema visível para o usuário, a através da qual ele se comunica para realizar suas tarefas”.

Segundo Oliveira Netto (2004, p.73), na origem da interface ela era entendida como o software e hardware, por onde um humano e computador podiam se comunicar. Mas em sua atualização incluem outros aspectos tais como: processamento perceptual, motor, cognitivo do usuário e viso-motor.

As interfaces atuais têm como objetivo fornecer uma interação humano-computador o mais “amigável” possível. Desta forma, ela deve ser fácil de ser usada pelo usuário, fornecendo sequências simples e consistentes de interação, mostrando claramente as alternativas disponíveis em cada passo da interação, sem confundir nem deixar o usuário inseguro. Ela deve passar despercebida para que o usuário possa se fixar somente no problema que deseja resolver utilizando o sistema.

Para facilitar a navegação entre as páginas, o internauta utiliza a barra de menu para encontrar aquilo que procura.

[...] pode-se definir o menu como sendo um conjunto de opções apresentadas na tela de um sistema computacional, a partir das quais é possível interferir no funcionamento de uma interface. Com a utilização do menu, portanto, basta ao usuário apenas reconhecer o item que deseja. No entanto, os itens nele contidos devem ser auto-explicativos, afim de que seja assegurada a eficiência de funcionamento do menu. (OLIVEIRA NETTO, 2004, p.83-84)

A arquitetura da informação e as definições da interface são estruturadas pelos elementos do wireframe, que são indispensáveis, pois através deles as informações, *links* e os conteúdos são apresentados na homepage de um website.

Wireframe deve ser uma forma rápida e de fácil entendimento de como será disposto as informações dentro de um site. Onde ficará a caixa de busca, onde ficarão as chamadas, quais chamadas e seções o site deverá ter, etc. Serve como documento que irá nortear toda a equipe, do programador ao web designer. (ÁVILA, 2012)

O autor ainda descreve, que o wireframe é uma apresentação simples de uma programação visual. E enfatiza que devemos “considerá-lo a espinha dorsal do um projeto”:

Normalmente utiliza formas retas, preto e branco e sem nenhuma imagem. Parece com um rascunho, porém todo wireframe deve conter claramente os principais grupos de conteúdo, a estrutura da informação e uma descrição e visualização básica do usuário, ou seja, uma interface de interação. Wireframes não são apenas um conjunto de caixas cinzentas jogadas sem sentido. [...] wireframes deve conter uma representação de cada parte importante do seu futuro design.

Existem várias ferramentas para o desenvolvimento de um wireframe, as mais empregadas são o Axure, Omnigraffle e o Microsoft Office Visio, mais também existem ferramentas profissionais que são disponibilizadas gratuitamente (Pagani, 2011).

O campo de busca deve ser encontrado de forma rápida e fácil em todas as páginas do site. O local onde está disposto deve ser claro e ter uma boa visualização para que o internauta o encontre rapidamente.

Este elemento é empregado na Rede Internet para permitir a localização de informações que podem estar armazenadas em qualquer computador conectado à ela. É interessante que seja empregado um sistema de busca interno em web sites que possuem grande volume de informações, facilitando a localização das mesmas pelo usuário. [...] As formas de busca utilizadas podem demonstrar a variedade de expectativas dos usuários, e estão assim divididas: por item conhecido, por ideias abstratas, exploratória e compreensiva. Os recursos para efetuar a busca podem ser: lógica booleana, linguagem natural, tipos específicos de itens e operadores de proximidade. Os recursos para a apresentação dos documentos recuperados podem ser listagens (ordenadas), relevância e refinamentos de busca. (SARMENTO E SOUZA; FOREST; VIDOTTI, 2002, p.93)

Conforme Prado (2011, p.80), o banco de dados que se forma com o material produzido na rede e que fica permanentemente (não sabemos até quando) na nuvem conquistou o outro patamar de acesso. Antes era necessário se locomover para chegar a uma hemeroteca, com a internet tornou-se muito mais fácil e acessível.

Os *links* são formas de disseminação de conteúdo que podem ser aplicados na página do site.

De uns anos para cá, paulatinamente os sites, blogs e canais foram embutindo os links com a palavra sublinhada e a seguir com troca de cor ou de fonte, ou seja, era preciso diferenciar de alguma forma, pois não é todo internauta que passa o cursor em cima da palavra para saber se ela tem um link embutido. (PRADO, 2011, p.81)

4.6 Identidade Visual

De acordo com Péon (2011, p.10), identidade visual torna único um objeto, através de seus elementos visuais.

A manifestação dessa identidade pode ser mais fraca ou mais forte, mas, no senso comum, qualquer coisa que possa ser identificada visualmente possui uma identidade visual (identificação = reconhecimento de identidade). Com uma mais fraca, o objeto é pouco notado por seu aspecto visual.

Para Vásquez (2007, p.206), todo sistema da identidade visual é formado por signos, que em seguida são organizados por princípios e critérios, que tendem comunicar e representar uma marca. Através da identidade visual bem sistematizada e delimitada, o invisível passa-se a ser visível.

Com a criação de um nome e a incorporação de um design se materializa a identidade conceitual. Por meio dos elementos visuais outorga-se uma personalidade à marca, fazendo com que ela se diferencie das outras. Deste modo, a identidade visual é um sistema que proporciona unidade e identidade a uma empresa, a um grupo ou uma instituição, bem como a seus produtos ou serviços.

Ainda segundo o autor, a identidade visual se reúne de algumas funções, sendo elas: identificar, diferenciar, associar e por fim reforçar uma marca:

[...] Ela permite identificar um produto ou serviço. A atração visual que os elementos gráficos exercem [...] Diferencia. Dotar uma marca de elementos gráficos únicos possibilita a diferenciação da concorrência. Associa. A identidade visual funciona como um carimbo. O logotipo no uniforme e na papelaria como nos carros de entrega e nas embalagens, vincula o produto e, às vezes, também, a empresa ou o fabricante com o consumidor. Reforça. A identidade visual reforça a imagem da empresa. Acrescenta associações favoráveis e consolida sua posição perante a concorrência.

E por fim, reforça que é por meio da identidade visual, que conseguimos identificar uma marca. Sempre com objetivo de conquistar uma identidade individualizada externamente.

4.6.1 Cores

A cor também é um elemento importante e funcional. Junto com o texto e a imagem ela pode trabalhar intensificando a mensagem, ou ser informativa por si só, afirma Pinho (2003, p.156).

Para o autor deve-se ter cuidado ao fazer a escolha das cores, pois além de combinarem entre si dentro da página, elas devem criar um efeito visual. Ou seja, “as cores corretas podem então transmitir sentimentos de excitação, urgência, calidez, contentamento, ou destacar intencionalmente certos elementos em relação a outros que estão presentes no conjunto”. (PINHO, 2003, p.157)

De acordo com Guimarães (2000, pag.14), “A cor é uma informação visual, causada por um estímulo físico, percebida pelos olhos e decodificada pelo cérebro”.

Segundo Farina (2002, pag.112), as cores influenciam diretamente na sensibilidade humana por meio de estímulos psicológicos, fazendo com que o indivíduo se agrade ou não de determinada cor. Muitas dessas preferências estão associadas a experiências antes vivenciadas.

As cores fazem parte da vida do homem porque são vibrações do cosmo que penetram em seu cérebro, para continuar vibrando e impressionando sua psique, para dar um som e um colorido ao pensamento e às coisas que o rodeiam; enfim, para dar sabor a vida, ao ambiente. É uma dádiva que lhe oferece a natureza na sua existência terrena.

Para Pedrosa e Toutain (2005), a cor é um elemento que exerce grande influência dentro de uma composição visual. Seu uso deve ser feito de maneira que possibilite uma comunicação eficaz entre usuário e sistema.

Os dados visuais transmitem informação em presença dos dados textuais ou isoladamente, como na utilização de símbolos gráficos (pictogramas). Neste contexto, a cor se configura como um importante elemento em qualquer meio visual de comunicação, devido à sua influência sobre os indivíduos, suas emoções e seu processo cognitivo.

Ainda sobre o uso das cores Pedrosa e Toutain (2005), destacam que, o uso exagerado em uma mesma página causa cansaço visual, fazendo com que o usuário perca a atenção. Se as cores do texto e fundo não forem escolhidas de maneira adequada o conteúdo pode se tornar ilegível. Se usada de forma incorreta esta causará um efeito negativo na reação do usuário com os conteúdos expostos na *web*.

Após o entendimento dos elementos e mecanismos da estruturação de um site e como eles funcionam, o próximo capítulo traz uma explicação sobre a junção de dois meios informativos, sendo eles o rádio e a internet, denominado webrádio.

5 WEBRADIO: JUNÇÃO DOS DOIS MEIOS

5.1 História da *webradio*

Com a junção dos dois meios de comunicação, internet e rádio cria-se o termo *webradio*, fundamentado por Prata (2009, p.59), é uma emissora radiofônica que pode ser acessada de uma *Uniforme Resource Locator* (URL) e não apenas por frequências sintonizadas no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas. Para ela, o que difere uma *webradio* de uma página da internet é apenas um botão para escuta sonora do rádio.

A interação dos dois meios resulta em modelos de radiofonia, segundo Prata (2009, p.47), “[...] as emissoras de rádio hertzianas com presença na internet e emissoras de rádio com existência exclusiva na internet, que chamamos de *webradio*.”

O termo *mediamorfose* criado por Roger Findler em 1997 sugere a evolução dos meios, onde não desaparece, mas se modifica em sua linguagem e se ajusta com o público alvo. Assim aconteceu com o rádio, como explica Prata (2009, p.79), “[...] poderíamos afirmar que o rádio dos anos 50, através do processo de radiomorfose, superou o impacto tecnológico do advento da TV e buscou uma nova linguagem. ”

Desta forma, o rádio ainda se mantém neste processo de radiomorfose. Devido a chegada de novas tecnologias e da *web*, ele se readaptou buscando um novo caminho e uma nova linguagem.

Podemos afirmar que o rádio na web repete as fórmulas e os conceitos hertzianos, velhos conhecidos do ouvinte, pois é pela repetição que o público se reconhece. Mas, ao mesmo tempo, insere novos formatos, enquanto reconfigura elementos antigos, numa mistura que transforma o veículo numa grande constelação de signos sonoros, textuais e imagéticos. (PRATA, 2009, p.79-80)

Para Barbeiro e Lima (2003, p.47), uma rádio na internet possibilita ao internauta exercer várias funções ao mesmo tempo. Sendo: “operador de áudio, editor/chefe, repórter, editor de reportagem, âncora, programador etc.” O conteúdo pode ser de qualquer espécie, o que mostra um avanço na capitalização na difusão de notícias.

Segundo Prata (2009, p.134), “A interação é, dessa forma, a palavra-chave desse novo modelo de rádio que surge na internet e, com toda certeza, a sua marca mais importante. [...] quanto mais possibilidades de interação, maior será o número de acesso à webradio”.

Barbeiro e Lima (2003, p. 47), confirmam:

Nasce o ouvinte internauta conectado via web com o rádio globalizado, que ajuda a derrubar as fronteiras nacionais. O rádio via internet substituirá o velho esquema ‘eu falo e você me escuta’ pelo diálogo com o público-alvo, no qual a cumplicidade é a busca do interesse comum.

Prata (2009, p. 59), conclui que o acesso da *webradio* deve ser feita por uma *homepage*, onde consta o nome da emissora, *slogan*, tipo de programação e vários *hiperlinks* de outros sites que abrigam atividades e produtos desenvolvidos por aquela rádio.

Em dois campos, principalmente, a webradio chama a atenção. Primeiramente na questão dos gêneros, já que são muitas as novidades desta área. A notícia, só para citar um exemplo, antes apenas sonora, agora agrega também elementos de outras mídias, com o texto e a imagem, além de ser também possível recuperar uma informação por meio de um banco de arquivos permanentes. Outro campo é o da interação, onde o impacto da tecnologia provoca fortes mudanças, com os usuários comunicando-se de novas formas entre si e com a emissora. (PRATA, 2009, p.60)

Ferrari (2010, p.35), reafirma que a potencialidade do novo suporte midiático (internet) é indispensável para o jornalismo. Com toda a sua abrangência, influência nos produtos editoriais interativos, atraem o público pelas suas qualidades.

Desta forma as emissoras migraram para este meio. De acordo com Prata (2009, p.61), a Rádio Klif do Texas, foi a primeira a fazer transmissão de conteúdos ao vivo e de forma contínua, em 1995. “A criação desta emissora jogou por terra todos os pressupostos conhecidos até então sobre radiodifusão, como necessidade de concessão, presença de elementos visuais, interação em tempo real e, é claro a ausência do bom e velho aparelho de rádio”.

No Brasil, a Rádio Totem foi a primeira rádio a ter sua programação 24 horas por dia na web. A mesma surgiu em 1998, oferecendo emissoras musicais de diferentes ritmos, em uma só página. (TRIGO-DE-SOUZA, 2002, p.96)

Sobre o funcionamento inicial desta rádio:

Inicialmente, a emissora disponibiliza aos seus ouvintes apenas áudio de uma programação gerada ao vivo de um pequeno estúdio na sede da empresa, em São Paulo. Com o decorrer do trabalho, foram agregados novos produtos e serviços ao site da rádio, como a criação de 11 canais, contendo programação diversificada, abrangendo vários estilos musicais, como *dance*, sertanejo, samba e pagode, pop, rock, urban, latino, MPB, axé, *reggae* e top, sendo este último o único apresentado ao vivo com músicas, programas e notícias. Os usuários também podiam acessar canais de vídeos com clipes e entrevistas, além de serviços de e-mail e atendimento via rede. (BUFARAH JÚNIOR apud PRATA, 2009, p.62)

Segundo Ávila (2008, p.09), o streaming é o modo de se transmitir áudios e imagens, sem a necessidade de download dos arquivos. Isso acontece através da rede de computadores. O autor afirma, “Neste método a máquina recebe as informações ao mesmo tempo em que as repassa ao usuário”.

A tecnologia de streaming é uma das maiores tendências da internet. Isto porque as novas tecnologias que permitem a transmissão online sem imperfeições e com capacidade de otimizar a comunicação através de banda larga, possibilitam a melhoria da transmissão dos arquivos, fazendo com que o usuário permaneça conectado por horas sem a interrupção desta transmissão (GUSHIKEN et al., 2009, p.41).

As *webrádios* quando inseridas em ambientes universitários, têm como principal objetivo servir como laboratório, para os discentes colocarem em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula. Trata-se de um novo meio de comunicação que ganhou espaço nas universidades de comunicação social, por ser um veículo de baixo custo, mais rico em conteúdo.

5.1.1 *Webrádios* universitárias

As *webrádios* universitárias têm como principal característica de laboratório proporcionar conhecimento aos discentes e para colocar em prática aquilo que aprendem em sala de aula. Trata-se um novo meio que ganhou espaço nas universidades de comunicação por ser um veículo de baixo custo.

Pensando nisto, a RUC (Rádio Universitária Cesumar), não só manteve sua rádio em transmissão FM, como também criou o site para disponibilizar sua programação online, conforme explica o site do Cesumar:

Nosso site entrou oficialmente no ar em agosto de 2006. A criação do primeiro layout ficou a cargo do Centro de Processamento de Dados do Cesumar (CPD). A ideia original era de manter na internet uma referência para a programação da rádio e também de disponibilizar a transmissão online de programação. Com o passar das primeiras semanas no ar, o retorno do público começou a pedir novos elementos. Foi pensando em transformar o site em um ambiente mais atraente que a primeira reformulação de layout aconteceu. Interatividade com o internauta é o lema da RUC. A meta é de ampliar a oferta de serviços e conteúdos para o ouvinte e consolidar o Portal da Cesumar FM como um site jovem e dinâmico.

Outras universidades aderiram a este meio e começaram a transmitir sua programação online na rádio da Universidade Estadual Paulista (Unesp) de Bauru, Unesp FM com sua frequência 105,7. A Universidade tem como objetivo matérias jornalísticas relatando fatos do cotidiano, refletindo sobre notícias e proporcionando entrevistas. Além da prestação de serviço e abrindo espaço para docentes e alunos, também proporcionando programação musical.

Outro exemplo é a Rádio Gazeta com frequência 890 AM, da Faculdade Cásper Líbero, de São Paulo, que segue com padrão de rádio educativa, proporcionando sua programação em seu site. No mesmo segmento à Universidade Federal de Goiás (UFG) conta com três estúdios e 60 estagiários trabalhando em sua programação.

Mas existem as *webrádios* ou emissoras que trabalham sua programação totalmente online. Como a Kula *Webrádio* Universitária da Unioeste (Universidade Estadual do Oeste do Paraná) conforme explica o site:

A Kula Webrádio Universitária é uma emissora de Rádio com transmissão exclusiva pela internet. Sua trajetória é repleta de desafios e conquistas. O atual formato da emissora é resultado do processo histórico de construção da Rádio Comunitária Universitária FM 103,7 fundada em 22 de novembro de 2000 que foi lacrada pela ANATEL em 12 de fevereiro de 2002. A comunidade acadêmica da Unioeste – campus de Toledo, envolvida em debates sobre a democratização dos meios de comunicação e atenta a outras modalidades radiofônicas, propôs em 2005 uma alternativa, ou seja, uma nova fase para a emissora que até então era em frequência modulada (FM). Surgiu a ideia de implantar uma Webrádio.

No mesmo formato a Pilha da PUC voltada ao público acadêmico de forma mais dinâmica. Outra que se destaca é a Rádio Universidade Federal do Paraná (UFPR) em Curitiba, a primeira do Paraná a ser exclusiva da internet e mantém característica educativa:

A Universitária FM é a emissora da Universidade Federal do Paraná, que inicia sua programação no aniversário de 101 anos da instituição. Voltada ao público universitário em geral, a emissora traz notícias e música popular brasileira. A proposta é dar uma nova opção ao ouvinte de Curitiba e cidades da Região Metropolitana, com uma programação cultural e informativa de alto nível. E também de divulgar a contribuição da UFPR para a sociedade. (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, 2009)

5.2 Webjornalismo

De acordo com Padilha (2012, p.140-141), a produção do webjornalismo trata-se de noticiar fatos em suportes digitais como sites noticiosos (webjornais) ou *blogs* e portais que sigam critérios de noticiabilidade e mantenham uma estrutura jornalística com um misto de notícias relevantes.

A autora (2012, p.130-131), afirma que apesar das práticas de trabalho surgidas a partir da cibercultura terem modificado o jornalismo, a essência desta atividade continua sendo a credibilidade e o principal produto, o fato.

Para Pinho (2003, p.58), com o grande espaço disponibilizado pela internet para a circulação de notícias, o webjornalismo representa um campo promissor e de renovações para a prática do jornalismo. O autor destaca a diferença entre o jornalismo praticado na internet e em outros meios de comunicação, na forma de tratar os dados e de se relacionar com o público.

Padilha (2012, p.137), aponta algumas das características do webjornalismo:

Pesquisa realizada pelo Guia do Webjornalista em 2005 e publicada no site Jornalistas da Web, indicou que boa parte dos webleitores vê a instantaneidade (41%), a interatividade (28,11%) e o acesso a arquivos de notícias (19%) como as principais características do webjornalismo. Os atributos do ciberjornalismo vão mais além disponibilizando a oportunidade de leitura não linear das notícias (hipertexto e hiperlinks) e a possibilidade de recorrer a uma memória coletiva remota, estocada nos bancos de dados dos sites noticiosos.

