



Universidade de Aveiro Departamento de Comunicação e Arte
2013

**EMÍLIO JOSÉ LOPES
FUENTES**

**UMA WEBRÁDIO PARA A UNIVERSIDADE DE
AVEIRO**



**EMÍLIO JOSÉ LOPES
FUENTES**

**UMA WEBRÁDIO PARA A UNIVERSIDADE DE
AVEIRO**

A PERSPETIVA DAS FAMÍLIAS DOS ESTUDANTES

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia, realizada sob a orientação científica do Doutor Fernando Manuel dos Santos Ramos, Professor Catedrático do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro e coorientação do Mestre Hélder José Marques Caixinha, Assistente Convidado do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

Dedico este estudo à minha família pelo incansável apoio.

o júri

presidente

Professora Doutora Lúcia de Jesus Oliveira Loureiro da Silva
professora auxiliar com agregação da Universidade de Aveiro

Professora Doutora Maria Teresa Piñeiro Otero
profesora ayudante doctor da Universidade da Coruña

Professor Doutor Fernando Manuel dos Santos Ramos
professor catedrático da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Agradeço ao meu orientador, Professor Fernando Ramos, e coorientador, Professor Hélder Caixinha, pela orientação, disponibilidade e apoio prestado no decorrer de toda a investigação.

Agradeço à minha família, em especial aos meus pais, avó e irmão, pelo apoio incondicional e por sempre terem acreditado nas minhas capacidades, durante o meu percurso académico.

Agradeço à minha namorada, a paciência que sempre teve comigo, principalmente nos momentos de maior desespero e incerteza aquando da escrita da dissertação. Sem a sua ajuda, amor e carinho, este documento não seria uma realidade.

Agradeço às minhas colegas, Rita Almeida e Sara Dias, pelas noites mal dormidas que passámos a trabalhar, pelos momentos de diversão e descontração, e por estarem sempre ao meu lado quando mais precisei.

Agradeço ao Paulo Lopes, pelo companheirismo e disponibilidade que sempre teve para ajudar a erguer a webrádio DeCA_WebEx.

Agradeço às professoras, Maria João Antunes e Ana Carla Amaro, ao carismático Sr. Veiga, e aos colaboradores, Daniel Yaguas, João Temporão e Olívia Moreira, por todo o empenho e dedicação que tiveram ao longo de todo o projeto.

Agradeço a todos aqueles que, de alguma forma, me ajudaram e apoiaram em todo este percurso.

palavras-chave

Webrádio universitária, Universidade de Aveiro, famílias dos estudantes, interesses e necessidades.

resumo

O presente projeto consistiu na concetualização e implementação de uma webrádio, de cariz experimental, no contexto da Universidade de Aveiro (UA). Dado que o mesmo foi desenvolvido por três investigadores distintos, tendo em conta diferentes públicos-alvo: estudantes, docentes e famílias dos estudantes, torna-se pertinente esclarecer que a presente dissertação se debruçou sobre a importância de implementar uma webrádio, de acordo com os interesses e necessidades das famílias dos estudantes da UA.

A estruturação da grelha de programação foi baseada nos resultados obtidos através da distribuição de um inquérito por questionário *online*, que procurou apurar os tipos de conteúdos do interesse das famílias dos estudantes, bem como a disponibilidade em termos de dias e horários para ouvir a futura webrádio.

Seguidamente, procedeu-se à criação de uma plataforma Web de suporte à webrádio, através da qual os ouvintes puderam acompanhar as emissões referentes a esta fase experimental. Todo este processo foi devidamente acompanhado por uma estratégia de divulgação, que visou dar visibilidade à webrádio junto da comunidade académica.

Após a realização de algumas emissões experimentais procurou-se, junto do público-alvo e através do recurso a inquéritos por questionário de satisfação e validação, compreender se os conteúdos transmitidos, os horários e dias de emissão e ainda as funcionalidades disponibilizadas através da plataforma Web, foram ao encontro das suas necessidades e expectativas.

A especificidade do público visado – as famílias dos estudantes – que a maior parte das vezes não desempenha um papel proativo no seio da comunidade académica, tornou pertinente compreender de que forma a existência de uma webrádio no seio da UA poderia contribuir para aproximar os familiares da universidade.

keywords

University Web radio, University of Aveiro, students' families, interests and needs.

abstract

This project involved the conceptualization and implementation of a web radio as an experimental nature in the context of the University of Aveiro (UA). Since the project was developed by three different investigators and directed to different audiences: students, teachers and students' families, it is important to explain that this document aimed to check the importance of implementing a web radio, according to the interests and needs of the students' families at UA. The structure of the program schedule was based on the results obtained from an online survey, which tried to know what kind of topics the families were interested in, as the availability to listen the future web radio. The next procedure was the creation of a web platform to support the web radio, through which listeners could follow the emissions related to the experimental phase. This whole process was accompanied by a dissemination strategy, which aimed to inform the academic community of the web radio. After some experimental emissions, a survey of satisfaction and validation was made to the audience to understand if the programmes, timing and the functions of the web platform were interesting and worthwhile. The specificity of its target audience - the families of the students - most of the time does not play a proactive role within the academic community, so it became relevant to understand how the existence of a web radio within the UA could help the communication between relatives and the university.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	1
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	5
2.1. PRINCIPAIS ETAPAS NA HISTÓRIA DA RÁDIO	6
2.2. EVOLUÇÃO DA RÁDIO EM PORTUGAL.....	8
2.3. EVOLUÇÃO E MIGRAÇÃO DA RÁDIO HERTZIANA PARA A INTERNET	10
2.3.1. CONCEITO DE WEBRÁDIO	10
2.3.2. RÁDIO HERTZIANA VS WEBRÁDIO	11
2.3.3. O NOVO PAPEL DO OUVINTE	13
2.3.4. O FENÓMENO DAS REDES SOCIAIS	14
2.3.5. WEBRÁDIOS	16
2.3.5.1. Panorama internacional	16
2.3.5.2. Panorama nacional	20
2.3.5.3. Panorama da cidade de Aveiro: o caso da Rádio ÁS.....	26
2.4. WEBRÁDIOS UNIVERSITÁRIAS: UMA NOVA PERSPETIVA	28
2.4.1. PANORAMA INTERNACIONAL.....	29
2.4.2. PANORAMA NACIONAL	32
2.4.3. UNIVERSIDADE DE AVEIRO	35
2.5. A WEBRÁDIO DA UA: UMA NOVA MANEIRA DE INFORMAR E COMUNICAR NO SEIO DA COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA	36
3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO.....	39
3.1. TIPO E MÉTODO DE PESQUISA	39
3.2. PARTICIPANTES NO PROCESSO DE RECOLHA DE DADOS	41
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLHA DE DADOS	41
3.4. TRATAMENTO DE DADOS	42

