

WEB RÁDIO

Um novo formato

Setembro de 2010, São Paulo

Título

Web Rádio, um novo formato

Autores

Maria Fernanda Camargo

João Vitor Lima

Leonardo Batista

Elementos pré-textuais

Estamos passando por um momento de revolução dos meios de comunicação, que gerou uma grande re-invenção dos veículos já estabelecidos para a inclusão do antigo ao novo para a transformação de um mundo novo em todos os sentidos, gêneros e formatos, o ciberespaço.

We are experiencing a time of revolution of the media, which generated a major re-invention of the vehicles already established for the inclusion of the old with the new for the processing of a new world in all directions, genres and formats, cyberspace.

Resumo na língua vernácula do texto

Estamos passando por um momento de revolução dos meios de comunicação, que gerou uma grande re-invenção dos veículos já estabelecidos para a inclusão do antigo ao novo para a transformação de um mundo novo em todos os sentidos, gêneros e formatos, o ciberespaço.

We are experiencing a time of revolution of the media, which generated a major re-invention of the vehicles already established for the inclusion of the old with the new for the processing of a new world in all directions, genres and formats, cyberspace.

Palavras-chave na língua vernácula do texto

Rádio Hertziano, televisão, internet, re-invenção, velocidade de informação, interatividade.

Hertzian radio, television, internet, re-invention, speed of information, interactivity.

Elementos textuais

Conceito de rádio analógica. Desde a sua criação até sua segunda re-invenção (a primeira depois da invenção da televisão), passando a ser digital transmitido pela internet.

Introdução

O rádio sempre foi considerado o meio de comunicação de massa mais ágil até a chegada da internet no mercado das novas tecnologias, que criou uma velocidade jamais imaginada.

A popularização da internet e a ilimitada liberdade de expressão que ela oferece criaram um grande “boom” nos veículos de comunicação, já que todas as mídias agora se re-inventam e se encontram – além de seus veículos convencionais – no ciberespaço.

O rádio não ficou de fora. Pelo contrário, agora pode aumentar ainda mais a sua interação com o público, além de ter novos recursos e o custo de criação, manutenção e produção da rádio é baixíssimo, já que não existem grandes processos burocráticos para a criação de páginas na rede. Aproveitando destas facilidades, a criação de uma Web Rádio Universitária dá a possibilidade de alunos da instituição terem contato com o meio de trabalho da rádio digital na web e incentiva a produção de novos trabalhos para a participação efetiva da programação da rádio, além de aproximar a relação dos alunos com a instituição.

Desenvolvimento

A fusão da rádio analógica no mundo virtual trouxe algumas dúvidas quanto ao novo modelo radiofônico, afinal, segundo Charaudeau, se existe uma característica que não faz parte do conjunto a qual tal mídia é inserida, aquela mídia passa a ser outra. Mas se o mundo, o contexto não para de evoluir/se movimentar, por que um veículo não poderia se re-inventar e continuar sendo classificado como tal veículo?

Considerações Finais

A vasta liberdade e velocidade que a internet proporciona trás não só a ligação social de contato imediato com pessoas ou informações, mas trouxe também a necessidade de criação de um novo modelo discursivo e estrutural, além da inclusão de veículos já bem estruturados no ciberespaço sem que descartem seus modelos antigos.

A fusão das mídias no espaço virtual é inevitável e, muitas vezes benéfica para a exploração de novos recursos dentro de gêneros já moldados.

- CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim. *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus, 1998.
- MEDITSCH, Eduardo. *A Rádio na Era da Informação*. Coimbra: Minerva, 1999.
- PRATA, Nair. *Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação*. Florianópolis: Insular, 2009.
- ROBERTS-BRESLIN, Jan. *Produção de imagem e som*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Materiais e métodos

Além de materiais adquiridos em aula, livros, discussões e sites de pesquisa foram usados para o desenvolvimento desta pesquisa.

Trabalhar com leituras sobre Rádio e seu contexto, bem como sobre a internet, tendências modernas e pesquisas de tecnologias voltadas a este novo modelo de discurso radiofônico.