Outro aspecto presente no âmbito do jornalismo na internet, segundo Canavilhas (2014, p.29), é a multimedialidade, ~~onde é~~ sendo possível a combinação de várias linguagens e formatos, como texto, som, imagem e vídeo em um mesmo âmbito jornalístico.

Canavilhas (2014, p.53), destaca a interatividade como um dos pilares da comunicação na Web e como palavra chave para o estudo do jornalismo na atualidade.

A interatividade é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação nos conteúdos dos meios. (ROST apud CANAVILHAS 2014, p. 53)

Na era tecnológica, segundo Padilha (2012, p.130), o internauta não quer apenas receber as informações, mas também, fazer parte da construção delas. A autora ainda o descreve como um “prossumidor”, palavra que surge da união dos termos produtor e consumidor de conteúdo. “Surge dessa ‘janela’, proporcionada pela cibercultura, mais um viés no trabalho do jornalista: o de filtrar a gama de informação enviada pelo prossumidor tendo como principal critério a credibilidade.”

Com relação ao papel da cibercomunicação no âmbito jornalístico, Padilha (2012, p.132-133), diz que “[...] traz novas possibilidades de atuação no campo e um lidar mais complexo com a produção de conteúdo e a manipulação das tecnologias.”

A autora compara a constante evolução da cibercultura como algo comum a todas as demais culturas, mas a difere ao dizer que “[...] nela não existe espaço para preservação de hábitos ou costumes. Tudo são experimentações e mutações constantes, sejam no modo de se comunicar ou de realizar tarefas.”

O número cada vez maior de pessoas que consomem notícias via internet é um desafio para os produtores de informações que buscam atender da melhor maneira este público, de acordo com Padilha (2012, p.136).

O jornalismo amparado pelas tecnologias da informação tem mudado para corresponder às expectativas de um público bem mais exigente. A premissa do recorte dos fatos que são julgados importantes (dentro de preceitos do jornalismo) a serem levados ao conhecimento do público (ainda presente em outros suportes: papel, vídeo, frequência de rádio) teve sua dimensão otimizada no webjornalismo, considerando que ocorreram mudanças que vão desde o acesso do público (que agora também é produtor) aos produtores/divulgadores (jornalistas que publicam em websites noticiosos ou blogs), passando pela relação com o consumidor de conteúdo noticioso, possibilidades de obtenção da informação agregada até a formatação de conteúdos. (PADILHA, 2012, p.136-137)

Padilha (2012, p.144-145), lembra que antes na era digital do jornalismo, os jornais impressos demoravam dias para chegar até o leitor em alguns lugares do Brasil, causando “[...] uma sensação de isolamento, até para os que habitavam em capitais do país.”

A autora (2012, p.138), mostra de forma simples uma comparação de prós e contras relacionados ao webjornalismo:

Essa enxurrada de dados e conteúdos causa a sensação de estarmos, ironicamente, desinformados por não dar conta de tanta informação, pois nosso cérebro é seletivo e também limitado. Em contrapartida, temos a nosso favor a expansão da memória humana na forma de extensão computacional e/ou em rede e os bancos de dados que são essenciais para alimentar a sede de conhecimento da nova formatação social.

Desta forma, Padilha (2012, p.150), advoga a favor do webjornalismo como uma forma de construir conhecimento e “por extensão, da sociedade do conhecimento: uma sociedade marcada pela valorização da atividade mental, construção do saber compartilhado, uso da informação e das tecnologias objetivando a melhoria geral da qualidade de vida de todos.”

5.2.1 Características e linguagens

Segundo Gushiken et al. (2009 p.44), ainda não é possível estabelecer uma linguagem específica para rádios online, já que algumas características das rádios hertzianas permanecem, porém, se adaptam para produzir efeito nesse novo meio de comunicação.

Para Ortriwano (apud PRATA, 2008 p.5), “na internet, a radiofonia continua sendo oral e permanece o diálogo mental com o ouvinte, mas também é textual e imagética; continua a ser transmitida no tempo da vida real do usuário, mas agora tem alcance mundial e permite o acesso posterior aos conteúdos transmitidos”.

Ainda de acordo com Gushiken et al. (2009 p. 45), no rádio analógico o ouvinte é quem cria imagens mentalmente através das informações de áudio e na internet essas mesmas informações podem estar acompanhadas de imagens, fotos, vídeos e textos.

Prata (2008 p.5), concorda quando outros autores falam da quebra de paradigmas provocadas pelas novas formas de interação, como as conversações entre locutor e ouvinte pelo chat, os debates pelos fóruns, os diálogos entre ouvintes de uma mesma emissora e a possibilidade de interferência na programação através de comentários.

Barbeiro e Lima (1946, p.36), dizem que o rádio sempre foi interativo, mas com a nova plataforma digital, o ouvinte tem possibilidades mais eficazes de participar dos conteúdos dos programas. “Simultaneamente, ele ouve e escreve um e-mail sobre o que está sendo transmitido.”

Prata (2008 p.6), ainda afirma:

Charaudeau (1997), diz que o rádio é essencialmente a voz. Mas qual a importância da voz na webrádio? Chaves (2001) discute uma comunicação falada pelas pontas dos dedos (...) a interação aproxima-se do discurso falado (p. 71-72). Em meio digital, a voz na radiofonia pode ganhar outros contornos e aparece em forma de textos e até imagens, em ícones como os emoticons dos chats, por exemplo. Esses encontros não podem ser entendidos como transmissão radiofônica, mas agora, na internet, passam também a fazer parte da grande constelação de gêneros e formas de interação que é a webrádio.

Com a tecnologia das rádios online, de acordo com Barbeiro e Lima (1946, p.35), as emissoras ficarão igualadas no sentido de preparação pois, não importam de que lugar do mundo elas são, “Com o simples clicar do mouse, é possível ouvir uma rádio de Nova York, Manila, Zangreb ou da Rocinha.” Os autores (BARBEIRO; LIMA, 1946, p.36), encaram o novo mundo do rádio digital como um universo “sem barreiras, sem possibilidades de cerceamento. ”

De acordo com Prado (2011, p.129), a diferença de uma *webrádio* para as rádios convencionais é o atendimento a um público que busca sempre algo novo, com programações que visam fugir do repetitivo e da cópia de noticiários.

5.2.2 A produção da notícia na *webrádio*

Para Prata (2009, p.60), existem várias definições para o estilo da linguagem radiofônica, mas seu ponto de partida é sempre a oralidade. Já sua presença na *web* sofre mudanças, pois são inseridos textos e imagens.

Nós podemos ter uma ideia do que não vai ser a internet. Não será rádio, não será televisão. Mas é fato que é preciso começar por algum lugar. Então, a ideia é usar uma linguagem híbrida para daí surgir alguma coisa nova.[...] A internet continua sendo um grande espaço de experimentação. A inovação atinge o texto escrito, a televisão, e todas as linguagens. Tem espaço para todo o tipo de inovação e reprodução. (CARNEIRO apud PRATA, 2009, p.65-66)

Segundo Barbosa Filho (apud PRATA, 2009, p.109), os gêneros da comunicação utilizados no rádio, também podem ser empregados na *Webradio*, dependendo das especialidades ou intencionalidade de transmissão.

Para Barbosa Filho (apud PRATA 2009, p.98), a caracterização dos gêneros, se dividem em sete nomenclaturas: a primeira é o gênero jornalístico, o qual estão inseridos os comentários, notícia, reportagem, nota, boletim, editorial, documentário jornalístico, entrevistas, radiojornal, mesas redondas ou debates, crônica, programa esportivo, divulgação tecnocientífica e programa policial.

Em segundo está o gênero educativo-cultural que são os programas temático e instrucional, audiobiografia e documentário educativo-cultural. Outro gênero é o de entretenimento, onde estão intrínsecas as programações musicais, os ficcionais, programetes e eventos artísticos. No que se refere ao gênero publicitário, estão os jingles e spot. No gênero propagandístico aborda as ações públicas, os programas religiosos e eleitorais. Os programetes de serviço e notas de utilidades públicas estão alocados nos gêneros de serviço. E por último está o gênero especial, que acomoda os programas de variedades e infantis.

6 HISTÓRIA DA WEB RÁDIO FACOPP

De acordo com o site da WRF (2015), o projeto de TCC denominado “Proposta de Implantação da Rádio Facopp Online” foi idealizado pelos alunos Fernando Ferreira Passos, Regiane Moreira Bonfim, Ricardo Pavan Schwarz e Wesley Souza Mendonça, no primeiro semestre de 2009.

Passos et al. (2009, p.15), descreve que a ideia de montar uma rádio universitária *on-line*, surgiu após a implantação da “TV Facopp Online” que teve sua origem a partir de dois TCC. Pensando na composição da programação da rádio, 384 questionários foram aplicados à comunidade acadêmica de Comunicação Social. “Com isso, sugeriram os programas ‘Jornal Facopp’, ‘Frente a Frente’, ‘Você Online’ e ‘Repórter Web’. Para a idealização de cada piloto foram produzidos projetos editoriais diferentes.” explicam os autores.

Ainda segundo Passos et al. (2009, p.41), por ser uma emissora universitária, a Rádio Facopp Online deveria priorizar temas do interesse do público e por estar inserido no meio acadêmico teria que oferecer aos discentes a oportunidade de experimentar e errar, ao produzir radiojornalismo *on-line*.

Posteriormente, às alunas Eliane Tayra Gushiken, Kassiane da Silveira Perez, Letícia de Oliveira Andrade, Marisa Goulart Correia e Thais Gardin Naves, deram continuidade a este projeto, implantando definitivamente a WRF no segundo semestre de 2009 com o TCC “Implantação da Web Rádio Facopp (WRF): A convergência midiática entre rádio e internet”.

Essa *webradio* é universitária com produção e transmissão de conteúdo digital. Desta forma, esse TCC objetiva disponibilizar um novo meio de comunicação resultante do hibridismo entre rádio e internet para os estudantes, que terão um novo canal de informação e de aprendizado, podendo utilizá-lo como veículo de estágio e também como portfólio virtual para trabalhos acadêmicos. (GUSHIKEN et al., 2009, p.11)

Assim surge a Web Rádio Facopp, conforme explica Gushiken et al. (2009, p.60), “Rádio Facopp Online” não era mais viável e Web Rádio Facopp seria mais adequado por ser atualizado e se tratar de uma *webradio*. Além de poder utilizar a sigla WRF para uma fácil memorização.

As pesquisadoras decidiram pelo nome Web Rádio Facopp (WRF) em sua primeira reunião de pauta. A ideia inicial era da permanência de Rádio Facopp Online. Ocorre que depois de horas em discussão as alunas

entraram em um consenso sobre um nome que estivesse de acordo com as atuais tendências dentro da plataforma digital, ou seja, se o projeto é de uma *webradio*, deve ter este nome, e agregado ao da Faculdade.

Ainda segundo Gushiken et al. (2009, p.61), por se tratar de uma *webradio* universitária o site deveria estar no domínio da universidade. Para que o trabalho fosse colocado em prática receberam todo o apoio da coordenação de *web* da instituição, mas a parametrização do sistema operacional, design de navegação e modelagem do banco de dados, foram feitos por uma empresa terceirizada (PB.com comunicação e marketing), e custeados pelo grupo, fazendo com que assim no dia 30 de setembro o site estivesse pronto para ser abastecido.

A previsão de lançamento da rádio era para o dia 20 de outubro, todos se organizaram para a estreia. Havia sido produzidas sete edições dos programas além dos boletins. “No dia 23 de outubro a WRF sai do laboratório de rádio e se muda para uma sala que se tornou a nova sede da *webradio*. Mais uma etapa se cumpriu.” (GUSHIKEN ET AL et al. 2009, p.71)

O site entrou no ar definitivamente no dia 30 de outubro, tendo sua primeira transmissão ao vivo com o “Jornal Facopp”. No total, a programação contava com quatro programas principais.

6.1 Projeto editorial

No ano posterior à sua implantação um grupo de alunos composto por: Bruna Areias Bravo Mancini, Diego Vilela Ribeiro, João Paulo Suzuki, Mariane de Souza Silva e Otto Júlio de Amorim, criaram como peça prática de seu TCC um guia com instruções de produção, edição e divulgação voltadas aos alunos que futuramente utilizariam a rádio da universidade. Este trabalho tinha o intuito de padronizar a produção de conteúdo da WRF e recebeu o título de: “Radiojornalismo online: Guia prático para produção de conteúdo na Web Rádio Facopp (WRF)”.

Ao se deparar com a tarefa de elaboração de conteúdos que possam abastecer a *webradio*, sentiu-se a necessidade de um subsídio orientador, que contribuísse para disponibilizar produtos voltados para o meio com tal especificidade. (MANCINI et al., 2010, p.16)

De acordo com Mancini et al. (2010, p.16), o objetivo do guia é tornar mais ágil e fácil os processos de produção de conteúdo e aproximar os alunos de

Comunicação Social da *webrádio* de maneira que eles pudessem entender seu funcionamento e abastecê-la com produtos jornalísticos seguindo o formato e a linguagem próprios deste veículo.

Com 33 páginas o guia orienta os usuários da rádio quanto a vários aspectos da produção radiojornalística. “A ideia principal é de que um bom conteúdo não se basta. É preciso que seja adequadamente embalado para tornar agradável sua aceitação e uso pelo público-alvo.” (MANCINI et al., 2010, p.52)

No Guia Prático (WEB RÁDIO FACOPP, 2010), disponível no site da WRF e acessível a qualquer pessoa, estão explicados detalhadamente os produtos radiojornalísticos como o *Flash*, Edição Extraordinária, Boletim, Radiojornal, Informativo Especial, Entrevistas, Documentário, Mesa Redonda e Debate, que são produzidos na rádio. Também são especificadas as diversas funções que podem ser exercidas nos bastidores de uma *webrádio*. São elas: pauteiro, chefe de reportagem, repórter, redator, locutor noticiarista, locutor apresentador, âncora, setorista, enviado especial, comentarista, produtor, editor, editor-chefe, rádio-escuta e correspondente.

No que se refere as fontes, o Guia Prático aconselha que o jornalista diversifique bem neste quesito para permitir a pluralidade de pensamentos. Outro ponto destacado está na importância de não estabelecer intimidade com a fonte para que a imparcialidade do jornalista não seja prejudicada. O grau de confiança depositado na fonte deve estar aliado ao constante questionamento quanto ao interesse que ela possa ter ao oferecer suas informações à imprensa.

Ainda com base no guia disponibilizado no site da Web Radio Facopp, a pauta deve servir como uma orientação ao repórter com informações que auxiliem em seu trabalho de acordo com a linha editorial da rádio. Com ela em mãos, o jornalista deve cumprir as determinações, acrescentar informações relevantes e enriquecer o produto. Deste modo, a pauta não impedirá o repórter de aplicar suas boas ideias, utilizar seu faro, tato e investigação para conseguir aspectos diferentes para as notícias.

Já para a produção de reportagens, o Guia Prático descreve que é preciso estudar antecipadamente sobre o assunto a ser coberto, tendo em mente que a missão será responder às questões que o ouvinte faria sobre determinado fato. O repórter deve confirmar todas as informações que ouve e vê para divulgar apenas aquilo que for certeza. O chefe de reportagem deve ser avisado sempre

sobre o andamento do trabalho do repórter para ter visão do conjunto e poder otimizar a cobertura jornalística.

Conforme no site da Web Rádio Facopp (2010), em caso de entrevistas é preferível que sejam feitas pessoalmente deixando telefonemas e outros meios de comunicação apenas para quando o contato presencial não for possível. Todas as informações que puderem ser levantadas sobre o entrevistado antes da conversa são bem-vindas. As perguntas devem ser objetivas e abertas para evitar respostas como “sim” ou “não”. A pessoa entrevistada deve ser identificada no áudio da conversa e se esta for muito longa, a identificação deve ser repetida para que o ouvinte se situe sobre quem está falando.

Apesar de a internet ser, teoricamente, um ambiente de mais liberdade de linguagens, o cuidado com o texto que será passado ao ouvinte é muito importante. As palavras devem ter a pronúncia correta para o bom entendimento da mensagem por parte do receptor. No Guia Prático, segue a dica: “Vale o de sempre: texto curto, ordem direta, palavras simples. Evitar palavras complicadas ou termos técnicos, exceção quando a mensagem se destinar a um público especializado. Para o público médio, explicar os termos técnicos”. Ao introduzir um assunto deve-se situar o ouvinte, pois ele não terá como voltar na programação para entender do que se trata. O texto deve ser inteligente, claro e atraente para manter o usuário interessado na programação. O recomendado para os textos da WRF é o máximo de cem toques por frase para obedecer às pausas de respiração do locutor e garantir a clareza das informações.

A Web Radio Facopp (2010), aconselha que ao apresentar programas, o jornalista deve ser claro e aumentar as pausas entre as frases para que o ouvinte entenda melhor o que lhe é passado. Alguns efeitos sonoros podem ser colocados entre uma notícia e outra, segundo o guia. Em caso de imprevistos durante uma transmissão ao vivo, o melhor é reagir com bom humor e seguir em frente. O locutor deve, sempre que possível, ouvir gravações de suas falas para poder corrigir seus cacoetes, gírias ou melhoras a pronúncia de algumas palavras.

Ainda de acordo com o autor, o locutor de uma *webrádio* deve ter dicção e pronúncia perfeitas, além de conhecer previamente o texto a ser lido para treinar palavras difíceis. A respiração correta é fundamental para dar ritmo ao texto que estará sendo passado para o ouvinte. Quando o fato noticiado for triste, o locutor não deve passá-lo com alegria e, da mesma forma, quando for alegre a

tristeza não deve fazer parte da locução. Além disso, o guia também aconselha que seja utilizada a ênfase em determinadas palavras-chave no decorrer do texto para que o jornalista esclareça bem a notícia para quem a escuta.

Quando o assunto é o arquivo de trabalhos produzidos na WRF, a Web Radio Facopp (2010), indica que cada um seja guardado em uma pasta específica e os materiais brutos, as entrevistas e edições de programas são arquivados e catalogados. Na plataforma online é possível encontrar edições finais de cada programa produzido. Fazer *backups* sempre que possível é uma atitude que evita a perda de materiais importantes para a rádio e seus usuários. Nos arquivos devem conter nomes, datas, programas e assunto tratado para facilitar o trabalho de quem precisar deles futuramente.

6.2 Programas

Em seu projeto original “Proposta de Implantação da Rádio Facopp Online”, foram definidos quais seriam os programas que iriam compor programação. Segundos Passos et al. (2009, p.78), as categorias foram divididas em documentário, entrevista, programas de variedades, notícias e trabalhos acadêmicos.

Nessa linha de raciocínio, foram sugeridos os seguintes produtos: “Jornal Facopp”, “Repórter Web”, “Frente a Frente” e “Você Online”. Especial destaque seria dado aos trabalhos sobre meio ambiente, realizados no âmbito da disciplina de Rádiojornalismo, que poderiam ser disponibilizados tanto no “Jornal Facopp” quanto no “Você Online”, ou ainda através de uma central de podcasts. (MANCINI et al., 2009, p.44).

Segundo Gushiken et al. (2009, p.66), a primeira transmissão realizada pela rádio Facopp, foi a do “Jornal Facopp”. O programa aborda assuntos de interesse a comunidade acadêmica, sua gravação tem a duração média de dez minutos e exibidos todas as quintas-feiras ao vivo.

“Já o ‘Frente a Frente’ é programa que aborda temas de interesse acadêmico, apresentado na forma de bate-papo” (GUSHIKEN et al. 2009, p.68-69) em sua primeira gravação, teve como convidado o jornalista Carlos Tramontina.