3.5. DEFINIÇÃO DO MODELO DE ANÁLISE	43
4. CARACTERÍSTICAS E NECESSIDADES DAS FAMÍLIAS DOS ESTUDANTES	47
4.1. CARACTERIZAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO.....	47
4.2. EXPERIÊNCIA E UTILIZAÇÃO DA INTERNET	49
4.3. EXPERIÊNCIA E UTILIZAÇÃO DE WEBRÁDIO.....	54
4.4. A WEBRÁDIO COMO MEIO DE APROXIMAÇÃO ENTRE A FAMÍLIA E O ESTUDANTE E A FAMÍLIA E A ACADEMIA	57
4.5. ZONA DE RESIDÊNCIA E A WEBRÁDIO: UMA FORMA DE DIMINUIR AS BARREIRAS FÍSICAS EXISTENTES	60
4.6. GRELHA DE PROGRAMAÇÃO.....	61
4.7. GRELHA DE PROGRAMAÇÃO FINAL.....	63
5. OPERACIONALIZAÇÃO DA DeCA_WebEx.....	67
5.1. COMPONENTE TÉCNICA: ESPAÇOS, HARDWARE E SOFTWARE.....	68
5.1.1. ESPAÇOS	69
5.1.2. HARDWARE	69
5.1.3. SOFTWARE.....	72
5.2. LICENÇAS: ERC E SPA	76
5.3. IMAGEM GRÁFICA	76
5.3.1. LOGÓTIPO.....	77
5.3.2. PALETA DE CORES.....	77
5.3.3. TIPO DE LETRA	78
5.3.4. AVATARES DOS PROGRAMAS.....	79
5.4. PLATAFORMA WEB	80
5.4.1. OTIMIZAÇÃO DA PLATAFORMA WEB	80
5.4.2. ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DA PLATAFORMA WEB.....	81
5.4.3. FUNCIONALIDADES DA PLATAFORMA WEB.....	86
5.4.3.1. Acompanhamento da emissão em direto.....	86
5.4.3.2. Podcasts das emissões e dos programas	87
5.4.3.3. Preferências funcionais dos públicos-alvo.....	88
5.4.3.4. Redes sociais: um canal de interação	90
6. DIVULGAÇÃO	93

7. BALANÇO DAS EMISSÕES DA DeCA_WebEx.....	99
7.1. DADOS RELATIVOS AO SERVIDOR DA PLATAFORMA WEB	99
7.2. DADOS DA PÁGINA DO FACEBOOK DA DECA_WEBEX	103
7.3. LIMITAÇÕES DE CARIZ TÉCNICO OCORRIDAS DURANTE AS EMISSÕES	106
7.4. INQUÉRITO DE SATISFAÇÃO POR QUESTIONÁRIO	107
7.4.1. FILTRAGEM DOS INQUIRIDOS	107
7.4.2. ACOMPANHAMENTO DA EMISSÃO: STREAMING E/OU PODCASTS	109
7.4.3. AVALIAÇÃO DA GRELHA DE PROGRAMAÇÃO: CONTEÚDOS E DIA DE EMISSÃO	111
7.4.4. UTILIDADE DAS FUNCIONALIDADES DA PLATAFORMA WEB.....	112
7.4.5. INTERAÇÃO COM A DECA_WEBEX.....	113
7.4.6 O PAPEL DESEMPENHADO PELA DECA_WEBEX.....	113
8. CONCLUSÕES E TRABALHO FUTURO	115
BIBLIOGRAFIA	121
ANEXOS.....	125
Anexo 1 – Inquérito por questionário destinado aos familiares dos estudantes	126
Anexo 2 – Inquérito por questionário destinado aos docentes familiares.....	138
Anexo 3 – Inquérito por questionário de validação e satisfação destinado aos familiares dos estudantes	139
Anexo 4 – Modelo de análise	147
Anexo 5 – Tabela com o número médio de horas por semana, dias da semana, período do dia e preferências em termos de programação dos familiares ouvintes e não ouvintes.....	149
Anexo 6 – Tabela com a reunião dos dados obtidos dos inquéritos por questionário realizados aos três públicos-alvo (docentes, estudantes e famílias dos estudantes)	151
Anexo 7 – Estatuto editorial da webrádio DeCA_WebEx.....	153
Anexo 8 – Número de visitantes da plataforma web no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2013 e 29 de maio de 2013, e que corresponde a um total de 57 dias	156
Anexo 9 – Notícia publicada no jornal online da UA referente à fase de validação da DeCA_WebEx	157

Anexo 10 – Formulários da sessão de colaboração.....	158
Anexo 11 – As nove emissões, o teaser e o vídeo de despedida da fase experimental da DeCA_WebEx (só disponível no CD-ROM)	160

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Gráfico resultante do estudo “Worldwide Social Network Usage: Market Size and Growth Forecast”	15
Figura 2 – Página inicial da webrádio Supernova Radio	17
Figura 3 – Página inicial da webrádio Rádio Brasil	18
Figura 4 – Página inicial da webrádio La Estacion Del Amor	19
Figura 5 – Página inicial da webrádio Virtual Radio.....	21
Figura 6 – Página inicial da webrádio Protuga FM.....	22
Figura 7 – Blogue da webrádio do Vale do Tamel	23
Figura 8 – Fases de construção do estúdio da webrádio do Vale do Tamel.....	24
Figura 9 – Página inicial do portal interativo Cotonete.....	25
Figura 10 – Página inicial da webrádio Rádio Às.....	26
Figura 11 – Página inicial da webrádio Onda Campus Radio.....	30
Figura 12 – Página inicial da webrádio iRadio OUM.....	30
Figura 13 – Página inicial da webrádio YCMOU webradio	31
Figura 14 – Blogue da webrádio Rádio Autónoma.....	33
Figura 15 – Página inicial da webrádio RUBI.....	34
Figura 16 – Página inicial da webrádio Rádio Zero.....	35
Figura 17 – Espaços físicos utilizados durante a fase experimental	69
Figura 18 – Esquema representativo do processo de gravação.....	71
Figura 19 – Logótipo da webrádio DeCA_WebEx.....	77
Figura 20 – Cores utilizadas para a construção do logótipo e da plataforma Web	78
Figura 21 – Tipo de letra utiliza no logótipo e na plataforma Web.....	79
Figura 22 – Avatares dos locutores e logótipos dos programas transmitidos na DeCA_WebEx. ...	79
Figura 23 – Página inicial da plataforma Web onde está sediada a webrádio DeCA_WebEx	81