Resultados e discussões

Depois de estudos, e pesquisas sobre o assunto, além de entrevistas com alunos do Centro Universitário Belas Artes, foi detectado o interesse da criação de um espaço mais livre de comunicação não só entre alunos e instituição, mas dos alunos entre si e entre professores da área. A possibilidade de produção de divulgação de trabalhos de alunos por meio da Web Rádio também é um ponto que atrai, além da possibilidade de sentir de verdade como seria o ambiente de trabalho de uma rádio digital na internet.

A criação de projetos de programas possíveis a entrar no ar foram baseadas seguindo as expectativas dos entrevistados. Foram criados doze programas, dentre eles, apenas dois foram realizados, *“Música tem História”* e *“Luz, Câmera, Som!”*.

Apêndice

Gravação dos programas *“Música tem História”* e *“Luz, Câmera, Som!”* em CD.

Proposta

Pesquisar como a rádio se encaixa nesse período de fusão das mídias na internet e, baseado nessas informações, criar e produzir a Web Rádio Belas Artes. A transmissão seria feita do prédio I do Centro Universitário Belas Artes e todos os programas seriam realizados por alunos da instituição, dando a possibilidade de mostrar como seria o cotidiano de uma rádio digital na web e de incentivar a realização de produções de alunos de todos os cursos para a interação total da Web Rádio Belas Artes com os alunos e instituição.

Objetivos

- Pesquisa sobre surgimento e desenvolvimento dos meios de comunicação de massa interligando- os ao tema central;
- Pesquisa sobre a rádio-difusão moderna e suas diversas possibilidades;
- Criação de programação para a futura WEB Rádio Belas Artes.

Justificativa

A era do Rádio teve seu fim com a chegada da Televisão, mas mesmo assim continuou com a glória de ser considerado o meio de comunicação mais ágil da História. Até a chegada da Internet em 1989, que criou uma velocidade de transmissão de informações jamais imaginada. A Rádio, então – como todos os outros veículos “tradicionais” – teve de se re-inventar para se adaptar a esse novo espaço virtual.

A facilidade que a falta de empecilhos burocráticos e financeiros é um ponto decisivo para o estopim do crescimento desenfreado de adeptos à Internet. E é também o ponto de partida para a criação de Web Rádios experimentais, principalmente ligadas à instituições que oferecem cursos de formação de radialistas como experimento do convívio profissional da área.

Metodologia:

Trabalharemos com leituras sobre Rádio e seu contexto, bem como sobre a internet, tendências modernas e pesquisas de tecnologias voltadas a este novo modelo de discurso radiofônico.

Sumário

Capítulo I

História - contextualização

Capítulo II

A era da interatividade

Capítulo III

A criação de uma Web Rádio

Capítulo IV

Programas e programação da Web Rádio Belas Artes

Conclusão

Bibliografia

Capítulo I

História - contextualização

A rádio, considerada filha do topógrafo, aparelho que era capaz de receber e enviar mensagens escritas em código Morse de um ponto consideravelmente longe de outro, foi um grande marco na história da comunicação de massa, já que naquela época, tal velocidade de informação nunca fora imaginada. E realmente foi o veículo mais eficaz e ágil desde, aproximadamente, 1900 até 1950.

Em cinquenta anos, o contexto histórico mudou muito e, conseqüentemente, os formatos, gêneros e quantidade de programas e emissoras de rádio sofreram uma explosão de criação. Inicialmente, o rádio era um instrumento militar que tinha como função encurtar o tempo de transmissão de uma mensagem urgente. Essa tecnologia se desenvolve e ganha maior poder de frequência das ondas, possibilitando a transmissão e recepção de ondas à longa distância por meio de aparelhos enormes (fixos). Com o tempo, os transmissores e receptores ficaram menores e cada vez mais adaptáveis ao uso doméstico.

O início da produção desses receptores causou a popularização do rádio. As emissoras passaram a ser privadas e uma pequena parcela da população (apenas famílias da alta sociedade) tinham condições de ter um receptor de rádio em suas casas (afinal, os receptores eram importados), portanto as emissoras eram como grandes sociedades, clubes de pessoas que patrocinavam essas emissoras a fim de obter informações (nesse período os programas jornalísticos seguiam a linha do jornal impresso), entretenimento e, principalmente, prestação de serviço. A procura se tornou muito maior que a demanda, então as emissoras viram a oportunidade de ganhar o grande público, tendo em vista que se há emissora, há de ter ouvintes, portanto,

passam a fabricar tais receptores. A publicidade também vê uma oportunidade de ouro, pois poderiam anunciar/promover seus produtos/estabelecimentos para um enorme público, o que não foi nada ruim para as emissoras, que passaram a lucrar e, com isso tiveram a chance de produzir programas mais elaborados e bem feitos. Esse efeito dominó transforma o rádio no mais poderoso meio de comunicação da época (os programas jornalísticos deixaram de lado a forma do jornal impresso e criou-se uma linguagem radiofônica).