De acordo com Passos (2009, p.79), suas gravações seriam feitas todas as terças-feiras e sempre com a duração de 10 minutos.

Segundo Web Rádio Facopp (2015), o programa Repórter Web tem como característica a apresentação de documentário, reportagens de cunho social, discussões e debates de assuntos entre a sociedade.

As reuniões de pauta devem ser semanais entre os componentes da redação da **Radio Facopp Online** para discussão dos temas tratados no programa. Entretanto, as discussões são sempre promovidas quando novas notícias surgem. Todos os integrantes da redação da **Radio Facopp Online** participam da produção do 'Repórter Web'. (PASSOS, 2009, p.91, grifo do autor)

GUSHIKEN et al. (2009, p.70), afirma que suas edições são compostas de temas variados, trilha sonoras ligadas ao assunto tratado, novidades e curiosidades.

Na primeira edição, o tema abordado foi "Retratos de Família". Por meio de uma pesquisa, as produtoras levantaram informações sobre as transformações do estilo das fotos de família. Antigamente, os pais e irmãos mais velhos ficavam sentados na cadeira e os demais a sua volta. Mas sempre com toda a família reunida. Hoje, os retratos são mais descontraídos, não tem data marcada para ser registrado e, às vezes, nem todos estão presentes. Para que o programa ficasse mais completo, os entrevistados foram dois profissionais da área [...]

Já o "Você Online", segundo GUSHIKEN et al. (2009, p.70), é um programa que envolve cultura, variedades e entretenimentos para os acadêmicos da Facopp. "A atração conta com três quadros o "Fala Foca" para os jornalistas, o "Canta Galo" para os publicitários e o Fique ligado é que voltado para divulgar eventos artísticos", apontam as autoras.

Em sua primeira transmissão abordou o tema, como os estudantes utilizam as redes de relacionamentos (*Blog*, *Twitter* e *Orkut*) e para o discorrer do assunto, um dos convidados foi Tchiago Inague. (GUSHIKEN et al. 2009, p.70).

O Programa 'Você Online' tem a duração de dez minutos. Durante abertura e encerramento de suas edições são apresentadas vinhetas específicas do programa que indicam o começo e o fim. Durante o programa pode ser utilizado o recurso de background (BG), com músicas e feitos sonoros. (PASSOS, 2009, p.88)

Até o fechamento deste trabalho foi possível levantar um número aproximado de programas produzidos. Foram contabilizadas cerca de 55 produções

mensais em 2015 pela Web Rádio Facopp, conforme dados do funcionário da rádio, Jesley Almeida.

Ferreira² relata que todos os programas e quadros, que compõem a programação da Web Rádio Facopp tiveram alterações. Principalmente no que se trata da quantidade de produção semanal. “O que antes era produzido uma vez na semana, atualmente pela alta demanda é necessário ser gerado mais de um programa ou quatro, chegando em média a cinquenta produções por mês.”, completa Ferreira.

Os programas “Jornal Facopp, Frente a Frente e Repórter Web” são realizados pelos estagiários e também pelos alunos como conteúdo acadêmico. Se diferenciando apenas do “Você Online”, que também é produzido pelos alunos, mas nas condições de estágio supervisionado.

² Homéro Ferreira é professor de radiojornalismo e supervisor da Web Rádio Facopp (WRF), na Facopp. Entrevista realizada em 08 set. 2015.

7 DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA DE REFORMULAÇÃO

7.1 Pesquisa de campo

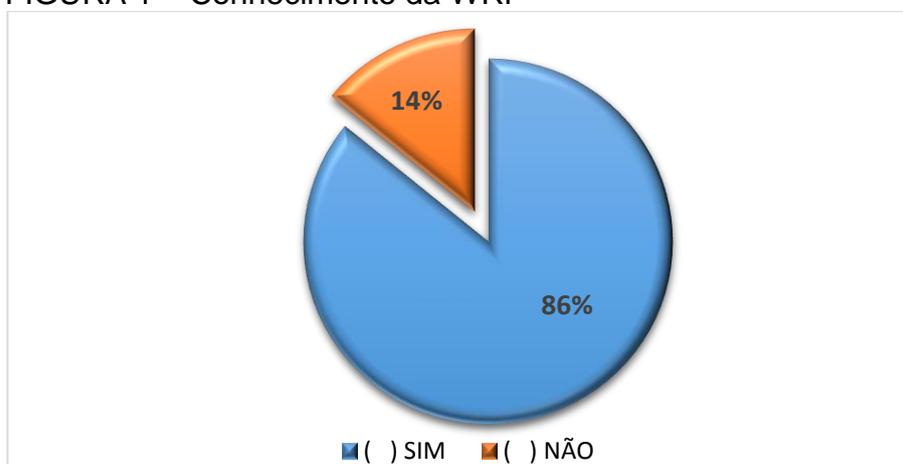
Com o objetivo de examinar a opinião dos alunos do curso de jornalismo da Facopp, foram aplicados formulários para melhor compreensão dos atuais aspectos, como layout, acessibilidade, interação, sistema de busca e programação da WRF. A decisão por direcionar as questões apenas aos futuros jornalistas, deu-se pelo fato de serem o público-alvo da rádio.

Quanto ao número de formulários aplicados, visando uma margem de erro pequena e segura, participaram da pesquisa 70% dos alunos; totalizando 170 entrevistados de diferentes termos do curso.

As perguntas foram elaboradas pelas seis integrantes do grupo de pesquisa, com base na orientação do professor Especialista Anderson Cirilo de Paula Souza. Todas as nove questões trouxeram opções de respostas fechadas de “sim” ou “não” e para obter mais detalhes foram sugeridas outras opções. Os resultados apurados mostraram a necessidade de reformulação, pelo fato dos alunos mostrarem insatisfação com o atual formato do site.

Questionados inicialmente, se tinham conhecimento de que a Facopp possui uma *webrádio* universitária, 146 alunos responderam que sim. Os outros 24, que não sabiam da existência da rádio, encerraram sua participação na pesquisa já na primeira questão conforme a orientação do enunciado da pergunta.

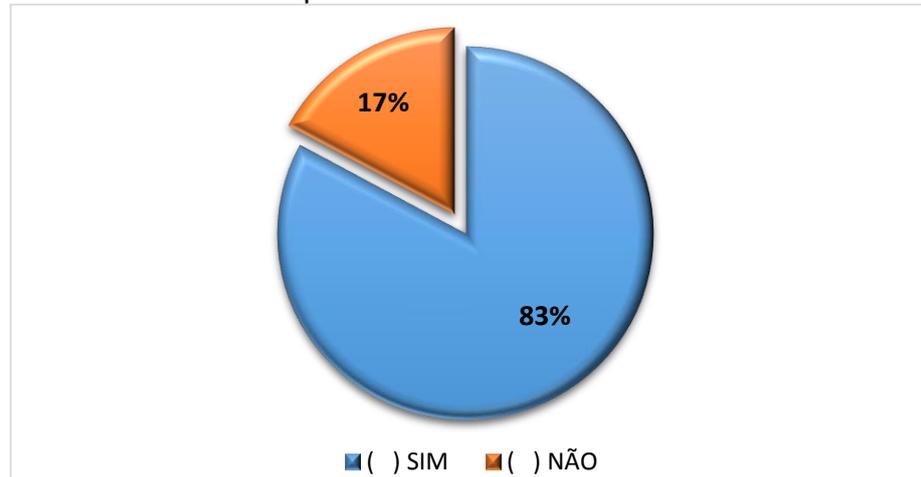
FIGURA 1 – Conhecimento da WRF



Fonte: Questionário aplicado aos alunos da Facopp.

Na questão em sequência, os alunos responderam se já haviam acessado ou não o site da WRF. Foram 121 os que afirmaram já ter acessado e 25 os que não acessaram.

FIGURA 2 –Alunos que acessam



Fonte: Questionário aplicado aos alunos da Facopp.

Os 25 alunos que afirmaram nunca ter acessado ao site, conforme orientação do enunciado da questão, tiveram que justificar a resposta. Destes, 14 alunos apontaram como principal motivo a própria falta de interesse, oito afirmaram ser complicado encontrar conteúdo no site e três consideraram o *layout* do site desinteressante.

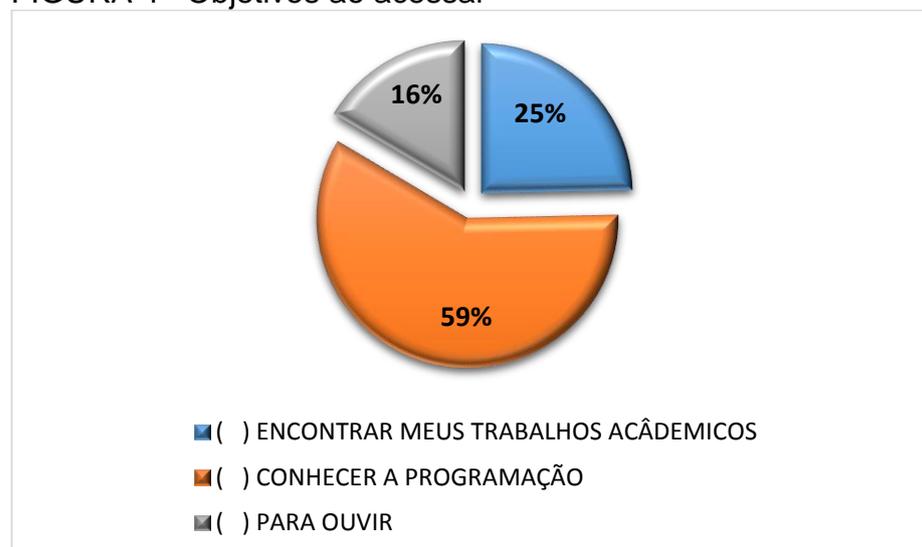
FIGURA 3 – Motivos para o não acesso



Fonte: Questionário aplicado aos alunos da Facopp.

Na sequência procuraram saber, para qual finalidade os alunos acessavam a WRF e constatamos que 36 tinham o objetivo de encontrar seus trabalhos acadêmicos, 86 queriam conhecer a programação da rádio e 24 acessavam simplesmente para ouvir a programação que estivesse “No Ar”.

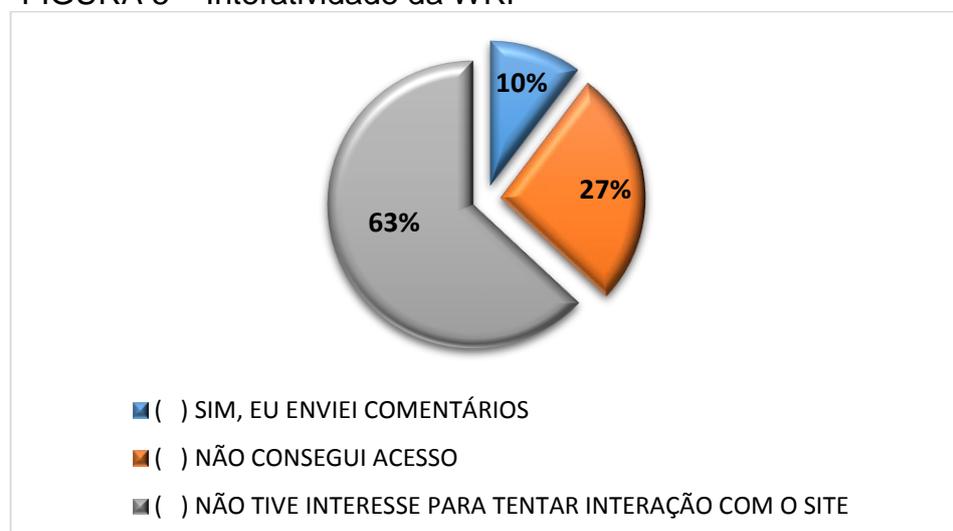
FIGURA 4 –Objetivos ao acessar



Fonte: Questionário aplicado aos alunos da Facopp.

Quando questionados se obtiveram sucesso ao tentar interagir com o site da rádio, 15 dos participantes da pesquisa afirmaram que sim e que enviaram comentários, 39 afirmaram que não houve sucesso quando tentaram a interação e 92 não tiveram interesse para tentar interagir.

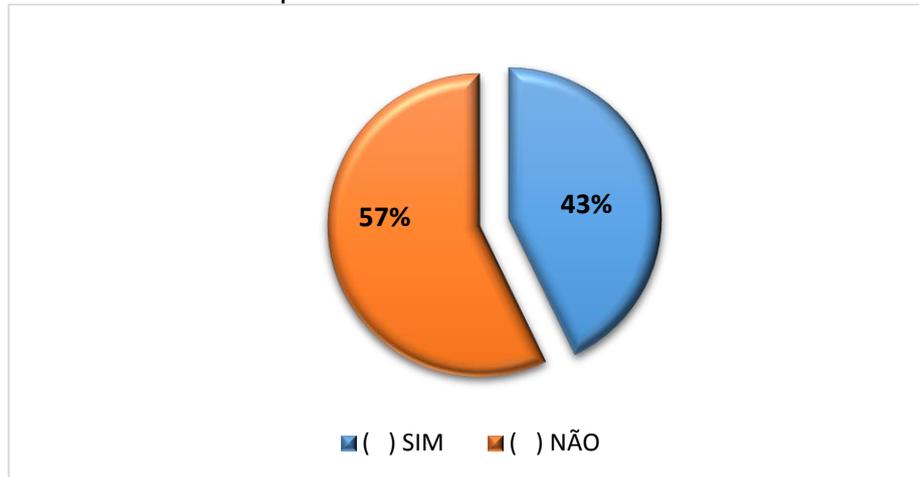
FIGURA 5 – Interatividade da WRF



Fonte: Questionário aplicado aos alunos da Facopp.

Nesta parte da pesquisa, mostra-se um equilíbrio entre os resultados levantados, onde 75 alunos disseram não ter facilidade para encontrar conteúdo dentro do site, enquanto 70 afirmam encontrar o que procuram.

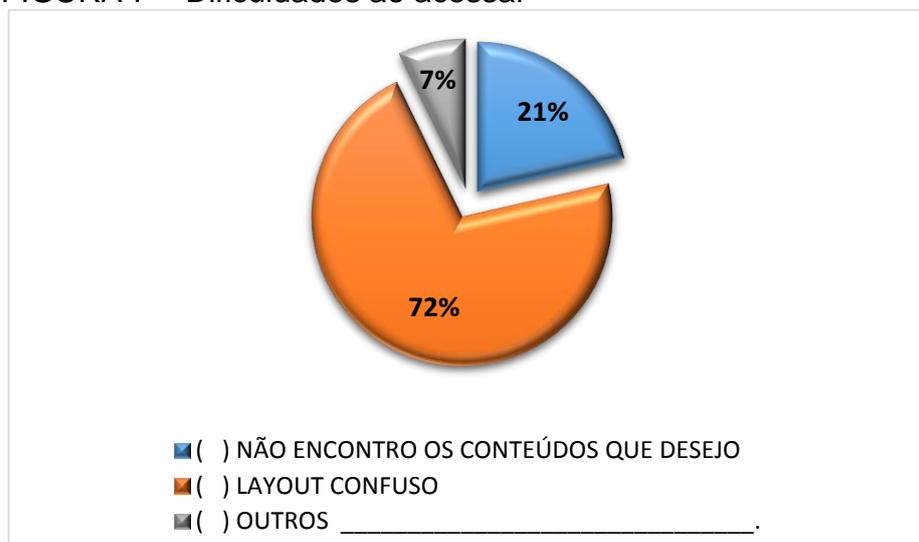
FIGURA 6– Busca por conteúdo no site



Fonte: Questionário aplicado aos alunos da Facopp.

Buscando detalhar as dificuldades encontradas ao procurar conteúdo na WRF, a próxima questão oferecia três opções de respostas fechadas. A grande maioria, 80 dos entrevistados, considera o *layout* do site confuso, 38 disseram não encontrar o que procuravam e 28 afirmaram que as dificuldades seriam outras, diferente das alternativas indicadas. Podendo assim os participantes relatar, quais seriam elas.

FIGURA 7 – Dificuldades ao acessar



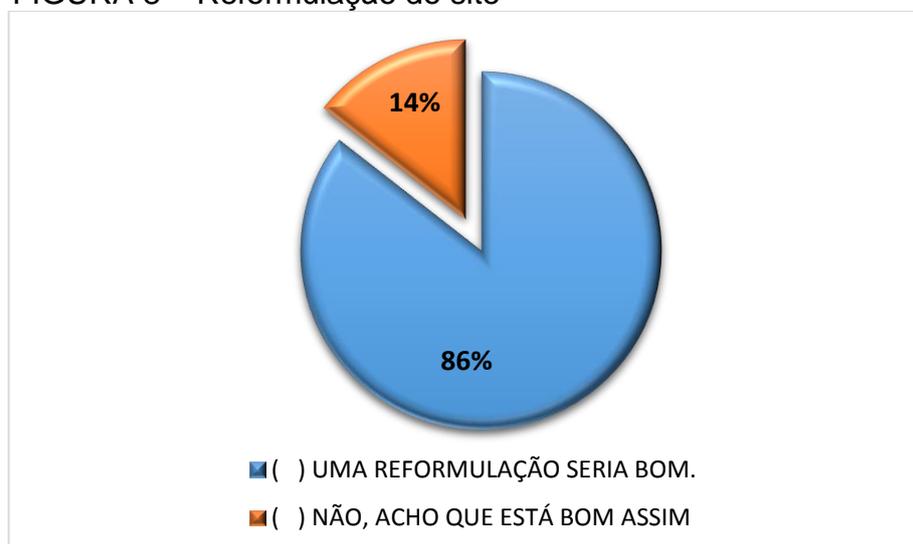
Fonte: Questionário aplicado aos alunos da Facopp.

Com relação a uma possível reformulação no site da WRF, visando melhor interatividade e usabilidade, a opinião da maioria dos alunos foi positiva em relação a mudança. Foram 125 alunos que concordaram com a proposta de reformulação. Já os outros 21 participantes acreditaram não ser necessária esta alteração.

Entende-se que com este resultado as mudanças propostas na presente pesquisa agradariam e beneficiariam de forma geral a comunidade acadêmica da Facopp. A reformulação seria o ponto de partida para o aumento do número de acessos do site, bem como para a maior utilidade dos mecanismos de interatividade através dos quais os alunos poderão trocar informações, sugestões e comentários diretamente na página de forma mais prática.

A usabilidade da *webradio* também seria outro ponto aprimorado no site, com elementos e ícones mais modernos e fáceis de serem usados. Pensando nisso, o resultado obtido com a resposta positiva de 86% dos alunos com relação à proposta de reformulação dá a certeza de que a presente pesquisa se fundamenta e se baseia nas necessidades vivenciadas pela maioria dos alunos da Faculdade de Comunicação da Unoeste.