Figura 24 – Página “QUEM SOMOS” da plataforma Web onde está sediada a webrádio DeCA_WebEx	83
Figura 25 – Página “PROGRAMAÇÃO” da plataforma Web onde está sediada a webrádio DeCA_WebEx	83
Figura 26 – Página “PODCASTS” da plataforma Web onde está sediada a webrádio DeCA_WebEx	84
Figura 27 – Página “EQUIPA” da plataforma Web onde está sediada a webrádio DeCA_WebEx	84
Figura 28 – Player de emissão presente na plataforma Web	86
Figura 29 – Podcasts das emissões completas (à esquerda) e das várias edições dos programas (à direita).....	87
Figura 30 – Feed de notícias do jornal <i>online</i> da UA	89
Figura 31 – “Rodapé” da plataforma Web	89
Figura 32 – Páginas da DeCA_WebEx no Facebook (à esquerda) e no Twitter (à direita)	91
Figura 33 – Teaser publicitário do lançamento da DeCA_WebEx	93
Figura 34 – Notícia publicada no jornal online da UA acerca da DeCA_WebEx	94
Figura 35 – Autocolante alusivo ao lançamento da DeCA_WebEx	95
Figura 36 – Notícia publicada na edição do dia 3 de abril de 2013 do jornal Diário de Aveiro alusiva à DeCA_WebEx	96
Figura 37 – Flyers das edições especiais dedicadas ao Made in DeCA	97
Figura 38 – Flyer referente à cobertura do Made in DeCA	98
Figura 39 – Flyer da última emissão da DeCA_WebEx	98
Figura 40 – Flyer de divulgação da sessão de colaboração/divulgação.....	118
Figura 41 – Fotografia tirada durante a sessão de colaboração/divulgação	118

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Ouvintes e não ouvintes de webrádios.....	48
Gráfico 2 – Idade dos ouvintes e não ouvintes de webrádios	48
Gráfico 3 – Habilitações académicas dos ouvintes e não ouvintes de webrádios	49
Gráfico 4 – Facilidade em utilizar a Internet pelos ouvintes e não ouvintes de webrádios	50
Gráfico 5 – Média de horas semanais a navegar na Internet dos ouvintes e não ouvintes de webrádios	50
Gráfico 6 – Locais onde os ouvintes e não ouvintes de webrádios costumam aceder com mais frequência à Internet	51
Gráfico 7 – Com que finalidade os ouvintes e não ouvintes de webrádios recorrem mais à Internet	52
Gráfico 8 – Atividades que os ouvintes e não ouvintes realizam com mais frequência na Internet.....	53
Gráfico 9 – Hábitos dos ouvintes e não ouvintes de webrádios durante o uso da Internet.....	54
Gráfico 10 – Média de horas semanais que dedica/dedicaria a ouvir webrádio	55
Gráfico 11 – Dispositivos que mais utiliza/utilizaria para ouvir webrádio.....	56
Gráfico 12 – Locais onde é/seria mais frequente ouvir webrádio	56
Gráfico 13 – Vantagem e interesse da existência de uma webrádio na UA.....	57
Gráfico 14 – Posição dos inquiridos face a três afirmações	58
Gráfico 15 – Webrádio enquanto meio de aproximação entre a família e o estudante e a família e a própria academia.....	59
Gráfico 16 – Opinião dos familiares em relação à webrádio permitir a diminuição das barreiras físicas existentes	61
Gráfico 17 – Browsers mais utilizados	80
Gráfico 18 – Preferências funcionais dos públicos-alvo	88
Gráfico 19 – Forma de interação/participação dos públicos-alvo	90
Gráfico 20 – Redes sociais preferenciais dos públicos-alvo.....	91

Gráfico 21 – Número de visitantes por dia de emissão da plataforma Web no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2013 e 29 de maio de 2013	100
Gráfico 22 – Número de visitantes por mês da plataforma Web no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2013 e 29 de maio de 2013	101
Gráfico 23 – Número de visitantes por hora da plataforma Web no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2103 e 29 de maio de 2013	101
Gráfico 24 – Número de visitantes por página no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2013 e 29 de maio de 2013.....	102
Gráfico 25 – Browsers mais utilizados para aceder à plataforma Web no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2103 e 29 de maio de 2013	103
Gráfico 26 – Sexo e idade das pessoas que colocaram “gosto” na página do Facebook da DeCA_WebEx, no período compreendido entre os dias 5 de março de 2013 e 30 de maio de 2013. Gráfico retirado das estatísticas geradas pela página do Facebook	104
Gráfico 27 – Distrito de residência das pessoas que colocaram “gosto” na página do Facebook da DeCA_WebEx, no período compreendido entre os dias 5 de março de 2013 e 30 de maio de 2013	104
Gráfico 28 – Evolução dos “gostos” da página do Facebook da DeCA_WebEx, no período compreendido entre os dias 5 de março de 2013 e 30 de maio de 2013.....	105
Gráfico 29 – Familiares dos estudantes que conhecem ou não a DeCA_WebEx.....	108
Gráfico 30 – Fontes para o conhecimento da existência da DeCA_WebEx.....	108
Gráfico 31 – Familiares dos estudantes que escutaram ou não alguma emissão da DeCA_WebEx	109
Gráfico 32 – Modo como os familiares dos estudantes acompanharam a emissão.....	110
Gráfico 33 – Tipo de podcasts a que os familiares recorreram	110
Gráfico 34 – Situações em que os familiares efetuaram o download dos podcasts disponibilizados	111
Gráfico 35 – Grau de utilidade das funcionalidades da plataforma Web.....	113

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Grelha de programação dos familiares dos estudantes (ouvintes e não ouvintes)	62
Tabela 2 – Grelha de programação final	65
Tabela 3 – Hardware utilizado para a gravação dos conteúdos a transmitir na DeCA_WebEx	70
Tabela 4 – Características desejadas por parte da equipa no que diz respeito ao software de streaming.....	74

LISTA DE SIGLAS

Sigla	Significado
AEIST	Associação dos Estudantes do Instituto Superior Técnico
AMARC	Associação Mundial das Rádios Comunitárias
DeCA	Departamento de Comunicação e Arte
ERC	Entidade Reguladora para a Comunicação Social
EUA	Estados Unidos da América
IST	Instituto Superior Técnico
H	Hora ou horas
OUM	Open University Malasia
RUA	Rádio Universidade do Algarve
RUBI	Rádio Universidade do Minho
RUC	Rádio Universidade de Coimbra
RUM	Rádio Universidade do Minho
SCIRP	Serviços de Comunicação, Imagem e Relações Públicas
SPA	Sociedade Portuguesa de Autores
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
UA	Universidade de Aveiro
UAL	Universidade Autónoma de Lisboa
URL	Uniform Resource Locator
VPN	Virtual Private Network
YCMOU	Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University
WMS	Windows Media Services

1. INTRODUÇÃO

As webrádios, fenómeno resultante da migração da rádio hertziana para a Internet, constituem-se como uma nova forma de fazer rádio, uma vez que aliam o som a um conjunto de potencialidades (incorporação de texto, imagem, vídeo, entre outras) provenientes da Web e que revolucionaram o modo de criar, emitir, difundir e partilhar conteúdos.