Em tempos de guerra, a produção de receptores ficou estagnada e a programação dividida entre notícias mundiais, discursos governamentais e entretenimento – dramaturgia, música, etc. – que faziam os ouvintes esquecerem um pouco a realidade, um dos pontos que mais atraía ouvintes.

A popularização da televisão, em 1950, literalmente roubou a cena do rádio – e não só a cena como a base de praticamente todos os programas e grande parte de seus artistas. A população, que sonhava em ver os rostos de suas vozes preferidas, aderiu à febre da TV. O sucesso foi muito grande, apesar de ainda não ser tão inovador, tendo em vista que se usava recursos do cinema ligados às bases técnicas e à linguagem do rádio, principalmente quanto à novela e aos programas jornalísticos.

Com o tempo desenvolveu-se uma linguagem própria. Porém, naquela época (décadas de 60 e 70) não foi possível explorá-la ao máximo, pois quando surgiu mais de duas emissoras concorrentes (TV Tupi, TV Excelsior e TV Record) - que impulsionava o constante movimento e criação de métodos para atrair telespectadores-, o governo (além de ter um contrato com as emissoras para dar o aval do uso de satélite para envio de imagens), vendo a intensidade de poder de comunicação de massa deste veículo, criou regras, limitações que puseram em xeque a existência dessas empresas, tendo em vista que se a lei fosse desrespeitada, a emissora poderia ser oficialmente fechada pelo governo¹.

¹ Caso que ocorreu com a TV Tupi em julho de 1980 (pouco depois do encaminhamento do processo ao Poder Judiciário) que, depois de perder a ordem administrativa, atrasar e diminuir em mais de 50% os salários de seus funcionários, além de perder parte da verba originada da publicidade, acumular dívidas enormes na Previdência Social (consequência da crise financeira da rede de empresas de comunicação de Francisco de Assis Chateaubriand, *Diários Associados*, que começara antes mesmo de sua morte em

Até metade da década de 80, as emissoras ainda tinham que conviver com a censura da ditadura militar, portanto as notícias sobre o governo eram de certa forma, calculadas. Decorrente a certas limitações, foram criados novos formatos televisivos em busca não mais de conteúdo em si, mas sim da quantidade de informação visual em menos tempo². Foi um ano de constantes notícias mundiais (corridas armamentistas, tecnológicas, Guerra da Argentina e Grã-Bretanha contra as Ilhas Malvinas, Movimento Diretas Já, promulgação da Constituição Brasileira, Tancredo Neves morre antes de entrar no poder, que é assumido pelo vice Sarney, fim da Ditadura Militar no Brasil, grande explosão musical ao redor do mundo, lançado o canal norte americano de notícias CNN na rede brasileira, primeiro episódio de Chaves exibido pelo SBT, sai do ar a Rede Tupi de Televisão, estréia dos filmes “E.T., o extra Terrestre”, “O Iluminado” – Stanley Kubrick- e, claro, no final da década, o fim da URSS, entre outros acontecimentos políticos, culturais, mundiais). Os programas jornalísticos mostravam muito da emoção do repórter e muito se perdia nas informações exatas do ocorrido. Mas isso foi se modificando.

A década de 90 começou com uma revolução nos meios de comunicação de massa - além de no desenvolvimento tecnológico- com a popularização da Internet como meio de informação, interação, entretenimento, comunicação mundial e, o ponto alto: o meio mais ágil já criado, capaz de ser atualizado 24h por dia com notícias de diversas áreas. Em pouquíssimo tempo de existência, a publicidade investe neste novo meio, transformando-o na mais a nova tendência da época. A televisão começa a passar pela fase de reinvenção, passa a procurar novos caminhos para atrair telespectadores, criando formatos mais dinâmicos e rápidos, mas mesmo assim sente um pouco do que fez à rádio anos atrás. E acaba por ter que fazer o que a rádio fez anos antes, se re-inventar e se reajustar no meio, agora, cibernético. E a rádio, como todos os outros meios, entra nessa fusão na web.

abril de 1968) e das greves cada vez mais constantes, teve sua concessão permanentemente cassada pelo Governo Federal.