FIGURA 8 – Reformulação do site

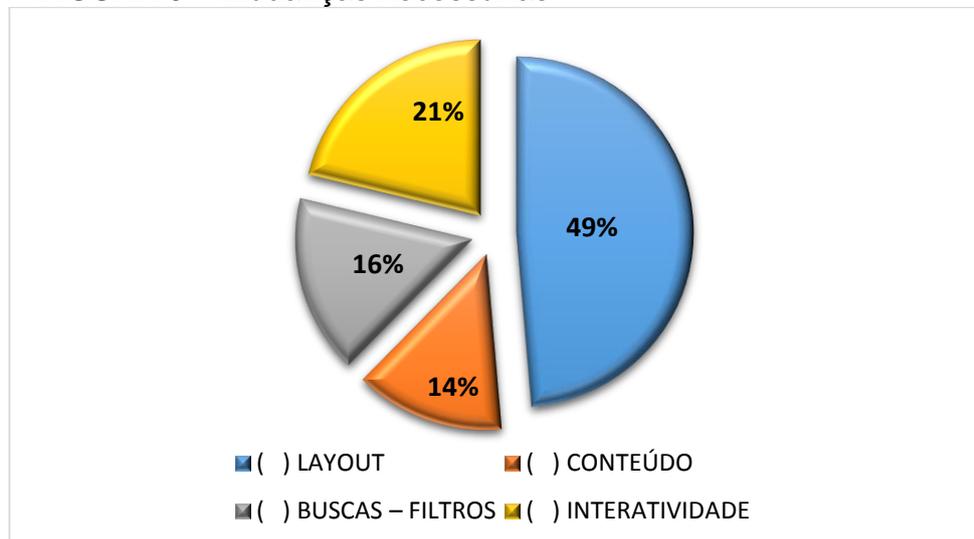


Fonte: Questionário aplicado aos alunos da Facopp.

Na sequência a questão sobre o que os alunos achavam que deveria mudar no site, dividiu opiniões. A maioria, composta por 71 alunos, disse que o *layout* deveria ser mudado, 20 se referiram a uma mudança no conteúdo, 24 consideraram que a mudança deveria ser realizada nas ferramentas de buscas e

filtros do site e 31 consideraram que seria importante uma mudança na interatividade da WRF.

FIGURA 9 – Mudanças necessárias



Fonte: Questionário aplicado aos alunos da Facopp.

Para finalizar o formulário, a última questão buscava saber se os alunos tinham alguma sugestão para fazer em relação ao site da rádio, onde 49 afirmaram que sim e a maioria, 97 alunos, afirmaram não ter nenhuma sugestão.

FIGURA 10 – Sugestões de mudanças



Fonte: Questionário aplicado aos alunos da Facopp.

Entre as sugestões a maioria delas estavam relacionadas a idealização de um novo layout, mudança de cores e melhoria no sistema de busca.

7.2 Acomodações dos novos programas

Assim como os demais laboratórios da Facopp, o de rádio também tem o papel de proporcionar ao aluno seu primeiro contato com o meio. Como citado no capítulo anterior, em sua proposta inicial a Web Rádio Facopp contava apenas com quatro programas: Repórter Web, Frente a Frente, Jornal Facopp e Você Online.

Mas com o aumento na demanda e maior interesse por parte dos alunos em novas produções jornalísticas, viu-se a necessidade da criação de novos programas, trazendo assim para a *web* rádio um conteúdo diversificado. Seguindo então este caminho, foram criados cinco novos programas: o Mundo é Bola, Universo Feminino, Notícias do Meio, Notícias do Campo e Jornalismo Comunitário.

O “Mundo é Bola”, é um programa do gênero esportivo. Todo seu projeto editorial foi desenvolvido por alunos no ano de 2014, a partir do estágio supervisionado. O nome “O Mundo é Bola” foi emprestado historicamente da equipe de esporte da extinta Rádio Piratininga, liderada pelo jornalista José de Mello Brito.

Inicialmente o programa contava com a participação de apenas dois alunos. Com o aumento da procura e do interesse dos alunos houve a necessidade de expandir o número de integrantes. Hoje, o programa conta com a participação de duas equipes de dez alunos cada, entre homens e mulheres. Segue também o padrão de dez minutos de produção semanal. Sempre com conteúdo atualizado e abrangendo a todos os tipos de esporte.

O “Universo Feminino” foi o segundo programa idealizado por alunos. Seu diferencial é ser produzido apenas por alunos do sexo feminino. Os temas abordados são sobre cultura, lazer, moda, beleza, saúde e culinária. Como os demais também seguem a padronização de dez minutos de programação.

Em seu projeto editorial permite a participação de entrevistados, inserções de músicas e depoimentos. Ele surgiu no ano de 2015, também para a realização do estágio supervisionado, com a participação de seis alunas.

O programa “Notícias do Meio” nasceu em 2009 e seus conteúdos são produzidos através de trabalhos acadêmicos. O tema principal é o meio ambiente, sua produção é semanal e o período de duração de dez minutos.

“Notícias do Campo” surgiu no ano de 2014. Sua produção também é de dez minutos e como tema principal está o agronegócio. Inicialmente os conteúdos

foram produzidos apenas por alunos de agronomia, com a reformulação, a produção será expandida também para os cursos da Facopp.

O “Jornalismo Comunitário” é produzido por alunos ingressantes no curso de jornalismo. Sua produção faz parte do conteúdo programático da matéria de radiojornalismo. Este é o primeiro contato dos acadêmicos com produções voltadas à *webradio*. Seu foco é fazer com que os alunos relatem histórias, reclamações e acontecimento dos bairros onde moram.

Desta maneira na proposta de reformulação da Rádio Facopp, terá como um de seus papéis a acomodação desses conteúdos e programas que foram criados.

7.3 Mudanças do nome e da logo “WRF”

Com esta proposta de reformulação do website, o nome da rádio passará a ser “Rádio Facopp”. A ideia surgiu a partir de observações dos funcionários da rádio, que informaram a dificuldade dos alunos em pronunciar o antigo nome durante as gravações. Rádio Facopp, tem uma pronúncia fácil evitando que alunos tenham estes problemas.

“É importante articular bem as palavras, pois a verbalização deve ser clara, para que a frase tenha sentido e possa ser compreendida pelo ouvinte” (CÉSAR, 2009, p.81). Sustentadas por essa ideia, foi possível defender o motivo pelo qual deveria ser feita troca do nome da Web Rádio Facopp.

Para a proposta de implantação da *webradio* em 2009, foi realizada uma pesquisa de campo sugerindo algumas opções de nomes. Foram aplicados 535 questionários para alunos, funcionários e professores, destes apenas 384 responderam. Na questão que foram sugeridos alguns nomes, 199 pessoas preferiram não opinar. Registrando 6% dos votos, na opção “Rádio Facopp Online”.

Ainda no segundo semestre de 2009, foi implantada a *webradio* e por decisão unanime ficou decidido a mudança do nome e da sigla. Passando a se chamar Web Rádio Facopp (WRF).

[...] o nome “Rádio Facopp Online” foi substituído por Web Rádio Facopp (WRF) por tratar-se de um nome mais moderno, seguindo as linhas das *webrádios*. Ainda adotou-se a sigla WRF para facilitar a memorização e se diferenciar da TV Facopp Online, emissora televisiva virtual existente na

mesma faculdade, formando assim a própria identidade visual do site. (GUSHIKEN et al., 2009, p.60)

Devido esta mudança houve a necessidade de atualização da logo, pois a mesma era composta pelas siglas que correspondiam ao nome da rádio. O grupo junto com o responsável pelo desenvolvimento do site e com o apoio do Prof. Renato Pandur Maria, do curso de Publicidade e Propaganda da Facopp, criaram a ideia da nova logo da Rádio Facopp.

FIGURA 11 – Nova logo Rádio Facopp



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

Segundo Pandur o novo logotipo da rádio tem como principal mudança a eliminação da poluição visual, isso se caracteriza pela utilização de ícones simples e de cores harmônicas. Para ele, a colocação dos elementos dessa forma elimina o aparecimento de ruídos, que atrapalham no processo de comunicação da identidade

visual. A harmonia entre os ícones, tipografia e cores são fundamentais para que haja uma relação comunicacional entre todos os elementos que compõem a homepage.

O poder de fixar a atenção e conseguir do consumidor uma rápida assimilação da mensagem está ligado intimamente à simplicidade da imagem, à sua precisão, ao destaque dado ao fator que mais interesse represente, isto é, ao foco onde se centraliza a ideia a ser assimilada. A cor mais forte neste local, ou só utilizada nesse setor dentro de um campo neutro, tem a capacidade de ser um estímulo produzido na retina. (FARINA, 2002, p. 175)

7.4 Site

Visando promover a usabilidade e possibilitar a interatividade de forma mais eficiente, a nova página foi pensada para facilitar o acesso, dando maior suporte no desenvolvimento dos trabalhos acadêmicos, portfólio online e ferramenta de primeiro contato com o ambiente do rádio para os futuros jornalistas da Unoeste.

O modelo proposto traz um *layout* moderno com páginas que se adaptam às necessidades dos usuários. Toda a *interface* da página, segundo o profissional Luiz Gustavo Cunha Ederli, responsável pela criação do site, está sendo feita com uma ferramenta *Bootstrap*, ou seja, possibilita que o site se adeque a qualquer tamanho de tela.

Este formato trará rapidez na navegação, possibilitando que os usuários possam acessar o site por celular ou com a tela em tamanho menor, sem que haja distorção. O menu principal fica sempre visível diante de qualquer ação do internauta, levando-o para todas as janelas do site, mas, sem sair da mesma base de tela inicial da rádio. Esta nova página acolherá cinco programas que já eram produzidos, mas não possuíam ícones de acesso.

Com a proposta de reformulação os alunos terão, além dos quatro programas já existentes, novas opções para escutar, além do item “No Ar”, pois no atual suporte do site é impossível que o usuário escute a programação, podendo pausar no momento que ele preferir através do botão de *player* e pausa.

A barra de navegação está fixa na parte superior da página. Além da logo, possui o menu de acesso para “programas”, “radioteca”, “notícias” e “sobre a rádio”. O campo de busca fica localizado no canto direito da barra e na versão do

projeto piloto serve apenas de demonstrativo, pois a procura de todos os conteúdos só será possível quando o site estiver no ar. Possui como exemplo apenas a busca pela palavra “entrevista”, utilizada para demonstrar como funcionará a função.

A lista da programação da Rádio Facopp ficou como primeiro item. Os programas serão distinguidos por ícones que remetem ao seu estilo, essa opção se deu após uma reunião com a professora Carolina Mancuzo e a professora Fernanda Sutkus de Oliveira Mello. Em acordo, as pesquisadoras decidiram por não fazer logos para os programas e nem trabalhar com as já produzidas, pois estavam desatualizadas. Manter a página com uma estética limpa foi o principal motivo para não utilizarem logos.

Os ícones foram retirados de um site (<http://br.freepik.com/>) que disponibiliza vetores gratuitos para download. Nele, as pesquisadoras buscaram ícones específicos que remetessem à cada programa e sua editoria.

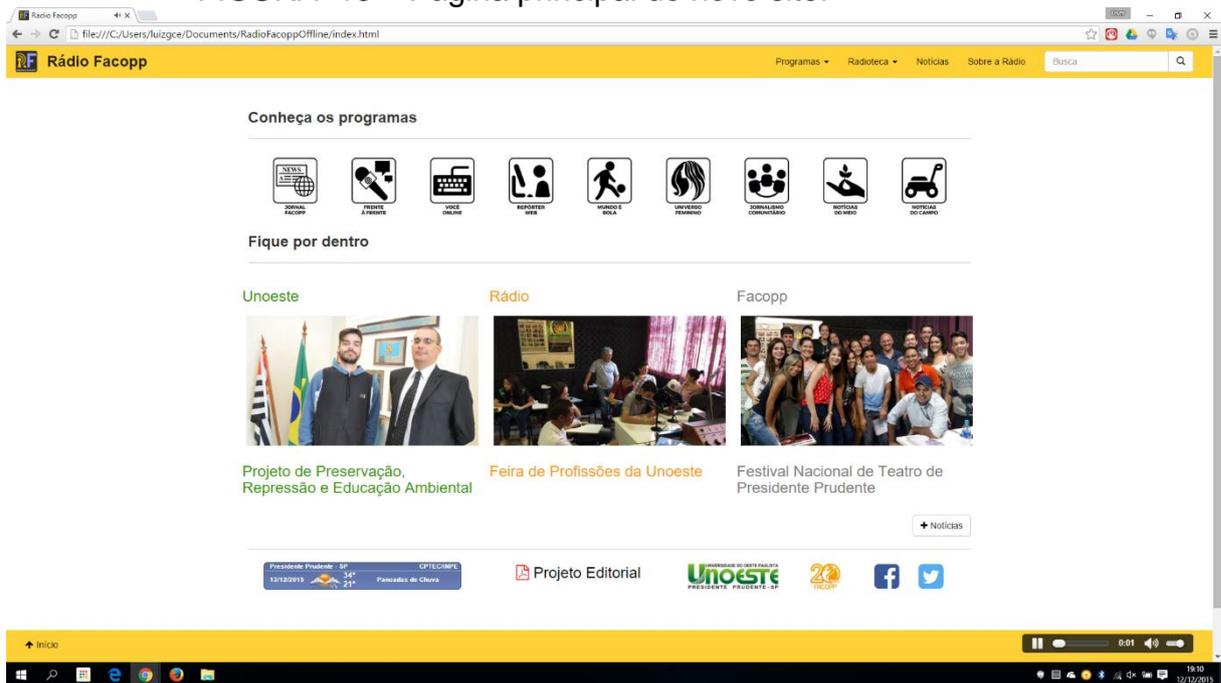
As mudanças entre a atual página e a proposta de reestruturação sugerida por este projeto, quando comparadas, deixam claras as alterações e o porquê se fazem necessárias.

FIGURA 12 – Página principal do atual site.



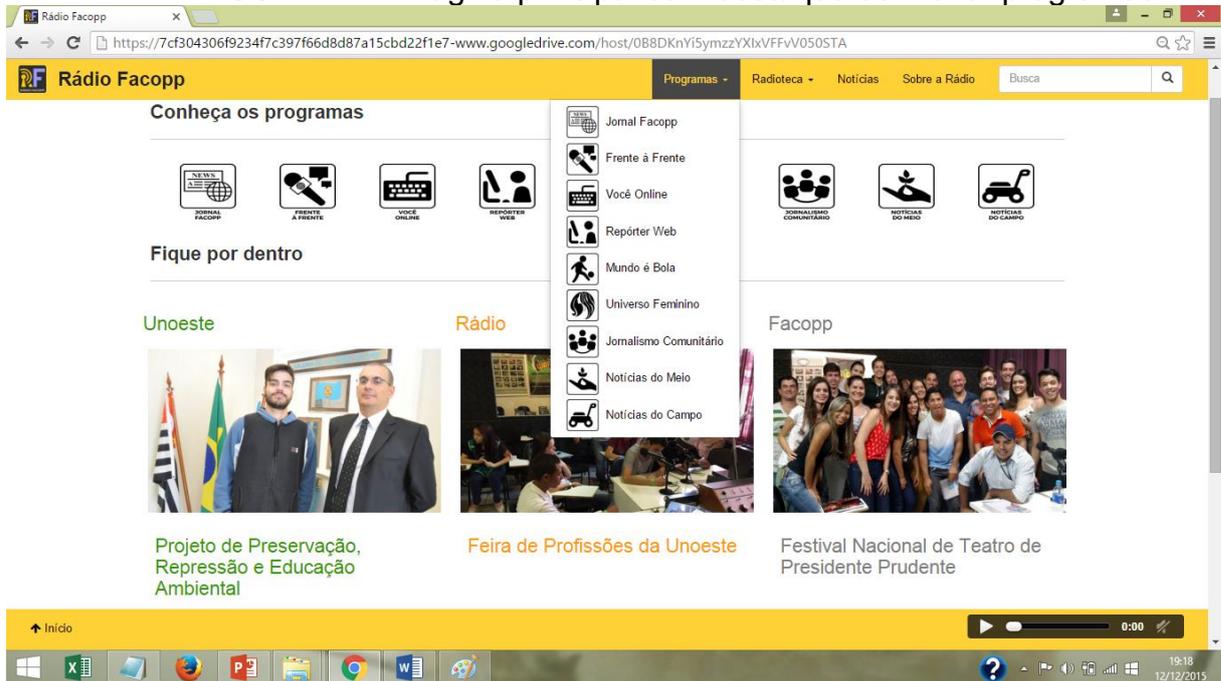
Fonte: Site da Web Rádio Facopp.

FIGURA 13 – Página principal do novo site.



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 14 – Página principal com destaque do menu “programas”.

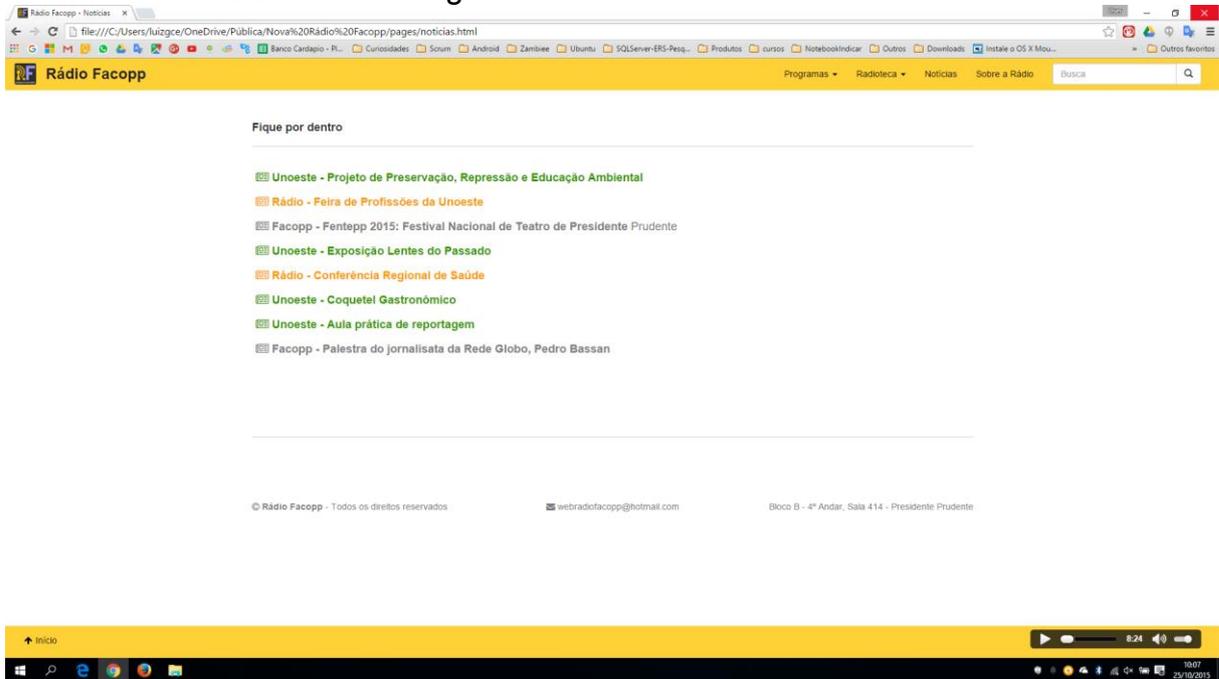


Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

As notícias aparecem em segundo plano, às informações são a respeito da rádio, da Facopp e notícias sobre a universidade. Assim na *homepage* ficam dispostas as informações mais importantes e recentes. O internauta também

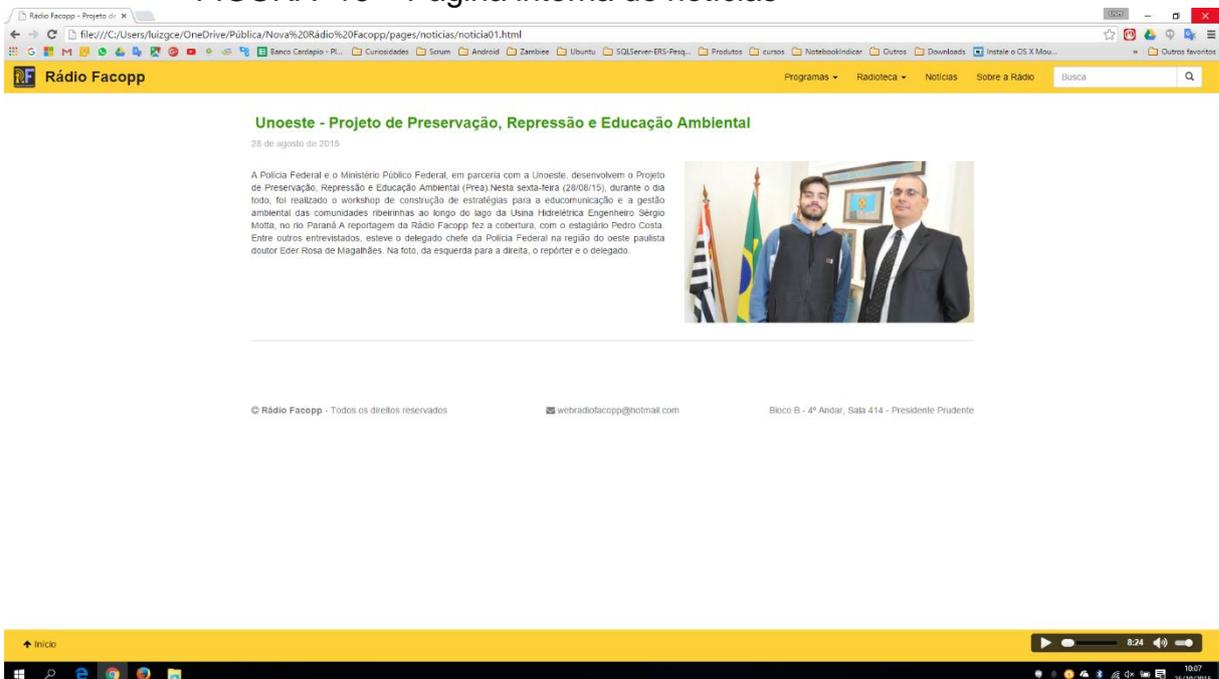
tem a opção de + Notícias. Esta aba ficou nomeada “Fique por dentro”, com sugestão da professora Mello, para utilizar linguagens mais ligadas aos jovens.