Este conjunto de potencialidades tem contribuído para “o aparecimento de numerosas plataformas *on-line* com orientação educacional” (Perona, 2009) como é o caso das chamadas webrádios universitárias, que se estabelecem como o resultado da conciliação entre o que a Internet oferece e a crescente necessidade de constituir comunidades virtuais, como suporte à disseminação de conteúdos de cariz educacional, cultural e até de entretenimento.

Em termos internacionais, há já algum tempo que as webrádios universitárias fazem parte do dia-a-dia da comunidade académica, assumindo-se como um espaço de partilha de conhecimento. Fundada em 2005, a webrádio Ondas Campus Radio, é um dos bons exemplos da presença deste meio no panorama internacional. Trata-se de um projeto radiofónico da Universidade da Extremadura (Espanha), e é constituída essencialmente por estudantes universitários. Apresenta uma grelha de programação muito extensa e diversificada, onde a conjugação entre o som e os elementos textuais e visuais é predominante, aproveitando assim as potencialidades da Internet.

Remetendo a análise para o nível de desenvolvimento das webrádios universitárias no panorama português, é quase inexistente a presença deste novo fenómeno, com exceção feita, por exemplo, à Rádio Autónoma e à Rádio Zero. A primeira, constituída por um grupo de alunos da Universidade Autónoma de Lisboa, começou a emitir, após um período experimental, em maio de 2010. Possui uma grelha de programação bastante diversificada e ambiciosa, e fomenta a comunicação com os ouvintes através de publicações regulares efetuadas no seu blogue, bem como através da rede social

Facebook. A Rádio Zero, promovida por estudantes do Instituto Superior Técnico, nasceu em 2004 e trata-se de “uma secção autónoma da Associação dos Estudantes do Instituto Superior Técnico (AEIST), sem fins lucrativos e de duração ilimitada” (Rádio Zero, s.d.). Tem como principais objetivos “incentivar os estudantes para o fenómeno da radiodifusão e dar a formação radiofónica aos interessados em fazer rádio, possibilitando-lhes um espaço de criatividade; contribuir para a formação cívica, cultural e científica dos estudantes e ouvintes através da divulgação informativa e artística e por fomentar a participação dos estudantes do IST na vida activa da escola e da Universidade” (*Idem*).

Torna-se importante assumir uma posição quanto à definição que o termo webrádio tem no presente estudo, uma vez que até ao momento ainda não há um consenso relativamente a este conceito.

Prata (2009) ao estudar este fenómeno diferenciou webrádio de rádio *online*. Segundo ela entende-se por webrádio uma “emissora radiofónica que pode ser acessada por meio de uma URL (Uniform Resource Locator), um endereço na Internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas”. Já uma rádio *online*, e de acordo com a mesma autora, corresponde a um “único produto mediático podendo ser acessado simultaneamente no aparelho de rádio e no computador”.

Em sentido inverso, Portela (2006), no decorrer da sua dissertação de mestrado, considerou que os conceitos webrádio e rádio *online* têm o mesmo significado, ou seja, dizem respeito a “uma estação de rádio que disponibiliza o seu sinal para difusão na Internet”.

Nesta dissertação, a utilização do termo webrádio tem como propósito referir uma rádio com presença exclusiva na Internet.

A conceção e implementação de uma webrádio na Universidade de Aveiro, foi um projeto abraçado por três estudantes do Mestrado em Comunicação Multimédia. Importa, assim, frisar de que modo, e apesar de ser um projeto em conjunto, os contributos dos três investigadores se distinguiram entre si. Apesar de o propósito principal ser comum aos três – implementação de uma webrádio experimental no contexto da Universidade de Aveiro, cada um, abordou-o através de perspetivas diferentes, tendo como foco públicos-alvo distintos: os estudantes, os docentes e as famílias dos estudantes.

No que diz respeito à presente dissertação, o objetivo passou por compreender de que forma uma webrádio universitária pode satisfazer os interesses e necessidades das

famílias dos estudantes da Universidade de Aveiro. Assim sendo, este estudo tem como objetivo responder à seguinte questão de investigação:

“Que características deve ter uma webrádio, dirigida às famílias dos estudantes da Universidade de Aveiro, tendo em conta os seus interesses e necessidades?”

Quando se fala em comunidade universitária, a maior parte das vezes as pessoas desconstruem-na em três grandes grupos – estudantes, docentes e funcionários da instituição, esquecendo-se de um componente que, e apesar de o fazer de uma forma indireta, se insere nesta comunidade: as famílias dos estudantes.

Neste sentido, e com o propósito de orientar a presente dissertação, foram definidos os seguintes objetivos:

- Estudar qual a estrutura e as características que a grelha de programação deve ter, de modo a corresponder às necessidades, interesses e expectativas das famílias dos estudantes;
- Compreender, em termos tecnológicos, qual a solução mais viável e adequada no que diz respeito ao equipamento e ao *software* a utilizar na implementação de uma webrádio no contexto da Universidade de Aveiro;
- Criar uma plataforma Web para alojamento da webrádio da UA;
- Realizar emissões experimentais tendo em conta o tipo de programas e os conteúdos esperados pelas famílias dos estudantes;
- Validar, junto das famílias dos estudantes, a forma como a plataforma Web foi estruturada;
- Compreender se os conteúdos emitidos/disponibilizados foram ao encontro das expectativas do público-alvo;
- Perceber de que forma a criação de uma webrádio pode aproximar as famílias dos estudantes e da própria academia/instituição Universidade de Aveiro.

O documento encontra-se organizado em seis grandes tópicos: um primeiro, denominado por enquadramento teórico, no qual se faz um levantamento do estado da arte relativo às webrádios e webrádios universitárias existentes; um segundo, designado por metodologia de investigação, em que se define o modelo de análise, o tipo de investigação adotado, os participantes e os instrumentos de recolha de dados utilizados, e ainda o modelo de análise; um terceiro tópico, que diz respeito à análise dos dados resultantes da aplicação de um inquérito por questionário ao público-alvo, tendo por objetivo identificar necessidades, interesses e expetativas; um quarto, correspondente à fase de operacionalização da webrádio experimental da UA, e um quinto relativo à estratégia de divulgação adotada com vista a dar conhecimento da existência da webrádio. Por fim, é realizado um balanço das nove emissões que constituíram a fase experimental, incluindo aspetos relativos à página Web da webrádio e às suas funcionalidades, à página do Facebook, às limitações técnicas ocorridas e aos resultados de um inquérito por questionário de satisfação e validação direcionado aos familiares dos estudantes.