² A montagem seguia a linha dramática, ou seja, mais imagens e ambientação do acontecimento que informação em si.

Capítulo II

A era da interatividade

Foi em períodos de guerras que surgiram as grandes invenções tecnológicas e aprimoramento das antigas tecnologias. Durante a Guerra Fria, por exemplo, foi criada a mais revolucionária das mídias: a internet, que não só alcançou, mas ultrapassou as expectativas da corrida tecnológica entre os dois mundos da época (EUA x URSS). O objetivo inicial era facilitar a troca de informações de pesquisadores e intelectuais, que colocavam no ar textos teóricos, base de pesquisas a longas distâncias.

Depois de quase dois anos de uso limitado, em 1989 a internet foi aberta a uso comercial. Mas demorou cerca de três anos para que a *World Wide Web* se tornasse popular, o que só aconteceu depois de uma grande mudança gráfica no sistema operacional, que gerou o (acelerado) gradativo crescimento de adeptos à internet, os “internautas”.

Pouco tempo depois, a internet era a principal fonte de pesquisa rápida sobre qualquer tipo de assunto. A velocidade impressionante dá a sensação de um segundo mundo, o ciberespaço, que aproxima tudo e todos de tudo e todos. Pessoas interagem no mundo virtual que, apesar de não ser um espaço físico, trás a impressão de realmente conhecer tal pessoa/coisa/lugar sem precisar sair da cadeira. Os internautas passam a freqüentar aquele ambiente com mais freqüência e, conseqüentemente, este meio passa a ter influência em suas vidas. As pessoas não mais vão a bibliotecas públicas para concluir uma pesquisa, acessam o *Google*, não vão mais encontrar os amigos no parque, se encontram no *Messenger*, *Facebook*, namoram pela internet, enfim, se baseiam na velocidade virtual para procurar informações diversas. Esse pode ser um ponto considerado como a melhor e a pior característica da internet. Melhor pela grande liberdade de expressão e a facilidade de interação/publicações do público com o meio, pior pela falta de credibilidade

que isso pode causar, já que qualquer pessoa pode colocar no ar uma notícia mesmo sem ter fontes seguras sobre o assunto.

Depois de ter contato com a interação que a internet proporciona, a população não conseguia se manter fiel aos meios antigos e passa a se apoiar no mundo virtual interativo. Cansaram de apenas absorver informações pelo rádio, pela televisão ou mídia impressa. A internet (ainda) não é completamente acessível e portátil, mas a sua velocidade e a possibilidade de montar a sua própria programação.

As mídias a.l. (antes da Internet – mídia impressa, rádio, televisão) se viram num beco sem saída. Era preciso se re-inventar para a atualização no mercado e se manter acessível ao público. A mídia com a mudança mais drástica talvez tenha sido a rádio. Afinal, segundo Charaudeau, *um gênero é constituído pelo conjunto das características de um objeto pertence. Qualquer outro objeto tendo essas mesmas características pertence à mesma classe*. E segundo Meditsch, que dizia que a rádio seria um “*Meio de comunicação que transmite informação invisível, em tempo real. Se não for feito de som não é rádio, se tiver imagem junto não é mais rádio, se não emitir em tempo real (o tempo da vida real do ouvinte e da sociedade em que está inserido) é fonografia, também não é rádio*”, a Web Rádio não seria classificada como rádio, já que:

<u>Modelo Hertziano</u>	<u>Modelo de rádio digital na WEB</u>
- <u>Linguagem oral</u> → o som é captado pela pele, o tímpano. Locutor fala diretamente para o ouvinte;	- <u>Linguagem oral</u> → não se dá só pela voz já que agora, há imagens, ícones, símbolos;