FIGURA 15 – Página “+ Notícias”



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 16 – Página interna de notícias



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

Os trabalhos produzidos pelos alunos, tanto dos cursos da Facopp quanto de outros cursos, serão disponibilizados no menu Radioteca, também

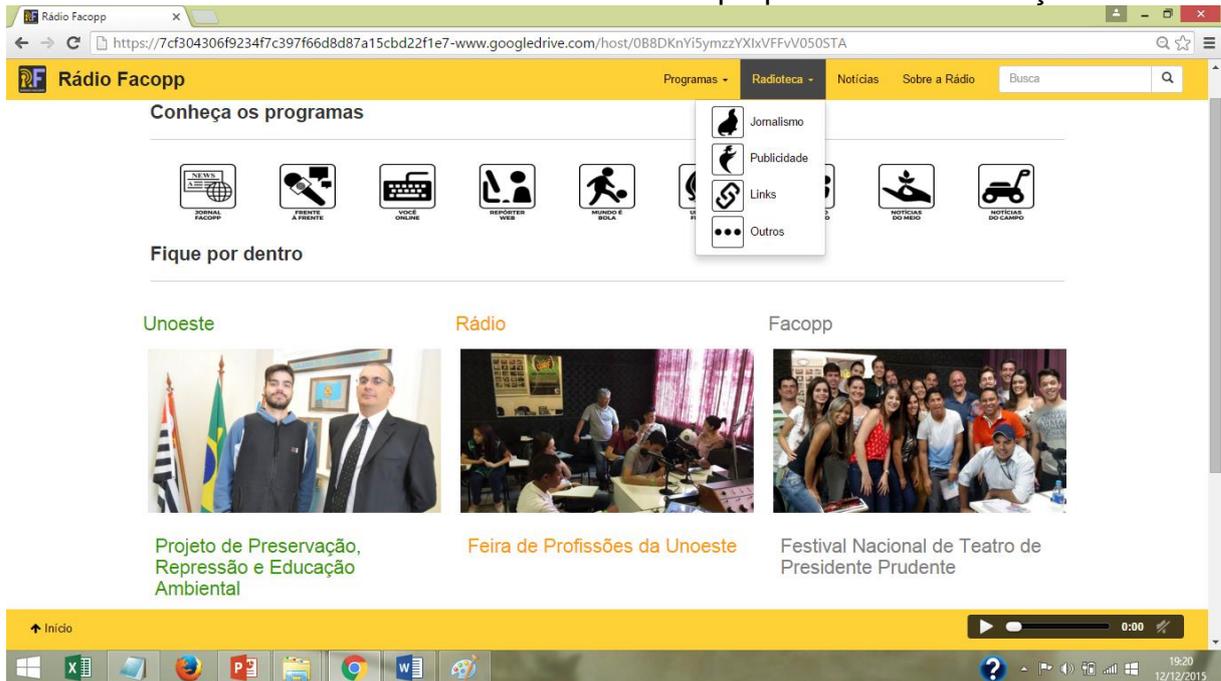
encontrado na primeira página. Os ícones da Foca e do Galo servem para distinguir os cursos de Jornalismo e Publicidade. Para os programas dos demais cursos, ficará disponível o menu “outros”. O site ainda vai proporcionar ao internauta o serviço de previsão do tempo. A página terá ligação com o Clima Tempo, utilizando sua versão gratuita e também conexão direta com as redes sociais da rádio através dos ícones na última aba.

FIGURA 17 – Menu “Radioteca” no atual site



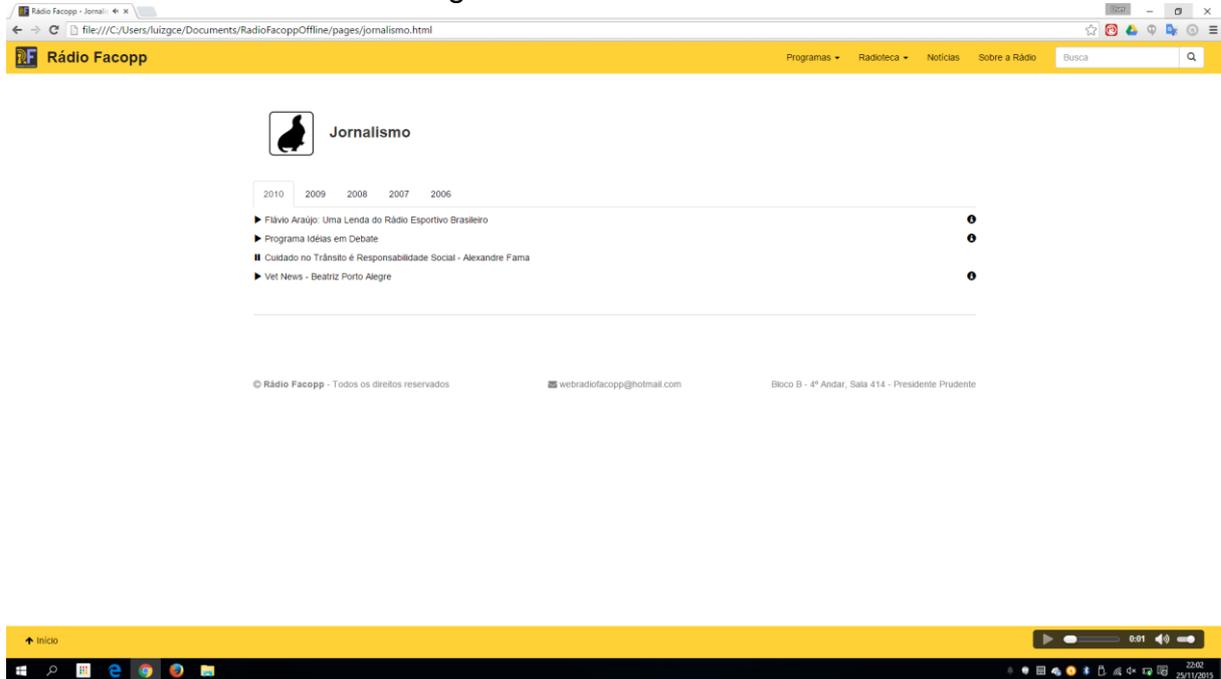
Fonte: Site da Web Rádio Facopp.

FIGURA 18 – Menu “Radioteca” na proposta de reformulação



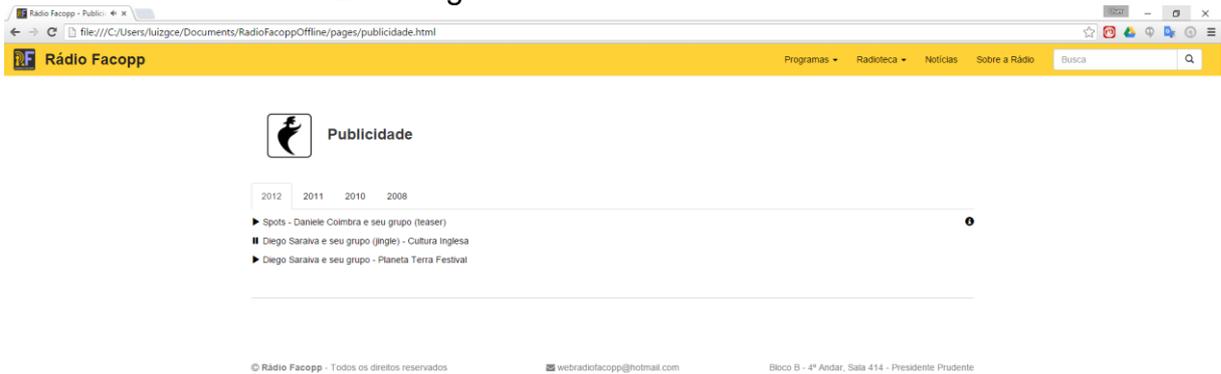
Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 19 – Página interna da Radioteca - Jornalismo



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

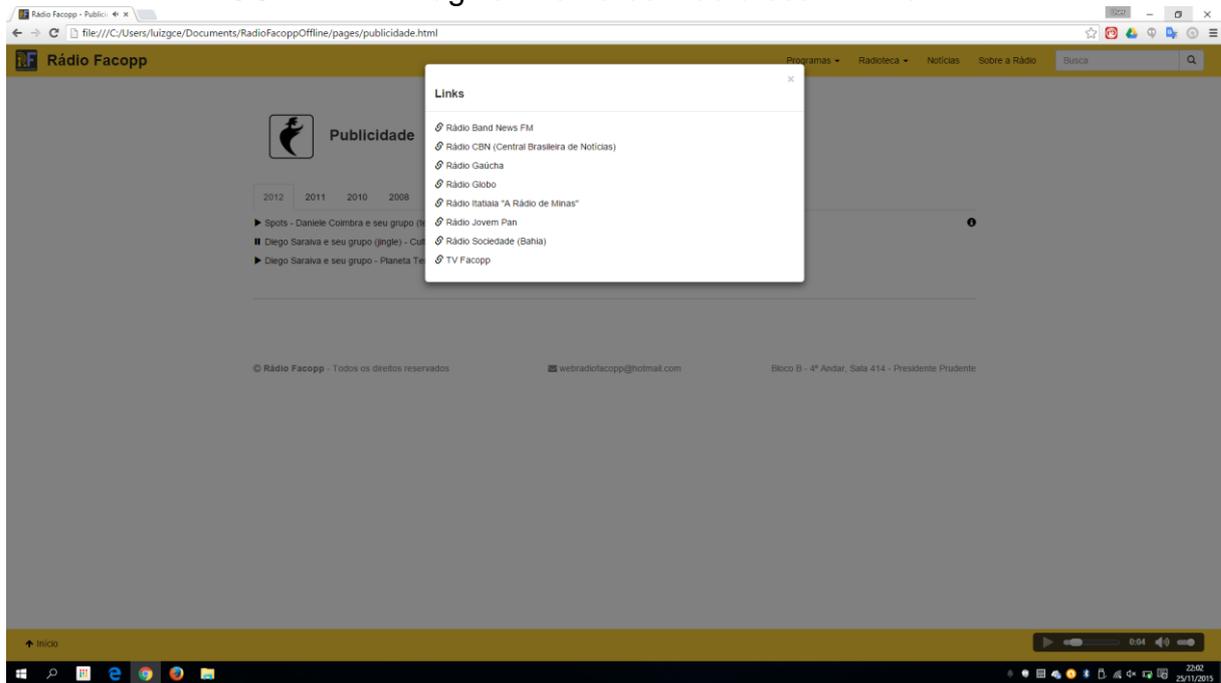
FIGURA 20 – Página interna da Radioteca - Publicidade



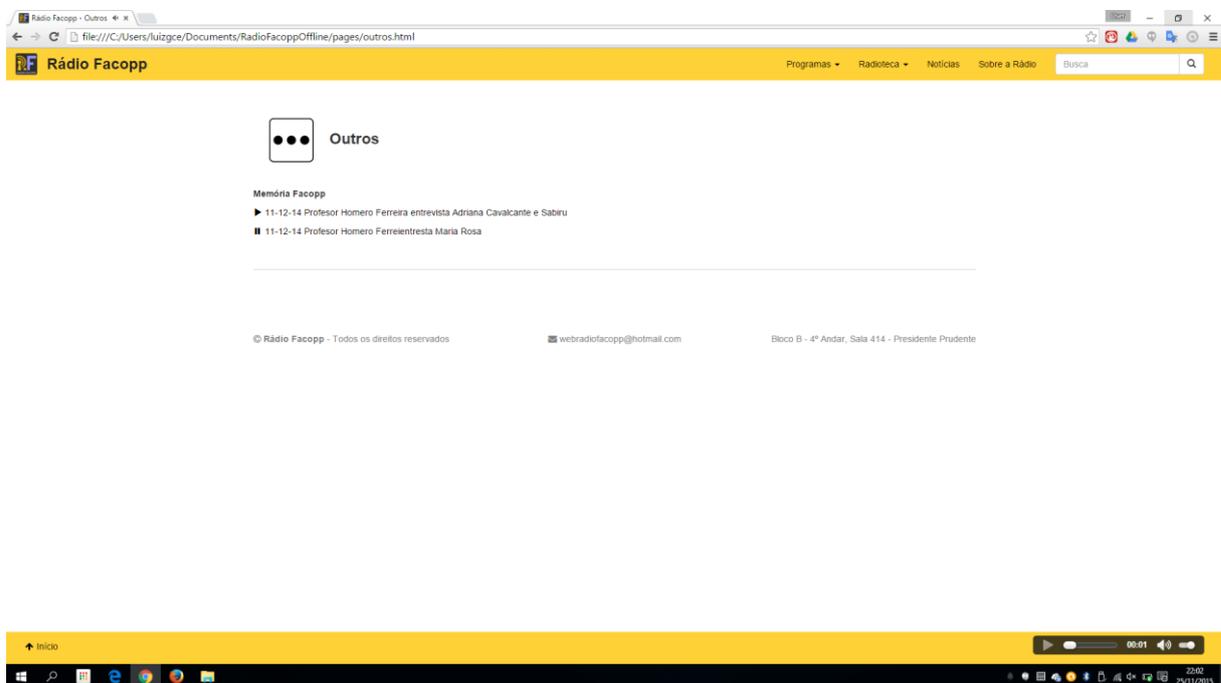
Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 21 – Página de *Links* da Web Rádio Facopp

Fonte: Site da Web Rádio Facopp.

FIGURA 22 – Página interna da Radioteca - *Links*

Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 23 – Página interna da Radioteca - *Outros*

Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

Quando o internauta clicar no ícone do programa que está na *homepage*, será direcionado às páginas internas. Cada programa contará com

informações sobre ele, os mp3s serão alimentados de forma cronológica, os mais recentes ficarão em destaque.

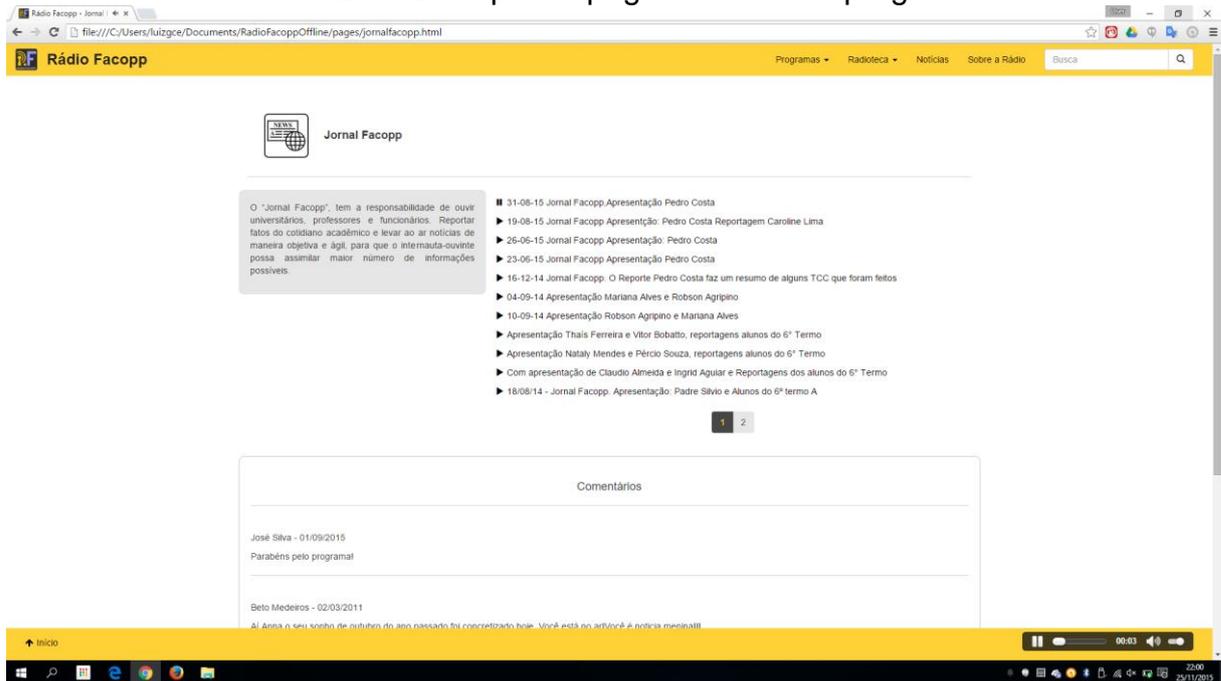
Para apresentação do projeto piloto foram carregados apenas os mp3's mais recentes referentes a cada programa. Alguns dos programas contam com menos arquivos por serem os únicos disponibilizados no site. Mas, para a implantação da reformulação será necessário que todos os arquivos estejam disponíveis para escuta. Esta página ainda disponibiliza a interação do usuário com a rádio por meio de comentários, possibilitando expor opiniões e colocar sugestões.