A dissertação termina com as considerações finais resultantes de todo o trabalho realizado, e com uma reflexão sobre os trabalhos futuros que podem vir a ser concretizados com vista à implementação efetiva de uma webrádio na Universidade de Aveiro.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A procura por um conjunto de conceitos que permitam caracterizar a rádio tem-se constituído como uma árdua tarefa devido às constantes mutações que este *media* tem sofrido com o passar dos anos.

Para Menezes (2003) referenciado por Portela (2006), a acumulação institui-se como uma das características fundamentais da rádio na medida em que, o ouvinte tem a capacidade de efetuar diferentes tarefas, como conduzir ou até trabalhar, enquanto ouve. Ou seja, a fácil assimilação dos conteúdos por ela transmitidos atribuem-lhe um papel importante no que diz respeito à esfera social, tornando-a num meio “massivo, explosivo e mobilizador” (Del Bianco, 2005 referenciado por Portela, 2006), onde a instantaneidade e a espontaneidade se assumem como particularidades essenciais deste *media* (Oliveira Junior, 2002 referenciado por Portela, 2006).

Outra das características inerentes à rádio prende-se com a questão da simultaneidade resultante do aparecimento das emissões em direto e da multiplicação de géneros radiofónicos. No entanto, a simultaneidade que se verifica entre a enunciação e a receção é anterior às transmissões em direto, uma vez que nos conteúdos pré-gravados já há um cuidado por parte dos intervenientes de proferir um discurso para um consumo imediato, reforçando os efeitos do mesmo nos ouvintes (Meditsch, 1997 referenciado por Portela, 2006).

Vista como uma ferramenta social e cultural, é essencial que o discurso radiofónico seja facilmente compreendido por todo o tipo de públicos porque quanto maior for a aproximação aos códigos do recetor, maior será o nível de comunicação que se conseguirá alcançar (Balsebre, 2005 referenciado por Portela, 2006). Seguindo esta linha de pensamento, torna-se pertinente referir a importância da palavra que na perspetiva de Andrade (2005) referenciado por Portela (2006) “o simples problema de alcançar o maior número de pessoas, de lhes ser acessível e as convencer a todas, obriga o rádio a uma linguagem mista, complexa, de um sabor todo especial, (...) multifária, mixordiosa, com

palavras, ditos, sintaxes de todas as classes, grupos e comunidades. Menos da culta...”¹. Por outras palavras, só a adoção de uma linguagem simples e popular, que consiga chegar a todo o tipo de públicos pode permitir à rádio alcançar a tão desejada universalidade, independentemente do lugar que ocupam na pirâmide social. Contudo e tendo em conta o contexto em que estas palavras foram proferidas, vivia-se uma época em que a distância entre o nível de instrução das classes sociais era ainda bastante acentuado, contribuindo para uma crescente desconfiança por parte da parcela mais instruída que olhava para a rádio como uma espécie de ameaça. Apesar de tudo, seria esta intenção de chegar a todos, que permitiu ao discurso radiofónico instituir-se como um instrumento de massas.

Contrastando esta ideia, Rosental Alves (2005) referenciado por Portela (2006) defende que o tipo de discurso utilizado pela rádio não tem de ser vincadamente anti culta, já que se pode recorrer a uma linguagem próxima daquela que é utilizada na comunicação interpessoal, não deixando de parte as regras gramaticais. Assim sendo, o autor defende o recurso a um discurso descomplicado assente na ideia de “dizer o máximo, com o mínimo de palavras, mas sem forçar”, ideia defendida também por Walter Alves (2005) referenciado por Portela (2006), que considera que num meio como a rádio “só se complica quando alguém não sabe o que dizer, nem como dizê-lo de modo simples”.

A individualidade inerente à forma como cada um dos ouvintes descodifica a mensagem transmitida pela rádio, assume-se como uma indiscutível característica deste meio, associando-se a uma outra, a intimidade, que segundo Bachelard (2005) referenciado por Portela (2006) se relaciona com o poder da palavra em rádio, na medida em que ela se institui como uma porta para o mundo mais íntimo deste meio, “entrelaçando o ouvinte num convite irrecusável à escuta, ao desvendar de emoções (Portela, 2006).

2.1. PRINCIPAIS ETAPAS NA HISTÓRIA DA RÁDIO

Definida como sendo um “meio de comunicação extraordinariamente rico, com uma narrativa singular e para muitos, fascinante” (Cordeiro, 2003), a rádio que hoje conhecemos começa a dar os primeiros passos por volta do ano de 1863 em Cambridge,

¹ Texto original data de 1940.

Inglaterra, pelas mãos de James Clerk Maxwell, que, embora de forma meramente teórica, comprovou a existência de ondas eletromagnéticas.

Mais tarde, em 1887, um jovem estudante alemão, de seu nome Henri Rudolph Hertz, demonstrou um grande interesse na teoria de Maxwell, acabando por passá-la do papel à prática. Hertz viria a desenvolver um aparelho onde era possível constatar a deslocação de faíscas através do ar, conseguindo, fazer passar energia elétrica entre dois pontos, sem necessitar de recorrer a fios. Este aparelho tinha a capacidade de produzir correntes alternadas de período muito reduzido mas de variação extremamente rápida. A construção deste aparelho permitiu a Hertz comprovar, de forma experimental, a teoria de Maxwell que afirmava que a eletricidade se deslocava através da atmosfera sob a forma de ondas, cuja velocidade atingia cerca dos 300 000 km/s (velocidade da luz). Estas ondas dizem respeito às ondas de rádio, também designadas por “ondas hertzianas” com o intuito de homenagear o seu revelador (Hertz).

Várias foram as experiências realizadas ao nível da transmissão de sinais através de ondas hertzianas. Nomes como Nikola Tesla (Estados Unidos da América), Alexander Popov (Rússia), Landell de Moura (Brasil) e Guglielmo Marconi (Itália) contribuíram de forma importante para o aperfeiçoamento desta transmissão de sinais. De entre todos destaca-se Marconi que apadrinou a chamada Telegrafia Sem Fios (TSF).

Os tempos que se seguiram foram dedicados à transmissão de sinais entre distâncias cada vez maiores e às primeiras transmissões de mensagens.

O ano de 1901 assume-se como uma marca importante na história da rádio, na medida em que se efetua a primeira transmissão transatlântica entre o Canadá e a Inglaterra. Mais tarde, em 1903, é transmitida a primeira mensagem entre os Estados Unidos da América (EUA) e o Reino Unido. Estes dois momentos constituíram-se importantes e ao mesmo tempo demonstrativos no que diz respeito à forte evolução que a tecnologia sem fios registou nos princípios do século XX.

Graças ao canadiano Reginald Fessenden, a TSF passa a designar-se por Telefonia sem Fios, uma vez que o código morse é substituído por uma transmissão constituída por uma sinfonia de Handel, uma peça de violino e uma leitura de um excerto da Bíblia. Mais tarde, decorria o ano de 1906 quando Fessenden transmite uma mensagem natalícia na noite da consoada, tornando-se na primeira emissão mais próxima, que nos dias de hoje se entende por um programa de rádio (Silva, 2005, referenciado por Portela, 2006).