- <u>Penetração</u> → alcance regional ou pontos distantes entre si;	- <u>Penetração</u> → alcance mundial;
- <u>Mobilidade</u> → não são necessários fios ou conexões. Portátil;	- <u>Mobilidade</u> → menor, pois ainda está preso ao computador, mas a conexão da internet pelo celular está cada vez mais acessível, portanto não demora a maior mobilidade;
- <u>Baixo custo</u> → baixo custo de produção	- <u>Baixo custo</u> → baixíssimo custo de produção, manutenção e, principalmente, na criação da rádio;
- <u>Imediatismo</u> → transmissão de uma mensagem exatamente enquanto e	- <u>Imediatismo</u> → se mantém no ritmo do modelo hertziano;
- <u>Instantaneidade</u> → mensagem deve ser absorvidas no momento em que são passadas. Não há permanência	- <u>Instantaneidade</u> → ganha um “extra” com a possibilidade de acessar/baixar notícias transmitidas anteriormente ao vivo;
- <u>Sensorialidade</u> → a voz causa a criação de um mundo imaginário, um diálogo mental;	- <u>Sensorialidade</u> → perde-se pela aparição de símbolos em meio a um veículo – até então – apenas sonoro;
- <u>Autonomia</u> → não é mais algo coletivo e sim individual. O ouvinte tem a impressão de que o locutor fala exatamente com ele.	- <u>Autonomia</u> → mais autônomo que nunca, afinal é possível não só ouvir a hora que quiser, quase em todos os lugares, mas é possível montar a sua própria programação.

Porém, baseando-se em Bakhtin, a Web Rádio pode sim ser classificada como rádio, já que segundo ele, os gêneros são tipos relativamente estáveis de enunciados que se caracterizam por aspectos relacionados ao conteúdo, à composição estrutural e aos traços lingüísticos e que os gêneros estão diretamente relacionados ao contexto e, por isso, é variável.

Surge então uma nova dúvida: a Web Rádio pode ser considerada como um modelo radiofônico mesmo sem a função da sensorialidade (já que a imagem tira o foco do sentido sonoro, perde-se a parte criativa do processo)? Ou as imagens apenas aumentam as possibilidades de interação e possibilidades sensoriais (já que as informações textuais/imagéticas não tem função direta na compreensão do que se ouve) dos ouvintes?

A internet é um espaço de liberdade absurda e, considerando tal idéia, é difícil chegar à conclusão exata sobre sua classificação. Isso fica cada vez mais difícil quando um meio já existente passa a utilizar também desse novo meio. Afinal, são novos recursos, novo discurso (geralmente próximo a linguagem oral, ponto que atrai a população), um ambiente totalmente diferente do que se era acostumado. Portanto o método de classificação dos meios a.l. (antes da Internet) não conseguem captar todas as considerações necessárias para a classificação de um meio pós-fusão da transmissão analógica e digital. Um modelo antigo deve se re-inventar para se adaptar a um modelo novo, sem que o primeiro seja descartado.

Um segundo ponto importante a ser considerado é a instantaneidade. Agora com a busca da maior interação do público com a rádio, o ouvinte pode montar a sua própria programação por meio de Podcast, sistema de armazenamento de informações, notícias, músicas e afins já transmitidas. A rádio, segundo Charaudeau *é, por excelência, a mídia da transmissão direta e do tempo presente*. O que não é deixado de lado pela Web Rádio, já que toda a transmissão é ao vivo, porém a gravação deste é disponibilizado para os ouvintes. Além de dispor de locais para sugestões/pedidos/troca de informação dos próprios ouvintes/ouvintes-radialistas como *chats*, enquetes, fóruns, endereço para contato, “povo fala”, telefone, fax, internet, mensagem de celular, etc.

Capítulo III

Como criar uma Web Rádio

Para o funcionamento de uma Web Rádio de 24 horas no ar, é necessário um domínio que serve para localizar e identificar conjuntos de computadores na Internet. Além de um servidor de streaming (ou fluxo de mídia que tem como função distribuir a informação multimídia em uma rede através de pacotes. A tecnologia usada no Brasil para a distribuição desses pacotes é o chamado DSL ou Digital Subscriber Line³).