FIGURA 24 – Página interna de programas



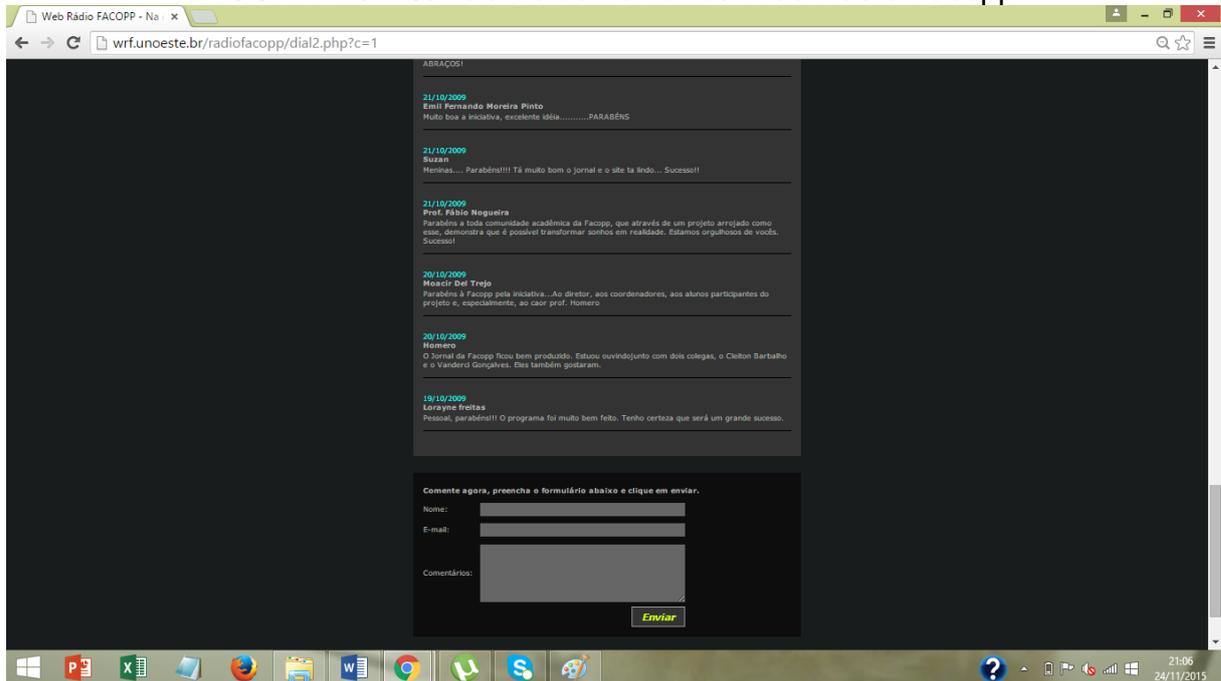
Fonte: Site da Web Rádio Facopp.

FIGURA 25 – Exemplo da página interna de programas



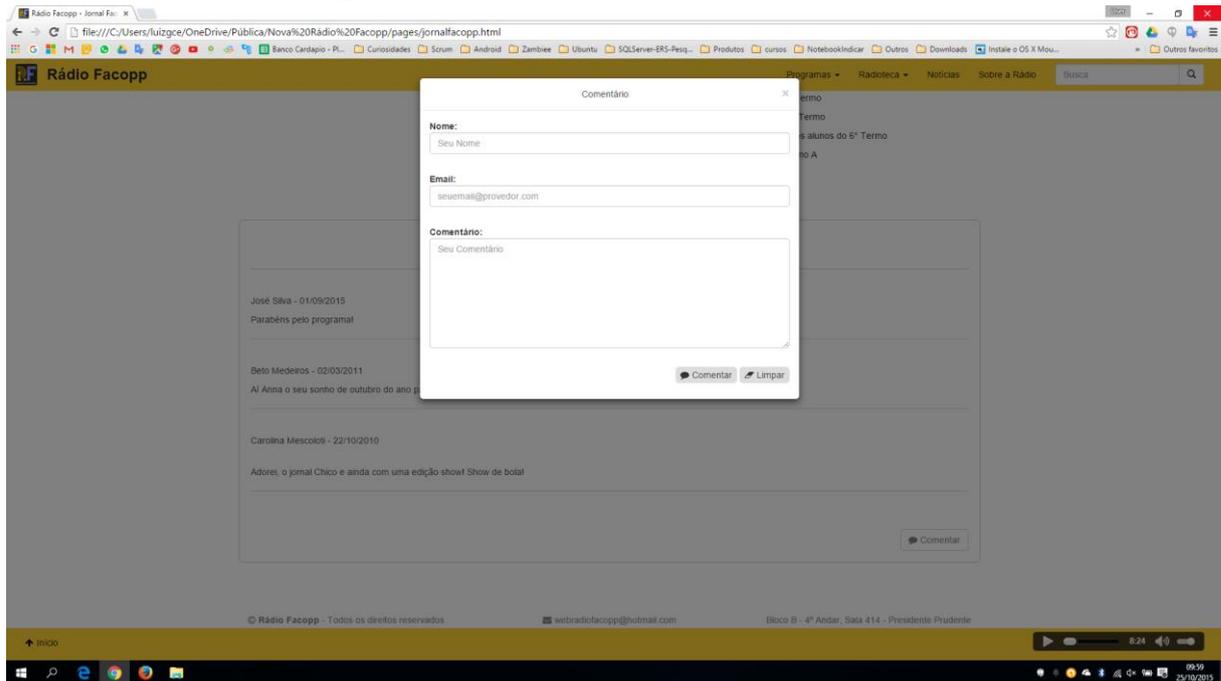
Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 26 – Janela de comentários Web Rádio Facopp



Fonte: Site da Web Rádio Facopp.

FIGURA 27 – Janela de comentários



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

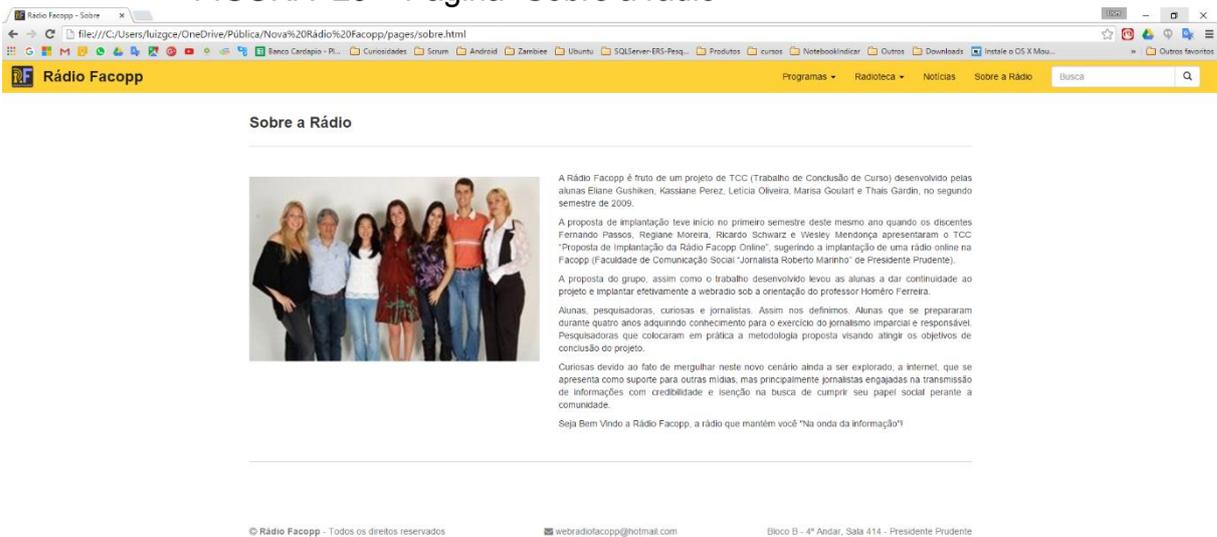
O site ainda contará com a opção “Sobre”, que traz a história da Rádio Facopp, sua localização e contato.

FIGURA 28 – Página “Quem Somos” da Web Rádio Facopp



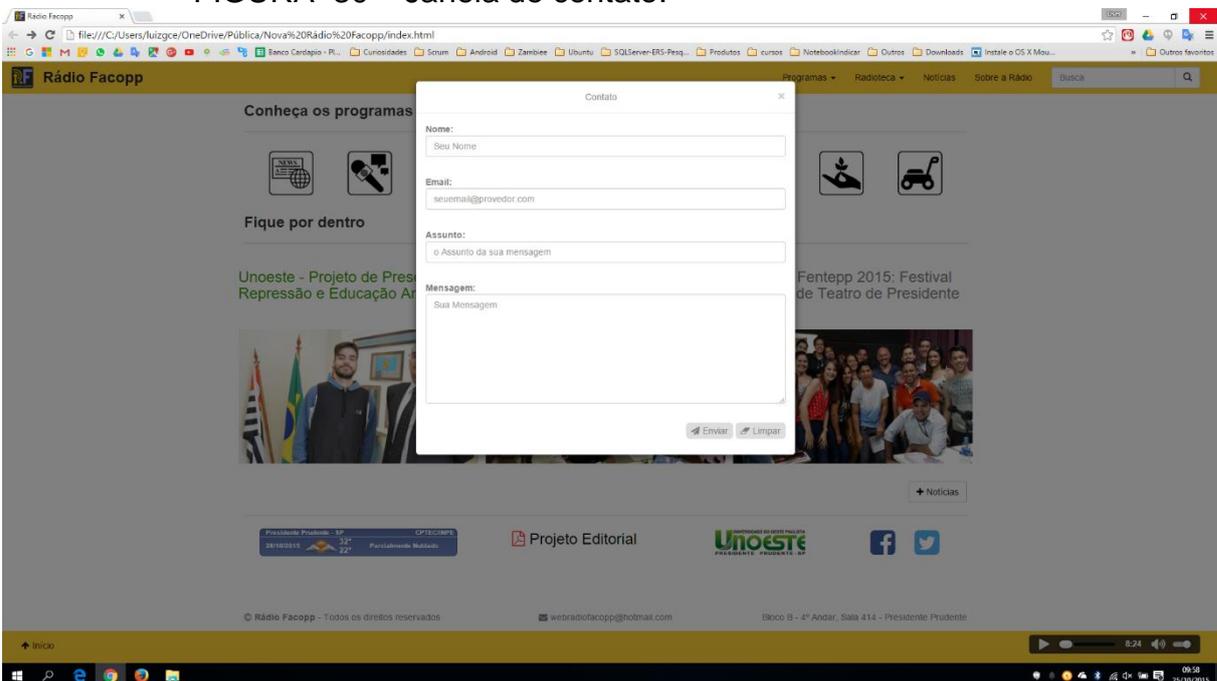
Fonte: Site da Web Rádio Facopp.

FIGURA 29 – Página “Sobre a rádio”



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 30 – Janela de contato.



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

8 MEMORIAL DESCRITIVO

O princípio deste projeto se deu a partir de uma conversa, no começo do sétimo termo entre as alunas Ana Paula da Cunha Pereira, Caroline Jenifer Mendes, Nataly Vasconcelos Mendes e Nayara Katiane Silva de Souza com o responsável pela rádio, o professor Homéro Ferreira. O motivo que as levou até o laboratório de rádio fora uma conversa sobre o estágio supervisionado, matéria incluída na grade do termo.

Questionadas pelo responsável se já havia decidido pelo tema do TCC, inicialmente responderam que sim, pois realmente já tinham em mente um assunto. Mesmo assim, pediu para que questionassem em sua turma se alguns alunos tinham interesse na reformulação do site da *Web Rádio Facopp*. Mas, por terem afinidade tanto com o veículo quanto com o professor, decidiram aceitar e ideia e o desafio de trabalhar na mudança do site.

O primeiro passo havia sido dado e, para compor o grupo, as pesquisadoras convidaram mais duas alunas, sendo Natalia Fabian Moreno e Natália Serra Portela. Mas houve um empecilho, o limite para o grupo era de até de cinco pessoas. Conversado com a professora da disciplina de Introdução a Projetos Experimentais, Maria Luiza Hoffman, ela informou que para ser aprovado mais uma pessoa no grupo teria que entrar em contato com o Colegiado, para que uma reunião fosse feita e então ser aprovado ou não. Mas, pelo projeto ter grande complexidade, seria mais fácil com um grupo maior.

Após dias de ansiedade a notícia recebida fora positiva. O sim tinha sido dado e agora o pré-projeto contava oficialmente com seis integrantes. Com essa questão resolvida deu-se início ao projeto. Em reunião com Ferreira foram discutidos quais as melhorares decisões que deveriam ser tomadas para a página do site do rádio. Além dele, as autoras contaram com a ajuda do aluno e estagiário do laboratório, Pedro Costa. A princípio ficou decidido, além da atualização da atual estrutura do site, a criação de um aplicativo para a rádio e a expansão dela pela Universidade.

Neste momento o pré-projeto contava com muitas ideias e tinha um roteiro extenso, mas com as orientações da pré banca de qualificação, o grupo percebeu que teriam muito conteúdo para produzir em pouco tempo e que se

escolhessem trabalhar com todas as vertentes não conseguiriam dar atenção necessária que os itens precisavam.

Por isso, optaram apenas pela reformulação da página. Assim começou à procura de quem poderia criar o novo layout do site e colocá-lo em funcionamento. Guiadas pelo orientador, as autoras deveriam buscar suporte dentro da própria universidade, para encontrar auxílio na produção do projeto, tanto na peça prática, quanto na execução de todo o trabalho teórico.

Sendo assim, devido ao tipo de pesquisa e para trazer mais credibilidade ao projeto, as autoras tiveram que aplicar formulários aos alunos de jornalismo da Facopp, onde foram levantadas questões sobre quais as melhorias os usuários acreditavam ser necessárias para que o site se tornasse mais agradável e acessível.

Diante disso para a elaboração das questões que iriam compor o formulário buscaram orientação com o Professor Especialista Anderson Cirilo de Paula Souza, que indicou qual seria a quantidade necessária de formulários respondidos para que pudesse estar dentro de uma margem de erro segura. As perguntas foram elaboradas para que mais tarde fossem aplicadas aos alunos do curso.

Para a produção do site o orientador sugeriu que ao invés de contratar terceiros para produção do site procurassem o departamento da web da faculdade. A partir disso, uma reunião foi marcada com o Coordenador de *Web* da Unoeste vinculado a Faculdade de Informática de Presidente Prudente (FIPP) Eduardo Rizzo.

O encontro fora marcado para uma segunda-feira, dia 24 de agosto, as 16h no Campus I da Unoeste. Quatro das seis integrantes estavam presentes a espera do orientador para acompanhá-las a tão esperada reunião. Devido a um contratempo, o mesmo não pôde comparecer, sendo assim as mesmas deram continuidade ao roteiro proposto para aquela tarde.

Ansiosas, esperavam para enfim encontrá-lo. Isso as levaria um passo a diante em um dos pontos principais do projeto: a reformulação do site. Que também se caracterizava com o produto da peça prática.

Frente ao coordenador, as ideias foram expostas e antes mesmo que pudessem concluir todas, a resposta que tiveram foi negativa. Logo no início da reunião, Rizzo deixou claro que não poderia se disponibilizar para colocar no ar a nova estrutura do site e um dos maiores motivos seria a falta de tempo.

Mesmo com essa notícia a reunião deu continuidade e Rizzo deu a opção de ao invés de fazer uma reformulação na atual página, que uma nova fosse criada na plataforma do wordpress. Mas esse trabalho deveria ser feito pelas integrantes do grupo, e com essa mudança não seria possível fazer a transição de todos os conteúdos já produzidos e hospedados na atual página. Por este motivo, nenhuma decisão poderia ser tomada antes que o coordenador da rádio fosse consultado.

Este foi o momento mais difícil para o grupo, pois a principal ideia tinha ido por “água a baixo”. Neste momento estavam desoladas, e o medo tomava conta de todas.

Naquele mesmo dia, tiveram aula e orientação com a professora Maria Luiza. Explicaram tudo o que havia ocorrido na reunião, e que naquele momento não seria possível para o Coordenador de *Web* trabalhar na implantação da nova estrutura. Tudo parecia não ter saída, até a professora sugerir que continuassem com a mesma linha de raciocínio, o estudo da influência de usabilidade e interatividade, mas que ao invés de implantarem um novo formato fizessem um projeto piloto. Agora tinham duas opções para decidirem em conjunto com o orientador.

No dia seguinte, já na orientação com o professor Ferreira, conversaram sobre as possibilidades, e entre fazer uma nova plataforma no wordpress ou apenas sugerir a reformulação. A mais viável naquele momento era a segunda opção. Assim ficou decidido, e as ideias foram reestruturadas.

De qualquer forma um terceiro deveria ser procurado para desenvolver o layout da página, e colocá-lo em um formato teste para posteriormente ser usado como base para implantação da nova construção do site.

O grupo fez diversas procuras, porém não encontravam quem tivesse a disponibilidade de assumir o compromisso de desenvolver o projeto piloto em tempo hábil. A procura se estendeu por quase uma semana, até que encontraram Luiz Gustavo Cunha Ederli, formado em TI e com experiência em criação de sites e aplicativos.

A primeira reunião entre o grupo e o desenvolvedor foi marcada para o dia 29/08/2015, em um sábado à tarde. Quatro das integrantes do grupo foram até o local e discutiram as ideias que tiveram, decidindo o que seria possível desenvolver ou não.

No primeiro momento pensaram em como ficaria a aparência e as funções do site, além da criação do logotipo, pois como o nome mudou decidiu-se muda-lo também, por estar totalmente ligado ao atual nome (WRF).

Decidiu-se fazer de forma moderna e com uma homepage limpa, buscando referências em site ligados a comunicação com à CNN e sites de outras rádios universitárias. Em primeiro momento ficou decidido que a primeira página do site contaria apenas com a logo da Facopp (FIGURA 25), com uma barra de menu em cor laranja. Na rolagem da página viriam as notícias (FIGURA 26), os programas (FIGURA 27), a radioteca (FIGURA 28) e por fim as informações da rádio (FIGURA 29).

FIGURA 31 – Primeira versão da página principal



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 32 – Primeira versão da página de notícias



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 33 – Primeira versão da página de programas



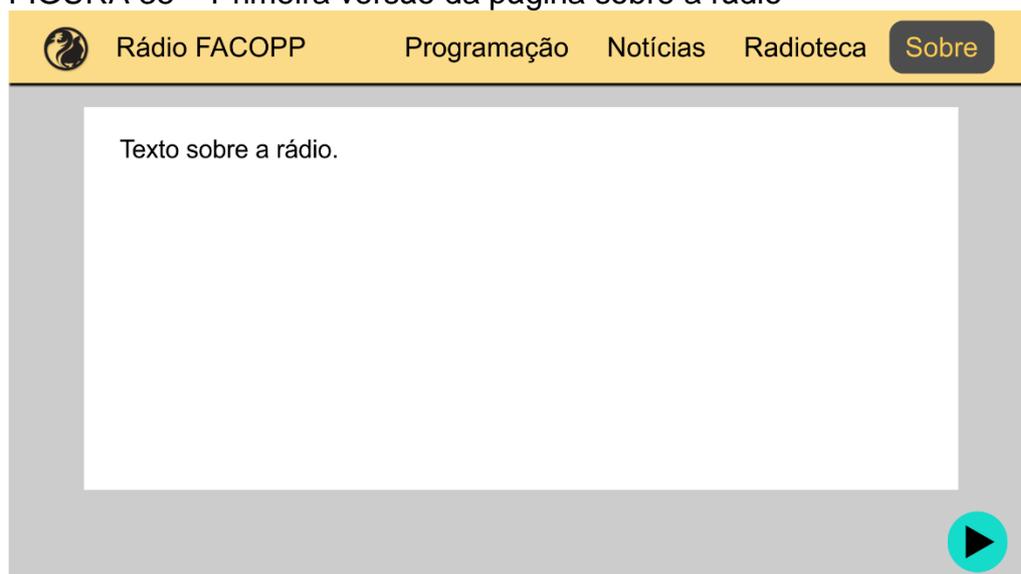
Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 34 – Primeira versão da página da radioteca



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

FIGURA 35 – Primeira versão da página sobre a rádio



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

Com o rafe em mãos as alunas mostraram o trabalho para o orientador, mas ele entendeu que a primeira página não deveria ser apenas com a logo, mas sim ter informações de notícias da rádio como principal. Após a aprovação de Ferreira o grupo decidiu quais componentes seriam necessários para apresentar um site com qualidade, usabilidade e interatividade.