No que concerne ao aparecimento e evolução da rádio em Portugal, os primeiros registos remontam à primeira metade do século XX nomeadamente entre os anos 30 e 50.

2.2. EVOLUÇÃO DA RÁDIO EM PORTUGAL

O período compreendido entre 1930 e 1950, também designados por “anos de ouro da rádio” (Cordeiro, 2003), reflete a utilidade da rádio como uma maneira de reconstituir aquilo que acontecia no dia-a-dia através do recurso a dramatizações e representações realizadas no estúdio de emissão.

A censura instituída pelo governo de Salazar obrigava os produtores de programas de cariz humorístico a adotar manobras, ao nível da linguagem utilizada, como forma de possibilitar a aceitação dos textos por parte do serviço de censura do Estado Novo.

No que diz respeito à relação entre a rádio e o poder político, a adoção de uma estratégia de controlo sobre a opinião pública assumia-se como o resultado pretendido, tendo como principal objetivo a defesa da doutrina proclamada pelo regime salazarista. A emergência deste novo meio permitiu a consolidação do poder de Salazar, sendo que todo o tipo de atividades que o pudesse colocar em causa era prontamente impedido.

Durante a vigência tanto do regime de Salazar como de Marcelo Caetano o domínio da comunicação social era absoluto, fazendo com que a rádio se instituisse como “um aparelho técnico e discursivo ao serviço dos interesses de poder, e um instrumento para a legitimação da ditadura” (Cordeiro, 2003).

Nesta fase, a rádio tinha como função entreter as “massas”, procurando que a conjuntura de encerramento que se vivia face ao exterior fosse momentaneamente esquecida. Assim, a programação era recheada quase na sua totalidade por programas de entretenimento caracterizados por uma comunicação muito pouco dinâmica ou original.

O aparecimento da televisão em Portugal (anos 50) contribuiu para “o nascimento de uma nova fase na rádio portuguesa” (Cordeiro, 2003). A necessidade de combater o fascínio em redor deste novo meio de comunicação levou a alterações profundas tanto ao nível do discurso como da expressão, bem como a uma maior aposta na música e na ficção.

Os limites definidos pelo serviço de censura do Estado Novo começam a ser violados por volta da década de 60. De acordo com Cordeiro (2003), “a ruptura entre uma comunicação institucionalizada e outra que se construía de acordo com o ritmo e o dinamismo próprio do pulsar dos acontecimentos da sociedade” torna-se evidente. O horário noturno, até então tido como um bloco “morto”, transforma-se no horário mais importante e mais escutado por parte dos ouvintes, constituído essencialmente por programas informativos que noticiavam os acontecimentos da vida quotidiana. Este novo horário contribuiu para o despoletar de “um sistema de comunicação que se emancipou do panorama instituído e passou a reagir, observando e criticando” (Cordeiro, 2003).

A saída de Salazar do governo em 1968 e a consequente entrega do poder a Marcelo Caetano marcam “o final de uma década plena de lutas pelos direitos e liberdades” dando lugar a um período onde “se produziram programas e reportagens que marcaram a história da informação no nosso país” e “que mostravam um certo inconformismo em relação à situação” que se vivia (*Idem*).

A Revolução dos Cravos em 1974, que ditou a queda do regime ditatorial vigente e instaurou a democracia em Portugal, teve como grande impulsionador a rádio na medida em que a revolta “contou com a rádio para transmitir as senhas que deram início, confirmaram e puseram em marcha o movimento das Forças Armadas” (*Ibidem*).

O fim da censura desencadeou um aumento impressionante do número de rádios devido à facilidade existente para a sua criação. Deste modo, nos anos 80 existia em Portugal uma quantidade significativa de rádios piratas devido à “falta de legislação sobre radiodifusão e da impossibilidade de entidades privadas poderem abrir as suas próprias estações emissoras” (*Ibidem*).

A entrada no novo milénio acarretou consigo um conjunto de novos desafios para o universo da comunicação social e em particular para a rádio. Com o aparecimento da Internet os limites existentes até então em termos da difusão das transmissões radiofónicas começam a desaparecer, tudo por causa do seu “poder” de ligar o mundo entre si.

A Internet assume-se como uma ferramenta ao dispor dos diferentes meios de comunicação que se servem dela para se fortificarem e cujas potencialidades permitem criar novas estratégias e modelos ao nível da comunicação. Na opinião de Cordeiro (2003) entramos assim no chamado “século da comunicação interactiva”.

2.3. EVOLUÇÃO E MIGRAÇÃO DA RÁDIO HERTZIANA PARA A INTERNET

Um dos primeiros aspetos a ter em conta quando se aborda este fenómeno relaciona-se com as dificuldades atuais para alcançar um consentimento quanto à distinção entre os conceitos de rádio analógica ou hertziana, rádio *online* e/ou webrádio. Segundo Prata (2009), podemos definir dois modelos de radiofonia: radiofonia analógica e radiofonia digital.

Por um lado, a radiofonia analógica diz respeito às “emissoras que realizam transmissões analógicas através de irradiação e modulação das ondas eletromagnéticas, também chamadas de rádios hertzianas” (*Idem*). Por outro, radiofonia digital subdivide-se em dois tipos: rádios hertzianas com presença na Web ou rádios *online* e rádios com presença exclusiva na Web, também designadas por webrádios. A distinção entre rádios *online* e webrádios não é consensual, uma vez que muitos consideram que uma rádio hertziana que migrou a sua emissão para a Web, e atualmente está presente nos dois formatos, pode também ser designada por webrádio, esta posição é defendida por Portela (2006) que entende que estamos perante uma webrádio ou rádio *online*, “quando pretendermos designar uma estação de rádio que disponibiliza o seu sinal para difusão na Internet”.

No entanto, para autores como Prata (2009) esta distinção existe, sendo que só pode ser considerada webrádio “a emissora radiofónica que pode ser acessada por meio de uma URL (*Uniform Resource Locator*), um endereço na Internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas”. Deste modo, o presente estudo define webrádios como rádios que têm uma existência restrita na Internet, excluindo aquelas cuja emissão era transmitida através de ondas hertzianas e que, posteriormente, migraram a mesma para a Internet.

A constante evolução das webrádios torna pertinente compreender quais as diferenças entre esta “nova” rádio e a tradicional rádio hertziana.

2.3.1. CONCEITO DE WEBRÁDIO

Um dos primeiros aspetos a ter em conta quando se aborda este fenómeno relaciona-se com as dificuldades atuais para alcançar um consentimento quanto à distinção entre os

conceitos de rádio analógica ou hertziana, rádio *online* e/ou webrádio. Segundo Prata (2009), podemos definir dois modelos de radiofonia: radiofonia analógica e radiofonia digital.