Segundo as atuais regras para que o registro de um domínio seja efetivado, são necessários ao menos dois servidores DNS conectados à Internet e já configurados para o domínio que está sendo solicitado. Por exemplo, uma entidade poderá registrar quantos domínios quiser sob COM.BR, ou sob IND.BR, mas, se possuir o domínio por exemplo, BELASARTES.COM.BR, não poderá registrá-lo também em IND.BR, por se tratar de domínios genéricos. Já nada impede que, caso essa entidade preencha os requisitos para registrar sob TV.BR, registre também o BELASARTES.TV.BR, porque TV.BR é um domínio com restrições próprias, às quais não se adicionam as restrições de homonímia.

Quanto melhor a qualidade do áudio ou multimídia transmitido (ex. 44 khz ou 128 khz), a taxa de envio de dados aumenta (upload), por isso, a velocidade da taxa de transferência de dados deve ser de acordo com a quantidade de pessoas conectadas, ou seja, quanto mais pessoas ouvindo a rádio, maior a velocidade o servidor terá que ter. Caso a velocidade distribuída for menor do que o número de acessos, haverá quedas de sinal simultaneamente.

³ O DLS ou Digital Subscriber Line, é uma tecnologia que fornece a transmissão de dados aproveitando a própria rede de telefonia que chega na maioria das residências do Brasil. A velocidade das DSL variam de 128 kilobits por segundo (kbps) até 24 Mbits/s dependendo da tecnologia implementada e oferecida aos clientes. As velocidades de upload são menores do que as de download para o ADSL.

A taxa de transferência de dados baixados (download) de uma rádio com 44 Khz transmite aos ouvintes mais ou menos a mesma qualidade das rádios FM. Se a transmissão for de 128 khz a qualidade é ainda maior e assim sucessivamente.

A Web Rádio também tem sua transmissão ao vivo, porém, ganha um “extra” quando disponibiliza notícias e informações no geral posteriormente pelo sistema chamado de Podcast. O download do arquivo fica disponível em um site hospedeiro no formato mp3. Sua principal característica é não necessitar de um servidor conectado para a transmissão de dados simultaneamente. Sendo assim, os custos diminuem significativamente, tornando o sistema mais simples e acessível. Com esse sistema, o ouvinte pode escolher a sua programação de acordo com sua necessidade, não precisa ter que aguardar o seu programa favorito ou as músicas de seu gosto. Basta fazer o download do arquivo.

Os equipamentos necessários para a implantação de uma Web Rádio são acessíveis. Com a chegada dos recursos digitais, o tamanho dos estúdios de áudio foram reduzidos, mas a base técnica é a mesma de um estúdio de rádio convencional (analógico). Utiliza-se microfones, mesa de som, monitores de áudio e computador. A grande diferença está em não necessitar de um transmissor para a veiculação do material para os diversos públicos.

Os Softwares utilizados para o funcionamento da rádio no sistema operacional Windows são: Sound Forge, Sonar, Live, Vegas, Pulsar. Mas existem opções com programas mais simples em plataforma gratuita, como o Audacity. Lembrando que pode-se criar Web Rádio em sistemas operacionais diferentes, como por exemplo, Linux e Mac.

O número mínimo de funcionários para manter uma Web Rádio no ar depende da grade de programação que se quer veicular. Uma emissora na

Web pode ser feita com cinco pessoas em horários alternados. Teoricamente os mesmos funcionários de uma emissora comum. O que varia são as ações de acordo com os programas. Se pensarmos em programas com muitas transmissões externas, a necessidade de equipe aumenta. Mas no geral, são necessários os cargos básicos: produtor, apresentador, editor, repórter, redator, etc. Também é possível ser feita com apenas uma pessoa operando um sistema remoto, mas nesse caso temos uma redução das horas de produção e veiculação de programas ao vivo.

Capítulo IV

Programas e programação da Web Rádio Belas Artes

Procuramos por meio de pesquisas de múltipla escolha com os alunos do Centro Universitário Belas Artes, o que faziam eles escutarem a Web Rádio de sua Universidade. Descobrimos que além de informações sobre novidades do mercado, guia cultural e principalmente música, o aluno quer mais ser ouvido do que ouvir, quer a possibilidade de divulgar seu trabalho num ambiente comum e vinculado no ambiente onde estuda

Baseado nessas pesquisas, criamos algumas propostas de programas para Web Rádio Belas Artes, focando o principal interesse de alunos e mestres do Centro Universitário Belas Artes. Procuramos melhores formas de interação, desde informações de trânsito (inclusive sobre as estações de metrô, pontos de ônibus por perto) até dicas e novidades da parte administrativa como matrículas, novidades da biblioteca, etc.