Junto com o profissional as autoras decidiram utilizar o sistema de player e pause para que fosse possível a qualquer momento o visitante pausar a programação ou escutar quando quisesse, como se estivesse ouvindo uma rádio convencional. Também foi possível notar que o conteúdo do site estava

desorganizado e era necessário enquadrá-lo da melhor forma, por isso a radioteca ficou separada pelos cursos de Jornalismo e Publicidade para que o aluno encontre seu trabalho de forma rápida e prática além da interatividade na utilização de ícones de fácil acesso, pois o botão que leva o aluno até seus trabalhos serão a foca que representa o jornalismo e o galo que representa a publicidade. Outra questão são os comentários, como conversado com o responsável da rádio deverão sempre ser respondidos, para que haja esta interação com os ouvintes.

Fechada a ideia foi pedido ao profissional para dar início na produção real de como ficaria a primeiro momento a cara do site. Em reunião com o orientador Ferreira o grupo decidiu pelas mudanças dos ícones de cada programa, além de acomodar programas já gravados como principais. Assim entraram Universo Feminino, programa produzido pelas autoras do projeto; O Mundo é Bola; Notícias do Meio; Notícias do Campo e Jornal Comunitário, programas que já vinham sendo produzidos, mas que não tinham um espaço disponibilizado para a acomodação.

A criação da logo foi um momento complicado, pois as ideias surgiam, mas nada agradava. As pesquisadoras junto com o profissional decidiram por utilizar ícones que remetesse a Facopp. Após pensarem muito e alguns raves serem feitos e foram colocadas em prática, a nova ideia da logo foi apresentada ao orientador e aprovada.

FIGURA 36 – Primeira versão da logo do site



Fonte: Luiz Gustavo Cunha Ederli.

Em orientação com Hoffman, ela informou que seria melhor que pessoas especialistas fizessem este tipo de trabalho, pois as alunas poderiam ser questionadas na banca de qualificação do projeto se quem teria feito a logo tem aptidão para determinado trabalho. Além da logo as alunas desenvolveram os ícones para os programas, mas também foram questionadas pela professora por não terem conhecimento deste tipo de trabalho. Obtivemos resposta apenas de um professor Renato Pandur que não achou boas as ideias dos ícones para os programas e que deveriam ser modificados, além da logo para o site, pois segundo ele estava confuso e não teria uma boa imagem quando aplicada, mas que no momento ele não poderia ajudar o grupo e sugeriu a procura de um designer para realização deste trabalho.

Desta forma, o grupo resolveu então procurar por dois professores do curso de Publicidade que pudessem ajudar no desenvolvimento do logo. As ideias foram enviadas por e-mail para que eles pudessem opinar e dar sugestões para melhoria e conclusão deste item. Ao mesmo tempo foi feita uma reunião com a coordenadora do curso de Jornalismo que se propôs a ajudar na idealização e realização da página Carolina Zoccolaro Costa. Ela entendeu que o site deveria ser ainda mais moderno e que ainda faltava algo para chegar a página ideal para a proposta. Ela então sugeriu alguns sites de notícias e de comunicação para tirar ideias e sugestões como UOL, Época e G1. Depois de conversar com a mesma as pesquisadoras perceberam que realmente precisavam melhorar as ideias para que o site não tivesse falhas e problemas com sua usabilidade e interatividade.

As autoras foram para a biblioteca do campus para conversar e resolver quais seriam os melhores itens para compor a página depois das dicas e sugestões da professora. Ficou evidente que era necessário pensar em mudanças rápidas para não prejudicar o andamento do trabalho. Pedimos para que o profissional do desenvolvimento do layout não modificasse mais nada e esperasse até que ficasse definido como ficaria a versão definitiva da proposta de reformulação do site. A responsável por fazer os raves Nataly Vasconcelos Mendes, por ter conhecimento do photoshop desenvolveu uma nova *homepage* através das ferramentas sugeridas pela professora Carolina. Mas as pesquisadoras ainda sentiram a necessidade de falar com mais uma professora, sendo ela Fernanda Sutkus de Oliveira Mello, sugerida pela coordenadora do curso de jornalismo.

Desde a pré banca de qualificação do pré-projeto, Mello já havia dado algumas dicas para a criação do layout e sua funcionalidade.

Diante disso uma reunião foi marcada com Mello. As pesquisadoras explicaram suas ideias e tiraram dúvidas. Logo de início, Mello deixou bem claro que naquele formato o site não teria usabilidade. As alunas ficaram assustadas, pois essa é umas das principais propostas do trabalho e não poderiam errar nesta etapa. Ela propôs a ajudar o grupo e marcaram uma outra reunião no dia seguinte para conversar e desenvolver por definitivo o site.

No novo encontro as autoras levaram o que Mello havia solicitado no dia anterior. Com todas as ideias e informações organizadas por grau de importância o novo rafe do site foi pensado e criado por ambas as partes. A partir daí era apenas uma questão de tempo até apresentá-lo ao desenvolvedor para que o mesmo pudesse colocar no formato o que havia sido pensado.

Após definido o layout do site, o grupo entrou em contato com o Professor Renato Pandur Maria, que auxiliou com dicas e ideias no desenvolvimento do novo logotipo da rádio. As ideias foram para o papel e em seguida os raves foram encaminhados para o desenvolvedor do site, que trabalhou e finalizou a nova logo do site.

Assim que ficou pronta a pesquisadora Nayara Katiane Silva de Souza, entrou em contato novamente com o Professor Pandur, que dessa vez aprovou o logo e fez um breve estudo sobre a mesma, identificando a melhoria na mudança e uma boa comunicação visual entre os elementos.

Procurada pelas alunas Ana Paula da Cunha Pereira e Nataly Vasconcelos Mendes, Mello deu as últimas sugestões sobre o layout do site. Após o encontro as mesmas entraram em contato com Ederli, para que fizesse as últimas correções. O fechamento do site ocorreu no dia 23 de outubro. Desta forma todos os elementos propostos até o momento foram finalizados.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como as tecnologias, o Curso de Comunicação Social da Unoeste também evoluiu. Diante disto, foi observada a necessidade de atualização da *web site* da rádio universitária do curso. Com o passar dos anos e a evolução constante dos meios de comunicação, foi possível afirmar que para acompanhar tais modificações, uma reformulação na *homepage* seria necessária.

O TCC “Proposta de um projeto piloto de reformulação de uma *webradio* universitária” partiu deste princípio com o objetivo de fazer alterações que trouxessem mais usabilidade e interatividade ao site, já que o atual formato encontra-se em desacordo com os padrões estruturais mais modernos.

A ideia inicial era colocar no ar todas as atualizações propostas por este trabalho ainda neste ano, para que alunos, professores e funcionários da Facopp pudessem acessar o novo formato do site. Entretanto a falta de tempo não permitiu que a reformulação fosse implantada, assim, este trabalho passou a ser um piloto da nova página.

Para que a proposta de reformulação possa trazer tais mudanças para a “Radio Facopp”, o grupo pretende colocar a nova página no ar no começo de 2016, a partir de um projeto de extensão, com o auxílio do coordenador de web da Unoeste, Eduardo Rizzo. Aplicando de maneira sábia tudo o que foi sugerido, assim permitindo o avanço desta ferramenta que é de grande importância para o aprendizado dos demais alunos.

Compreender os conceitos e como os mecanismos de usabilidade e interatividade funcionam, proporcionou as pesquisadoras aplicação dos mesmos dentro da página da “Rádio Facopp”. Estes mecanismos são essenciais para o bom funcionamento da página da *webrádio*, pois facilitam seu uso deixando o acesso ao site mais rápido, sem que o usuário precise abrir muitas abas para encontrar o que procura. A interação com os comentários possibilita aos internautas a troca de informações e envio de sugestões. A partir destas considerações, ficou evidente como o atual site encontra-se desatualizado.

Para alcançar os objetivos específicos deste TCC a respeito da prática do jornalismo, o grupo levantou informações sobre a WRF e as pesquisas desenvolvidas pelos TCCs anteriores, relacionados ao desenvolvimento e implantação da WRF. Além de analisar sua importância para a Faculdade, isto se

deu por meio de entrevistas e apurações com pessoas ligadas ao universo da *webrádio* universitária.

Foi possível com esta pesquisa entender como é produzido o jornalismo para o rádio. Com a disponibilização dos novos programas o grupo teve que conhecê-los e entender como deve ocorrer a produção da notícia para determinados temas e editorias. A aplicação do questionário foi essencial para compreender a opinião do público alvo sobre a rádio, assim as pesquisadoras desenvolveram ideias para um novo formato de site que agradasse a todos, utilizando sempre como base a usabilidade e a interatividade. Para manter o layout mais limpo o grupo optou pela utilização de ícones ao invés de logos para apresentação dos programas. Além do espaço para novos programas e o acréscimo das notícias para que haja mais interação com o público acadêmico, outro item importante de interação são as imagens que representam os cursos da Facopp, servindo de acesso para os usuários.

Assim serão possíveis que novos trabalhos e a procura pela rádio seja maior, pois o público acadêmico em sua maioria jovens, sempre procuram sites que estejam atualizados e que disponibilize diferenciais para atraí-los, podendo até futuramente expandi-la por todo o campus e se torne uma rádio para a Universidade. Por meio de instalação de caixas de som podendo ser escutado por todos, os trabalhos que serão produzidos.

É importante ressaltar que em qualquer mudança de layout ou atualizações na página da *webradio*, a essência do radiojornalismo acadêmico não deve ser perdida. Pois em qualquer formato em que se ele se encontre, o mais importante sempre será o conteúdo, onde se preza o aprendizado dos alunos e a contribuição dos materiais produzidos por estes.

REFERÊNCIAS

- A FACOPP. Produção e reportagem de Natiely Rallo. Edição de texto e imagem de José Edivaldo Silva e Lucas Marques. Coordenação de Carolina Costa Mancuzo. Presidente Prudente: **Vídeo Institucional**. Disponível em <<https://www.unoeste.br/facopp/facopp.php>>. Acesso em: 05 set. 2015.
- ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais**: pesquisa quantitativa e qualitativa. São Paulo: Pioneira, 1998.
- ÁVILA, Renato Nogueira Perez. **Streaming** – Aprenda a criar e instalar sua rádio ou TV na Internet. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2008
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de radiojornalismo**: produção, ética e internet. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**. Os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**: Os formatos e os programas em áudio. 2 ed. São Paulo: Paulinas, 2009.
- BARROS, Antônio Teixeira de; JUNQUEIRA, Rogério Diniz. A Elaboração do projeto de pesquisa. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed; 4. reimp. – São Paulo: Atlas, 2010.
- BELONI, Maria Luiza. **Educação à distância**. Campinas, SP: Autores associados, 2001.
- BLATTMANN, Úrsula; SILVA, Fabiano Couto Corrêa da. Colaboração e interação na Web 2.0 e Biblioteca 2.0. **Revista ABC**, Florianópolis, v.12, p.191-215, jul/dez.2007. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/18873/1/Colaboracao%20e%20Interacao%20na%20Web.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2015.
- BOSTELMAM, Ana Cristina Araujo. **A interação e a convergência dos Meios na Comunicação**: exemplos de mensuração e vigilância de mercado. In: X
- CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 1., 2009, Blumenau. Anais... Blumenau; INTERCOM, 2009.
- BRASIL. Ministério das Comunicações. **Rádiodifusão comercial**. 2014. Disponível em: < <http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/radiodifusao>>. Acesso em: 18 ago. 2015.
- BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. **Padrões Web em Governo Eletrônico**: Cartilha de Usabilidade. Brasília: MP, SLTI, 2010. 50 p.: color. Disponível em:<

https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB4QFjAAahUKEwja84__ktzIAhWBHpAKHY83CBM&url=http%3A%2F%2Fwww.governoeletronico.gov.br%2Fbiblioteca%2Farquivos%2Fpadroes-brasil-e-gov-cartilha-de-usabilidade%2Fdownload&usg=AFQjCNEvqadl_loCTi2936P7Eve6fbfeuA&sig2=Wvc2ljiTxB05gvvTrO6aqq&bvm=bv.105841590,d.Y2I >. Acesso em: 24 out. 2015.

CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio: prática de locução AM e FM**. São Paulo: Summus, 2009.

CHAK, Andrew. **Como criar sites persuasivos: clique aqui**. São Paulo: Person Education, 2004.

CYBIS, Walter. **Ergonomia e usabilidade: conhecimentos, métodos e aplicações**. São Paulo: Novatec, 2007.

DA SILVA, Ana Claudia Morais et al. **Ponto e vírgula: a recuperação de fragmentos históricos da Facopp disponibilizados em um hot site**. 2014. 371 p. Trabalho de Conclusão de curso (Habilitação em jornalismo) - Faculdade de Comunicação Social "Jornalista Roberto Marinho", Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Mídia eletrônica, novas mídias e sustentabilidade**. Santa Catarina. 2008. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/dantas-edmundo-midia-electronica-novas-midias-sustentabilidade.pdf> >. Acesso em: 24 out. 2015.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, António (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed; 4. reimp. - São Paulo: Atlas, 2010.

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL "JORNALISTA ROBERTO MARINHO" DE PRESIDENTE PRUDENTE - FACOPP. **Manual do aluno**. Presidente Prudente, 2013. Disponível em <<http://www.unoeste.br/facopp/arquivos/MANUALDOALUNO2013.pdf>>. Acesso em: 05 set. 2015.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

FLASTCHART, Fábio. **HTML5: embarque imediato**. Rio de Janeiro: Brasport, 2011.

GIL, António Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. 13. ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

GOMES, Adriano Lopes. **O rádio e a experiência estética na constituição do ouvinte**. 2006. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gomes-adriano-radio-experiencia-estetica.pdf> >. Acesso em: 31 Maio 2015.

- GUSHIKEN, Eliane Tayra et al. **Implantação da Web Rádio Facopp (WRF): a convergência midiática entre rádio e internet.** 2009. 178 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Habilitação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho”, Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente. https://leonardofeitosa.files.wordpress.com/2013/02/midias_digitais_aula_2.pdf >. Acesso em: 24 out. 2015.
- JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio.** 4. ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- KENT, Peter. **Otimização para mecanismo de busca para leigos.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade: **Metodologia Científica.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- LIBERT, Barry; SPECTOR, Jon. **Nós somos mais inteligentes do que eu.** Tradução de Juliana Dartora. São Paulo. Bookman, 2009.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **O Rádio dos pobres, comunicação de massa, ideologia e marginalidade social.** São Paulo: Loyola, 1988.
- MANCINI, Bruna Areias Bravo et al. **Guia Prático Web Rádio Facopp.** 2010. Disponível em: <<http://wrf.unoeste.br/radiofacopp/guiawrf/index.php>> Acesso em: 04 set. 2015.
- MANCINI, Bruna Areias Bravo et al. **Radiojornalismo online: Guia prático para produção de conteúdo na Web Rádio Facopp (WRF).** 2010. 75 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, Universidade do Oeste Paulista – Unoeste, Presidente Prudente.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2003.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria: **Metodologia do trabalho científico.** 7. ed; 2. reimp. São Paulo: Atlas S.A, 2008.
- MARTINS, Heloisa Helena T. de Souza. **Metodologia qualitativa de pesquisa,** São Paulo, v.30, n.2, maio/agost., 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v30n2/v30n2a07.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2015
- MEDITSCH, Eduardo. **A Rádio na era da informação.** Coimbra: Minerva, 1999.
- MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do rádio I** –Textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005.
- MONTEIRO, Luís. **A internet como meio de comunicação:** possibilidades e limitações. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO, 1., 2001, Campo Grande. Anais... Campo Grande; INTERCOM, 2001.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In:

DUARTE, Jorge; BARROS, António (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed; 4. reimp. São Paulo: Atlas, 2010.

MOURA, Leonardo. **Como escrever na rede: manual de conteúdo e redação para a internet**. Rio de Janeiro: Record, 2002

NIELSEN, Jakob. **Projetos websites**. Tradução de Ana Gibson. 5. reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. Usabilidade na web. Tradução de Edson Furmankiewicz & Carlos Schafranski; Docware, traduções técnicas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, Jorge; BARROS, António (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed; 4. reimp. São Paulo: Atlas, 2010.

OLEAN, Aline Rodrigues et al. **Proposta de implantação de uma webradio para um jornal impresso de Presidente Prudente**. 2014. 255 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, Universidade do Oeste Paulista – Unoeste, Presidente Prudente.

OLIVEIRA JUNIOR, Nithon Fernandes de. **Rádio on-line como ferramenta da comunicação corporativa participativa: uma proposta para a porto seguro**. 2002. 104 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em jornalismo) – Comunicação Social – Jornalismo, Centro Universitário Nove de Julho, São Paulo. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/junior-nilthon-radio-online.pdf> > Acesso em: 30 maio 2015

OLIVEIRA NETTO, Alvim Antônio de. **IHC Interação humano computador: modelagem e gerência de interfaces com o usuário**. Florianópolis: Visual books, 2006.

OLIVEIRA, Fábio de. **Comunicação de massa e ideologia: a utilização do ordenamento jurídico brasileiro para manutenção do controle de classe**. 2002. 257 p. Dissertação apresentada como requisito parcial á obtenção de grau de Mestre (Curso de Pós-graduação em Direito) – Universidade Federal, Santa Catarina.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A informação no rádio: Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo. Summus, 1985.

PADILHA, Sônia Costa. **O Webjornalismo medido pela cultura social local**. Portugal: Labcom books, 2012.

PASSOS, Fernando Ferreira et al. **Proposta de implantação da Rádio Facopp Online**. 2009. 170 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, Universidade do Oeste Paulista – Unoeste, Presidente Prudente.

PERUZZO, Cecília Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In:

DUARTE, Jorge; BARROS, António (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed; 4. reimp. São Paulo: Atlas, 2010.

PINHO, José Benedito. Jornalismo na internet: Planejamento e produção da informação on-line. 3. ed. São Paulo: Summus, 2003.

PRADO, Magaly. **Historia do rádio no Brasil**. São Paulo: Da Boa Prosa, 2012. Disponível em <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=eYINAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&ots=ujFhGcdiiE&sig=idsyPwsDPwWki xM77fHypE-T8QY#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 13 ago. 2015

PRADO, Magaly. **Produção de Rádio: Um Manual Prático**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora Ltda, 2011.

PRATA, Nair. **Aspectos do Discurso Radiofônico – A Entrevista**. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO, 1., 2005, Rio de Janeiro. Anais...Rio de Janeiro; INTERCOM, 2005.

PRATA, Nair. **Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO, 1., 2008, Natal. Anais...Natal; INTERCOM, 2008.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: redação & informação na Web**. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

SANTOS, Emanuella; NICOLAU, Marcos. **Web do futuro: a cibercultura e os caminhos trilhados rumo a uma Web semântica ou Web 3.0**. Revista Temática, São Paulo. Ano VIII, N.10, out. 2012. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2012/Outubro/web_semantica_futuro.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2015.