Por um lado, a radiofonia analógica diz respeito às “emissoras que realizam transmissões analógicas através de irradiação e modulação das ondas eletromagnéticas, também chamadas de rádios hertzianas” (*Idem*). Por outro, radiofonia digital subdivide-se em dois tipos: rádios hertzianas com presença na Web ou rádios *online* e rádios com presença exclusiva na Web, também designadas por webrádios. A distinção entre rádios *online* e webrádios não é consensual, uma vez que muitos consideram que uma rádio hertziana que migrou a sua emissão para a Web, e atualmente está presente nos dois formatos, pode também ser designada por webrádio, esta posição é defendida por Portela (2006) que entende que estamos perante uma webrádio ou rádio *online*, “quando pretendermos designar uma estação de rádio que disponibiliza o seu sinal para difusão na Internet”.

No entanto, para autores como Prata (2009) esta distinção existe, sendo que só pode ser considerada webrádio “a emissora radiofónica que pode ser acessada por meio de uma URL (*Uniform Resource Locator*), um endereço na Internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas”. Deste modo, o presente estudo define webrádios como rádios que têm uma existência restrita na Internet, excluindo aquelas cuja emissão era transmitida através de ondas hertzianas e que, posteriormente, migraram a mesma para a Internet.

A constante evolução das webrádios torna pertinente compreender quais as diferenças entre esta “nova” rádio e a tradicional rádio hertziana.

2.3.2. RÁDIO HERTZIANA VS WEBRÁDIO

Um dos aspetos que diferencia as rádios hertzianas das webrádios prende-se com os meios utilizados para fazer chegar a informação aos ouvintes. Enquanto que “o som é a essência da rádio tradicional” (Reis, 2010), instituindo-se como “o único elo de ligação entre a rádio e o ouvinte” (*Idem*) meio, as webrádios recorrem às novas potencialidades oferecidas pela Internet de modo a que a transmissão da mensagem e a receção da mesma se processe de uma maneira mais fácil e eficaz, conciliando as propriedades sonoras com elementos textuais e visuais (imagem e vídeo). A presença de elementos textuais possibilitam uma melhor compreensão e complementação da informação

transmitida, podendo colmatar alguma distração/falha ocorrida aquando da reprodução sonora. Na mesma linha, o recurso a elementos visuais possibilita ao ouvinte ver aquilo que os seus ouvidos ouvem, despertando o interesse do mesmo face ao conteúdo transmitido.

O aparecimento das webrádios possibilitou combater o principal entrave colocado às rádios hertzianas desde a sua criação – alargar o seu espectro de ouvintes, fazendo chegar a sua transmissão além-fronteiras. O local onde o ouvinte reside, bem como a hora a que a transmissão ocorre deixam de ser um problema, uma vez que uma das potencialidades da Internet prende-se com o seu poder de chegar aos quatro cantos do globo através de um mero e simples clique.

Torna-se importante referir que apesar das webrádios terem possibilitado alcançar um maior número de ouvintes, afirmar que as suas emissões chegam a todo o mundo está errado, na medida em que nem toda a população tem acesso à Internet, seja por questões de inexistência deste serviço na localidade onde residem, seja por razões económicas, não lhe possibilitando usufruir desta nova ferramenta comunicacional.

Antes mesmo do aparecimento das webrádios, o problema da portabilidade subjacente às rádios hertzianas já tinha sido solucionado com o aparecimento de pequenos e leves aparelhos de fácil transporte, como leitores de *MP3's* (MPEG-1/2 AudioLayer 3) e *iPods*. Quanto às webrádios, numa primeira fase este constrangimento era uma realidade, já que o ouvinte era obrigado a ter um computador com ligação à Internet, caso contrário, tornava-se impossível para o mesmo aceder aos conteúdos transmitidos. Numa segunda fase, e graças aos constantes avanços tecnológicos, nomeadamente no que diz respeito ao aparecimento dos chamados *Smartphones* e *iPhones*, os ouvintes começaram a ter a possibilidade de escutar webrádio em qualquer local, usufruindo do facto de estes novos mecanismos permitirem o acesso à Internet através da rede móvel.

Quanto à característica da simultaneidade, poucas foram as alterações verificadas após o despoletar das webrádios, pois a capacidade de executar várias tarefas ao mesmo tempo, enquanto se ouve rádio, é já uma realidade das versões hertzianas. Cozinhar, conduzir e até trabalhar, são alguns exemplos de atividades do dia-a-dia que podem ser realizadas enquanto se escuta rádio. A introdução do conceito de *multitasking*, que possibilita os utilizadores “desenvolver múltiplas tarefas dentro e fora da rede sem que a captação e entendimento das várias mensagens seja afectada” (Souza, 2002) por parte das webrádios, contribuindo assim para a manutenção do conceito de simultaneidade como característica implícita deste tipo de *media*.

Sendo a instantaneidade uma característica que marca as emissões hertzianas com a passagem para as webrádios, esta desvanece-se, dada a possibilidade que o ouvinte tem de construir a sua própria grelha de programação, de acordo com os seus interesses e necessidades. A capacidade de o ouvinte decidir o que vai consumir, quando e como, atribui à utilização da webrádio um carácter de individualidade, na medida em que cada um controla o tipo de conteúdos, aos quais quer aceder.

Um dos grandes fatores que contribuiu para a instantaneidade foi a introdução da chamada tecnologia *podcast* – um “arquivo áudio ou multimédia que pode ser descarregado da Internet e lido no computador ou em dispositivo próprio” (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa), que se tem assumido como uma ferramenta bastante útil principalmente ao nível da educação e das webrádios universitárias.

Para que se processasse de uma forma clara, a radiomorfose trouxe consigo uma das características para a qual as rádios hertzianas não tinham conseguido criar uma solução. Esta refere-se ao conceito de interatividade com um fluxo bidirecional. Até então, as rádios hertzianas, caracterizavam-se por uma interação unidirecional, em que o ouvinte desempenhava o papel de mero recetor dos conteúdos transmitidos pelo locutor/rádio (emissor), não tendo ao seu dispor qualquer tipo de recurso que lhe permitisse participar ativamente num determinado programa.

Assim sendo, a Internet/Web capacitou a rádio de um conjunto de meios que alteraram por completo o papel desempenhado pelos ouvintes, dotando-os de “novos poderes”.

2.3.3. O NOVO PAPEL DO OUVINTE

Com a passagem da rádio para a Internet, e o conseqüente aparecimento das webrádios, os ouvintes, também designados por utilizadores, uma vez que recorrem à rede para escutar rádio, passam a desempenhar um novo papel tal como defende Barbosa (2006):

“Os ouvintes deixam de ser um receptor passivo e passam a ser mais participativos, podendo opinar e interferir nas programações diárias. Através de chats e e-mails, o novo ouvinte pode, instantaneamente, sugerir pautas, fazer críticas e pedidos. O usuário pode também escolher o que deseja ouvir no momento de sua preferência, pois as programações ficam disponíveis para repetições.”