Todas essas propostas de programas são apenas uma simulação, pois o objetivo verdadeiro seria que os próprios alunos trouxessem suas idéias. Nesse caso nossa intenção é mostrar uma estrutura de simulação de uma grade de programação através de nossas pesquisas. Alguns programas até foram produzidos como “MÚSICA TEM HISTÓRIA” e “LUZ, CAMERA, SOM” para sentir e perceber o tempo e a dificuldade que levaria para um aluno produzir um programa diariamente, e assim percebemos que leva-se em torno de uma a duas horas para ser produzido, é claro somente a gravação e edição pois o texto e as musicas teriam que ser escritos e selecionados antes.

Dentro dessas propostas, como foi dito anteriormente não podemos negar a presença fundamental da música, então em praticamente todos os programas propostos, integramos a música, para que o ritmo fique mais dinâmico e descontraído, que ocorra tudo de forma orgânica e natural para o ambiente acadêmico.

Contando com esses estudos de tempo da produção, determinamos uma programação que se mantém 24 horas no ar, assim em relação as nossas propostas, os programas ao todo são de 12 horas, sendo assim reprisadas nas próximas 12 horas em ordens alternadas. Contando com tempos ociosos por falta de equipes ou outros motivos, criamos os tópicos 11 e 12 como uma forma de estratégia para preencher os espaços vazios.

PROGRAMAS

1 – NOS BASTIDORES DA MAGNA (Entrevistas)

Proposta: Programa de entrevistas com palestrantes convidados das aulas magnas ocorridas na Belas Artes.

Programa: São entrevistas conduzidas por um apresentador, levantando aspectos e dicas pessoais sobre o mercado que o entrevistado domina. Indo além do que ocorreu na palestra, como um bate papo nos bastidores.

Objetivo: Fortificar e reformular as informações da palestra ocorrida, uma continuidade do que foi a aula magna, para alunos que tem o interesse de se aprofundar mais nas informações da personalidade entrevistada, de uma forma leve e descontraída.

Tempo: 30 min.

2 – NA B.A. SÓ TEM DOIDÃO (rádio arte)

Proposta: Programa de rádio arte, produções de alunos da Belas Artes.

Programa: Visa aspectos poéticos e experimentais, impressões artísticas de livre criação. Conduzida por um apresentador somente de forma informativa aos criadores das obras, alunos da instituição.

Objetivo: Ampliar e incentivar produções experimentais no rádio. Propor novas leituras para o formato radiofônico de uma forma interativa, como um sarau entre amigos.

Tempo: 30 min.

3 – CORRE ATRÁS (Música e informação)

Proposta: Programa de música e informação sobre estágios e cursos livres que ocorrem na Belas Artes.

Programa: Através de uma programação musical um locutor leva aos ouvintes dicas e novidades de propostas e oportunidades de estágios e cursos.

Objetivo: Reforçar e informar de uma forma descontraída. Entre músicas, informações para quem espera ou não esperava encontrar uma boa oportunidade de emprego ou de especializações de seu interesse.

Tempo: 1 hora.

4- VOU TE CONTAR, VIU? (Humor)

Proposta: Programa de mini crônicas sobre situações cotidianas.

Programa: Conduzida por dois ou três locutores apresentam mini crônicas produzidas por alunos sempre de forma divertida com sátiras e piadas.

Objetivo: Resgatar o humor radiofônico de uma forma contemporânea e jovem, interagindo com a comédia de um nível inteligente, sempre se baseando no cotidiano das pessoas.

Tempo: 30 min.

5- MÚSICA TEM HISTORIA (Música e informação)

Proposta: Programa musical e informativo sobre astros da musica, contando histórias e curiosidades sobre as músicas e seus ídolos.

Programa: Um locutor conduz uma grade musical, onde cada faixa é contada histórias sobre as músicas e seus astros, como ela foi feita, em que momento histórico e cultural ela foi produzida.