SARMENTO E SOUZA, Maria Fernanda; FORESTI, Miriam Celí Pimentel Porto; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio. Arquitetura da informação em web site de periódicos científicos. **ETD-Educação Temática Digital**, Campinas, v.5, n. 2, p. 87-105, jun. 2004. Disponível em: <http://www.researchgate.net/publication/44209736_Arquitetura_da_informacao_em_web_site_de_peridico_cientifcolnformation_architecture_in_a_scientific_journal_web_site>. Acesso em: 24 out. 2015.

SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, Sonia Virginia. **Rádio Nacional O Brasil em Sintonia**. 3. ed. São Paulo: Jorge Zahar, 2005.

SCUDERE, Leonardo. **Risco digital na web 3.0**. Rio de Janeiro: Elsevier editora Ltda, 2015.

SOUZA, Renato Rocha; ALVARENGA, Lídia. **A Web Semântica e suas contribuições para a ciência da informação**. 2004. 141 f. Doutorado em ciência da informação – Universidade Federal de Minas Gerais.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo: Harbra, 1999.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 1994.

TRIGO-DE-SOUZA, Lígia Maria. **Rádios. Internet. br: o rádio que caiu na rede...** Revista USP, São Paulo, n. 56, p. 92-99, dez./fev. 2002-2003. Disponível em: <

VIEIRA, Eduardo. **Os Bastidores da Internet no Brasil: As histórias de sucesso e de fracasso que marcaram a Web brasileira**. São Paulo: Manole, 2003.

WITT, Aracy. **Metodologia de pesquisa: questionário e formulário**. 2. ed. São Paulo: Resenha Tributária, 1975.

ANEXOS

**ANEXO A
ENTREVISTAS**

ENTREVISTADO: HOMÉRO FERREIRA

REPÓRTER: CAROLINE MENDES

ASSUNTO: PROGRAMAS

CAROLINE MENDES - No início qual era o formato das produções semanais na Web Radio Facopp?

HOMÉRO FERREIRA - Em seu projeto inicial da programação da Web Radio Facopp a ordem é o seguinte, nas terças-feiras o programa de entrevista "Frente a Frente", nas quartas-feiras o "Você Online", nas quintas-feiras o "Repórter Web", já nas sextas-feiras o Jornal Facopp, sendo que suas produções são totalmente pensadas para a próxima semana.

CM - Eles ainda permanecem, sendo produzido uma vez na semana apenas?

HF - Não, isso era apenas na proposta. O que antes era produzido uma vez na semana, atualmente pela alta demanda é necessário ser gerado mais de um programa ou quatro, chegando em média a cinquenta produções por mês. E um dos motivos também é em função das tarefas que são atribuídas, e vão para a postagem os programas que tem qualidade. E como a maioria tem qualidade, tem muito programa postado, então não obedece necessariamente esses dias e quantidade de produções.

CM - Qual o tempo de programação?

HF - É sempre dez minutos, que foi uma definição das pesquisas deles. O que que seria para uma pessoa acessar uma web, no caso de um programa específico (não naquilo que está no ar, tah!). Então a pesquisa que eles fizeram entenderam que dez minutos é compatível para pessoa ouvir o programa inteiro.

CM - Além dos programas que já falamos, ao logo de seis anos, mais algum programa surgiu?

HF - Sim, já com programação fixas e semanais estão os programas "Mundo é bola" e " Universo Feminino". Existe também uma proposta em andamento e que neste novo formato as produções serão iniciadas, para os programas "Noticias do meio" e " Noticias do campo". E por último o programa " Jornalismo Comunitário", que irá retirar a realidade de um bairro.

CM - E qual a diferença entre o Jornalismo comunitário e o Jornal Facopp?

HF - Não, os interesses são diferentes. No jornalismo comunitário, logo que o aluno está ingressando aqui e para ele fazer o primeiro treino como jornalista, por exemplo, eu estou passando o exercício para ele falar sobre o seu bairro ou sobre sua rua, conte a história dele.

E no Jornal Facopp, são informações referente a eventos e também a notícias da semana posterior.

CM - Esses novos programas, serão produzidos por quem?

HF - Eles podem ser produzidos por qualquer sala dos cursos da Facopp e estagiários.

CM - Como surgiu o nome do programa " Mundo é bola"?

HF - O nome Mundo é Bola, foi emprestado historicamente da equipe de esporte da radio Piratininga, que era coordenado pelo radialista Jose de Mello Brito. E como ele não faz mais o programa e nós tomamos a liberdade compulsoriamente de usá-lo.

CM - Esses novos produtos da rádio, foram criados em que ano?

HF - Os Programas Notícias do campo, Mundo é bola e o Jornalismo Comunitário foram criados no ano passado (2014), o Universo feminino em 2015, o programa Notícias do meio, surgiu antes de 2009.

ENTREVISTADO: EDUARDO RIZZO
REPÓRTER: NAYARA KATIANE
ASSUNTO: SITE

NAYARA KATIANE - Nosso projeto tem como intenção realizar a reformulação da WRF, focando principalmente em dois pontos principais que é a usabilidade e interatividade. Do ponto mais técnico como está o site atualmente e é possível realizar essa reformulação?

EDUARDO RIZZO - Bom, o site da rádio WRF ele é um produto que não foi desenvolvido pela instituição, ele é fruto de um TCC, mas ele foi desenvolvido por uma empresa externa e que após o processo do desenvolvimento do site, ele foi acompanhado para dentro da instituição e desde então a gente vem mantendo o site em funcionamento, porém não dando suporte a ele, no sentido de atualização, no sentido de melhorias tecnológicas até mesmo de usabilidade. Então a Unoeste hoje, ela tem dado suporte ao site da WRF no sentido de mantê-lo funcionando e não no sentido de dar continuidade e não de, por exemplo, de melhorias que o faria estarem em um patamar hoje de um site de uma rádio. Agora sobre o conteúdo que ele tem hoje, eu não vou discutir se é um conteúdo bom ou ruim, mais eu vou falar sobre o ponto de vista técnico e sobre o ponto de vista de padrões de site de internet.

Bom, o padrão do site da WRF é um formato que já foi atual para a época dele, então ele tem aí fontes hoje consideradas pequenas, ele tem uma dimensão pequena em termo de altura, largura e disposição do conteúdo, também contém elementos ali que não são mais usuais, como por exemplo, flash, gifs animados e movimentos, que já foram legais há alguns anos atrás, mais que hoje não é mais. Pois estamos em uma fase de sites limpos, sem muito movimento e ainda digo que na época de sua criação ele estava em uma Resolução de 800 X600 o que era adequado. Mais hoje em um monitor FULL HD ele fica em um pedacinho da tela. Você me perguntou sobre uma reformulação, e eu diria a você que ele precisaria ser reconstruído.

Em relação ao conteúdo agente aproveitaria se for a ideia do grupo de aproveitar, mas termo de codificação em termos técnicos (padronização de HTML, código fonte, banco de dados, segurança, modelo) agente teria de começar do zero.

Então a minha visão enquanto técnico é que a gente não reaproveitaria esse site, e no caso do TCC de vocês para que saia de uma proposta, e venha a ser implantado.

NK - Hoje quando se fala em um site de uma Webradio universitária, se fala do que? Maior interatividade? Teríamos tempo hábil para implantar um novo modelo?

ER - Quanto à proposta de vocês, não é uma proposta simples de fazer, pois precisa de uma série de ferramentas que hoje a gente não tem, e as que temos teríamos que adaptá-las para atender ao modelo que vocês precisam.

E como a proposta de vocês chegou ao segundo semestre/2015 e o prazo para a entrega do resultado final de vocês é em outubro né. Então é um prazo muito curto.

A Unoeste conta com um departamento de desenvolvimento de software na internet, mais para manter e fazer as coisas da Unoeste, mas a gente entende que esses TCC da Facopp como sendo algo muito interessante para a própria universidade, pois são produtos que vão ficar por aí.

Seria sim do nosso interesse, realizar o desenvolvimento mais não consigo fazer a entrega dentro do prazo que vocês precisam.

Agora em relação à forma com que tem que ser uma webradio não existe uma padronização de uma webradio, a gente vê algumas que são mais simples, que

apenas ofertam ali os áudios daquilo que está sendo transmitido ao vivo, mais a gente vê outros também que já estão com uma interação maior com os usuários, via redes sociais e mecanismo de comunicação instantânea como é o WhatsApp. E também já vi algumas que o próprio usuário é quem monta sua própria programação.

Então, a gente não tem um formato fechado, vocês criadoras é quem dirão o que precisa ter o site de uma webradio. O que eu posso dizer que alguns mecanismos técnicos como possibilitar que o usuário consiga ouvir a programação em qualquer lugar é um deles. Pois hoje as pessoas ouvem uma webradio através de um tablet, smartphone, notebook. Então eu acredito que quando nós formos ativar essa proposta de vocês essa deve ser uma premissa que estará no projeto. Mobilidade para as pessoas poderem ouvir em qualquer lugar a qualquer hora.

NK - Diante destes e de outros obstáculos que encontramos para implantar a rádio, nós decidimos pela proposta e também por uma ajuda de um profissional que pudesse nos ajudar na montagem das páginas. Assim que estiver pronto é possível ser aproveitado?

ER - É como vocês estão no âmbito da proposta então eu imagino que tem alguém que vá fazer um desenho para vocês, ou seja, o layout do site que vai compor a webradio, para nós que somos da área de desenvolvimento agente tem duas vertentes, quando a gente vai montar um projeto como esse. A primeira é a parte da programação, que aquilo que ninguém vê mais para nós é o que dá mais trabalho, pois são definidos os códigos necessários para montar a página em si e para que vocês consigam colocar as informações necessárias. A segunda vertente é o layout, que é onde nós vamos ter que pegar um raf que alguém tenha feito, ou até mesmo um desenho final, e a partir daí nós vamos fracionar para que a gente consiga codificá-lo, para que assim ele apareça na internet ou em quaisquer dispositivos. Então, sim nós iremos aproveitar!

NK - No início deste ano (2015) quando iniciamos a proposta de nosso TCC, recebemos algumas queixas para que assim identificássemos os problemas e apresentássemos uma solução, duas delas era o fato dos conteúdos da web radio Facopp, só serem ouvidos pelo navegador Explorer e também do site não tocar o ao vivo. O que aconteceu que hoje conseguimos acessar ao site por todos os navegadores?

ER - Quanto aos navegadores, o pessoal que fez o site da WRF utilizou um plugins que no momento só era compatível com o Explorer, pois na época acredito que era o mais utilizado. Agora o fato de o site estar funcionando em outros navegadores para mim também é uma surpresa. Mais provavelmente o que pode ter acontecido é que o Chrome ou Firefox devem ter implementado por conta própria a mesma coisa que a internet Explorer fazia para tocar esse plugins.

Agora o segundo problema, que é o fato de não tocar o ao vivo, é assim.

O software que foi utilizado para fazer a rádio funcionar na época e que funciona até hoje se a gente quiser, ele não é "O" software que as rádios utilizam para colocar seu conteúdo no ar, pois o software é gratuito vem com o próprio sistema operacional, a gente não precisa de licença nem nada, funciona bem, mais tem algumas limitações.

Essa questão de não estar funcionando no ao vivo isso acaba se limitando apenas ao software ser gratuito ou não, o que acontece é que a máquina da rádio ela fica no

cantinho lá no laboratório e não é sempre que ela fica ligada também, então esse é um ponto.

O segundo ponto é que para o computador da rádio possa transmitir esse áudio, ele precisa “empurrar” esse áudio para o nosso servidor de internet. Essa ligação entre aquela máquina do laboratório e o nosso servidor, ele requer passar por algumas regras de segurança que a instituição tem para ligar alguns equipamentos, e essas regras de segurança elas veem sofrendo algumas modificações a algum tempo. E sofreu uma modificação a um ano e pouco atrás, que fez com que cortasse o acesso daquela máquina com o nosso servidor.

Essa comunicação ela foi restabelecida porem na época, eu acho que a rádio não estava produzindo ficando meio que parado, e depois cortou novamente, porque a gente fez outra modificação em termo de segurança. Dali para frente como agente não viu a coisa funcionando, nós mantivemos desligado. A um tempo a trás o professor Homéro me pediu para colocar esse link de volta, mas por uma terceira vez a instituição está trocando novamente o equipamento que faz as regras de segurança nossa. Então eu estou aguardando esse pessoal que está fazendo esse trabalho terminar, para que daí a gente possa voltar a restabelecer a comunicação entre elas. Isso é uma coisa simples de ser feita, mais nesse momento eu não consigo fazer. Então sim! Vai ser restabelecida.

ANEXO B
SITES DE REFERÊNCIAS

Página Uol

UOL - O melhor conteúdo: X

www.uol.com.br

Faça do UOL sua página inicial Autoatendimento Dólar R\$ 3,891 24 de Outubro de 2015 BOL UOL HOST PagSeguro Curso de inglês f t i

UOL o melhor conteúdo

UOL MAIL e-mail seguro Usuário Senha Entrar

Busque na web, no UOL ou em dicionários Q

ASSINE SAC BATE-PAPO NOTÍCIAS CARROS ECONOMIA FOLHA ESPORTE ENTRETÊ TV E FAMOSOS JOGOS MULHER EDUCAÇÃO VÍDEOS PRODUTOS UOL

ao vivo Ministro da Educação avalia agora 1º dia de provas do Enem

Exame Nacional do Ensino Médio

Confira gabarito extraoficial da prova do Enem deste sábado; siga correção

- Exame teve questões sobre Estado Islâmico, Usain Bolt e espionagem
- Estudantes revelam questões difíceis e textos longos ao deixarem prova

Deputado investigado

Conta secreta de Cunha pagou curso da enteada

Extratos bancários remetidos pela Suíça mostram gastos no exterior

GP dos EUA

Definição do grid da F1 fica para domingo

moderninha

A única sem aluguel e com 3 anos de garantia

>> VEJA O VÍDEO <<

Página G1

The screenshot shows the G1 website interface. At the top, there's a navigation bar with the G1 logo and a search bar. Below that, a red banner contains a menu icon and the G1 logo. The main content area features a live broadcast titled "AO VIVO: professores tiram dúvidas de alunos sobre questões do 1º dia do Enem". The broadcast is hosted on SPTV. Below the main headline, there are two columns of related news: "FOTOS: em Maceió, jovem diz ter achado as provas 'fáceis'" and "Veja as justificativas dadas pelos que não conseguiram entrar". To the right, there's a video player showing a scene with a large globe and a play button. Below the video player, there's a news snippet about "Virada Esportiva oferece 2 mil atividades em São Paulo".

g1 | globo.com | g1 | globoesporte | gshow | famosos & etc | videos

ASSINE JÁ | CENTRAL | E-MAIL | ENTRAR

MENU **G1** BUSCAR

PUBLICIDADE

CITROËN C4 LOUNGE  CLIQUE E CONHEÇA

AO VIVO: professores tiram dúvidas de alunos sobre questões do 1º dia do Enem
Programa especial do G1 mostra os destaques do exame; ACOMPANHE

- Provas de humanas e ciências da natureza abordam feminismo, citam Titanic e exibem charge de Ziraldo

Acompanhe a correção das provas

IMAGENS DO 1º DIA
FOTOS: em Maceió, jovem diz ter achado as provas 'fáceis'
Alunos se dividem quanto à dificuldade.

HISTÓRIAS DE ATRASADOS
Veja as justificativas dadas pelos que não conseguiram entrar
Teve quem errou local, esqueceu caneta...

sptv rjtv globonews



Virada Esportiva oferece 2 mil atividades em São Paulo

Veja mais vídeos do SPTV »

Página Época

The screenshot shows the homepage of the website epoca.globo.com. The browser's address bar displays the URL. The page features a navigation bar with links to [globo.com](#), [g1](#), [globoesporte](#), [gshow](#), [famosos & etc](#), and [videos](#). There are also links for [ASSINE JÁ](#), [CENTRAL](#), [E-MAIL](#), and [ENTRAR](#). The main header includes the **ÉPOCA** logo, social media icons for Google+, Twitter, Facebook, and RSS, and a search bar. Below the header is a horizontal menu with categories: **TEMPO**, **IDEIAS**, **VIDA**, **COLUNAS**, **CANAIS**, and **ASSINE**. The central focus is a video player with a thumbnail image of a man speaking at a microphone. The video title is **Operador de mercado financeiro deu dois carrões a Cunha**, with the word **INVESTIGAÇÃO** in a red box above it. Below the video player is a footer with links: [PRINCÍPIOS EDITORIAIS](#), [MISSÃO](#), [EXPEDIENTE](#), [EDITORA GLOBO](#), [FALE CONOSCO](#), [SAC](#), and [REVISTA DIGITAL](#). At the bottom of the page, there is a banner with the text **E muitas cancelam o exame** and **com medo dos resultados**, accompanied by icons of a person and a calendar.

APÊNDICES

APÊNDICE A
FORMULÁRIO

FORMULÁRIO DE PESQUISA PARA ALUNOS DE JORNALISMO – WRF WEB RADIO FACOPP

Nome: _____ Termo: _____

1-VOCÊ TEM CONHECIMENTO DE QUE A FACOPP POSSUI UMA WEBRÁDIO?

OBS: EM CASO DA RESPOSTA SER NEGATIVA, O FORMULÁRIO SE ENCERRA NA PRIMEIRA QUESTÃO.

- SIM
 NÃO

2-VOCÊ ACESSA OU JÁ ACESSOU O SITE DA WRF- WEB RÁDIO FACOPP?

OBS: EM CASO DA RESPOSTA SER NÃO SELECIONAR O MOTIVO.

- SIM NÃO
- FALTA DE INTERESSE/ NÃO TENHO CONHECIMENTO DO SITE
 É COMPLICADO ENCONTRAR OS CONTEÚDOS
 LAYOUT DESINTERESSANTE

3-PARA QUAL FINALIDADE VOCÊ ACESSOU O SITE DA WRF – WEB RADIO FACOPP?

- ENCONTRAR MEUS TRABALHOS ACÂDEMICOS
 CONHECER A PROGRAMAÇÃO
 PARA OUVIR

4.VOCÊ CONSEGUIU INTERAGIR COM SITE DA WRF- WEB RÁDIO FACOPP?

- SIM, EU ENVIEI COMENTÁRIOS
 NÃO CONSEGUI ACESSO
 FALTA DE INTERESSE PARA TENTAR INTERAÇÃO COM O SITE

5-VOCÊ TEM FACILIDADE PARA ENCONTRAR CONTEÚDOS QUE VOCÊ PROCURA NO SITE?

- SIM
 NÃO

6.QUAIS DIFICULDADES VOCÊ ENCONTRA AO ACESSAR O SITE DA WRF – WEB RADIO FACOPP?

- NÃO ENCONTRO OS CONTEÚDOS QUE DESEJO
 LAYOUT CONFUSO
 OUTROS _____.

7. VOCÊ ACHA QUE A WRF PRECISA DE UMA REFORMULAÇÃO?

- UMA REFORMULAÇÃO SERIA BOM
- NÃO, ACHO QUE ESTÁ BOM ASSIM

8-O QUE VOCÊ ACHA QUE PODERIA MUDAR, NO SITE DA WRF – WEB RADIO FACOPP?

- LAYOUT
- CONTEÚDO
- BUSCAS – FILTROS
- INTERATIVIDADE

9.VOCÊ TEM ALGUMA SUGESTÃO DE MELHORIA PARA O SITE?

- SIM, _____.
- NÃO