Objetivo: Informar e criar links entre as músicas e seu criadores, levantando curiosidades e ampliando o contexto histórico e cultural da música tocada na rádio, uma forma dos ouvintes escutarem música e saberem um pouco mais das histórias relacionadas a ela.

Tempo: 30 min.

6- LUZ, CAMERA, SOM (Musica e Informação)

Proposta: Programa musical e informativo sobre diretores de cinema.

Programa: Cada programa um diretor de cinema será o assunto do dia, trilhas sonoras de seus principais filmes são tocadas e comentadas por um locutor.

Objetivo: Através de trilhas sonoras de filmes, aproximar o ouvinte do mundo do cinema, informando características e estilos próprios do diretor, breves sinopses e muitas curiosidades sobre cenas e filmes.

Tempo: 30 min.

7- FACU NO AR (Notícias, música, informação)

Proposta: Programa musical com notícias do dia.

Programa: Entre uma programação musical, dois locutores informam noticias do dia como trânsito, metrô, trêm, ônibus, dicas culturais, novidades políticas, anúncios, etc.

Objetivo: Informar e atualizar notícias do dia, em relação ao cotidiano do universitário, focando sempre informações que ajudariam o estudante no seu diário ritmo acadêmico de alguma maneira.

Tempo: 1 hora e 30 min.

8- B.A.BA DA B.A. (informação)

Proposta: Programa informativo sobre assuntos históricos e atualidades do Centro Universitário Belas Artes.

Programa: Um locutor informa sobre novidades acadêmicas, histórias da instituição, notícias da secretaria e biblioteca, entre outros.

Objetivo: Informar e aproximar alunos, mestres e a administração acadêmica através de notas informativas, para fortificar e interar notícias a todos que convivem no ambiente acadêmico.

Tempo: 10 min. 6 partes por dia = 1 hora.

9 – DIRETO DA COLMÉIA (Musica, informação)

Proposta: Programações musicais, informações sobre eventos, jogos e promoções, promovidos pela Atlética Belas Artes.

Programa: Locutores e organizadores da Atlética noticiam informações entre uma programação musical.

Objetivo: Reforçar o contato e informações com os alunos participantes e interessados as práticas da Atlética Belas Artes.

Tempo: 1 hora.

10 – ENSAIO DE GARAGE (Musica e informação)

Proposta: Divulgação de bandas formadas por alunos da Belas Artes.

Programa: Músicas independentes formam uma grade diária musical, onde um locutor conta informações sobre a banda ou os músicos exibidos no programa.

Objetivo: Incentivar e divulgar a interação dos alunos, criando oportunidades de poderem exibir seus trabalhos musicais na Web Rádio Belas Artes.

Tempo: 1 hora.

11 – PALESTRAS

Palestras gravadas, ocorridas na Belas Artes.

Tempo: 2 horas

12 – MÚSICAS

Para preencher espaços ociosos da programação.

Tempo: 2 horas

PEQUENOS ELEMENTOS DA WEB RADIO BELAS ARTES

SPOTS PROMOCIONAIS

Café B.A, Cine Clube, MUBA, BIBLIOTECA.

VINHETAS

WEB RADIO BELAS ARTES, HORAS (de 5 a 6 vinhetas diferenciadas).

Conclusão

Depois de tnatopesquisar e discutir com alunos e membros da instituição, percebemos que a vontade de montar uma Web Rádio Universitária é comum e, além disso, muito possível, considerando o número de pessoas interessadas no projeto. O incentivo à produção de novos programas/programetes de rádio de alunos do Centro Universitário Belas Artes para a internet é fundamental para a fluidez e estabilidade da Web Rádio Belas Artes.

Bibliografia

- CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim. *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus, 1998.
- MEDITSCH, Eduardo. *A Rádio na Era da Informação*. Coimbra: Minerva, 1999.
- PRATA, Nair. *Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação*. Florianópolis: Insular, 2009.
- ROBERTS-BRESLIN, Jan. *Produção de imagem e som*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- <http://pt.wikipedia.org/wiki/Dom%C3%ADnio>
- <http://pt.wikipedia.org/wiki/DSL>
- <http://www.gfsolucoes.net/gustavo/dicas-blog/o-que-e-um-podcast/>
- <http://blog.teteraconsultoria.com.br/2006/11/como-montar-uma-rdio-web-ao-vivo.html>