Ou seja, a interação deixa de ser unidirecional para passar a ser bidirecional, na medida em que o utilizador começa a ter uma participação ativa na própria escolha dos conteúdos a transmitir, bem como na forma como os mesmos são transmitidos.

A distância que até aqui separava o locutor do ouvinte deixa de existir, uma vez que tanto os *chats* como os *e-mails* permitem um contacto entre o emissor e o receptor, possibilitando ao utilizador manifestar o seu contentamento ou desagrado face a determinado conteúdo, que acabou de ser noticiado. Para além deste contacto com o locutor, o ouvinte pode estabelecer relações com outros ouvintes, trocando opiniões, ou até dando sugestões para matérias que gostava de ver abordadas em futuras emissões, de modo a procurar outros, com interesses similares e dessa forma até poderem propor determinado programa à webrádio em questão.

2.3.4. O FENÓMENO DAS REDES SOCIAIS

De acordo com Heidemman, Klier e Probst (2012) as redes sociais são definidas como “comunidades on-line entre pessoas com interesses comuns, atividades, planos de fundo e/ou amizades. A maioria das redes sociais encontram-se alojadas na Web e permitem aos utilizadores enviar perfis (texto, imagens e vídeos) e interagir com os outros de várias maneiras”²

Atualmente, as redes sociais constituem-se como um fenómeno global em expansão tal como comprova um estudo realizado em fevereiro de 2012 pela “eMarketer” (empresa direcionada para o Marketing Digital) designado por “Worldwide Social Network Usage: Market Size and Growth Forecast”. Segundo este, em 2012 o número de utilizadores de redes sociais atingiu os 1,43 biliões em todo o mundo.

No decorrer deste estudo foi ainda feita uma análise relativa ao período compreendido entre 2011 e 2014, tendo como alvo os utilizadores da Internet que usam pelo menos uma vez por mês uma rede social.

² Tradução do original “OSNs form online communities among people with common interests, activities, backgrounds, and/or friendships. Most OSNs are Web-based and allow users to upload profiles (text, images, and videos) and interact with others in numerous ways” (Heidemman, Klier e Probst, 2012).

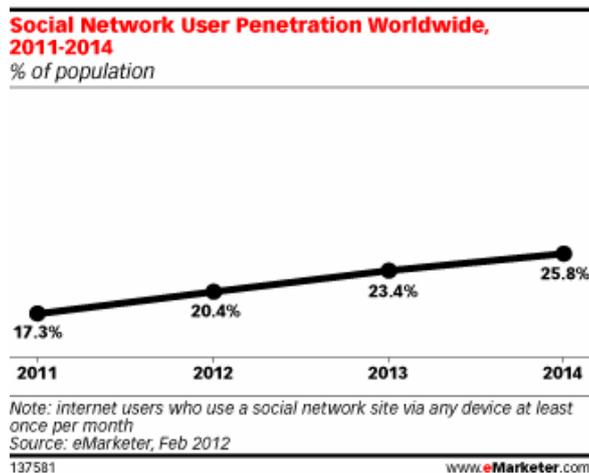


Figura 1 – Gráfico resultante do estudo “Worldwide Social Network Usage: Market Size and Growth Forecast”³

Tendo em conta o gráfico acima, em 2011 o número de utilizadores de Internet que acedeu pelo menos uma vez por mês a uma rede social foi de 17,3%. Já para o ano de 2012, o estudo apontava um aumento de cerca de 3,1% relativamente ao ano anterior, fixando-se nos 20,4%. No que diz respeito aos anos de 2013 e 2014 esta tendência de crescimento irá manter-se, prevendo-se valores a rondar os 23,4% de utilizadores de Internet em 2013 e os 25,8% em 2014.

Ou seja, e segundo as previsões da “e-Marketer”, o número de utilizadores da Internet que recorrem às redes sociais pelo menos uma vez por mês, tende a aumentar nos próximos anos, refletindo assim o papel preponderante que as mesmas têm vindo a assumir no dia-a-dia da população.

Relativamente ao universo das webrádios, o recurso às redes sociais têm-se constituído, imprescindíveis devido ao elevado número de pessoas que utiliza estas comunidades virtuais, bem como ao facto de ser mais económico, do ponto de vista de integração e implementação, face à criação de uma página na Internet de modo a alojar uma rádio deste género.

Assim, muitas das webrádios recorrem às redes sociais como forma de terem mais visibilidade, alcançando um maior número de possíveis ouvintes, e devido a ser uma das melhores soluções para fomentar a interação entre emissor e recetor. Grande parte da interação existente nas webrádios deve-se à presença das mesmas nas redes sociais. O reencaminhamento para uma página do Facebook ou até do Twitter tem sido uma das

³ Disponível em <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1008903> [consultado em 18 de dezembro de 2012].

grandes apostas por parte deste “novo” *media* para permitir uma participação mais ativa aos seus ouvintes. A escolha do “Top 10 da semana” é uma das atividades propostas por muitas webrádios, com o intuito de mostrarem aos seus ouvintes que eles são parte integrante das mesmas e que têm poder de decisão no que se refere à própria estrutura de programação.

Em suma, o recurso às redes sociais por parte das webrádios é essencial para alcançar uma maior visibilidade e atingir a tão procurada interatividade que culmina num ouvinte/utilizador ativo.

2.3.5. WEBRÁDIOS

Tendo em conta que o presente projeto visa implementar uma webrádio, num contexto universitário, torna-se pertinente analisar as webrádios já existentes no estrangeiro, em Portugal e também em Aveiro, cidade onde se situa a universidade em que a webrádio irá emitir, com o intuito de compreender a forma como estão estruturadas, tanto em termos de programação e conteúdos, como no que diz respeito à própria disposição da plataforma e no que a mesma oferece aos seus utilizadores.

2.3.5.1. Panorama internacional

Segundo Prata (2008), a primeira emissão de uma rádio com uma presença exclusiva na Internet data de setembro de 1995. A rádio KLIF, nos Estados Unidos da América (EUA), deitava assim “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” (Prata, 2008). Mais tarde, em outubro de 1998, surge no Brasil pelas mãos de Eduardo Oliva a Rádio Totem.

Numa fase inicial, e segundo Cunha & Haussen (2003), “a emissora disponibilizava aos seus ouvintes, apenas o áudio de uma programação gerada ao vivo de um pequeno estúdio na sede da empresa em São Paulo”. No entanto, e com o passar do tempo, a Rádio Totem começou a aproveitar a “gama de recursos e oportunidades que poderiam ser exploradas pela Internet” (O Pará nas ondas do Rádio, s.d.), oferecendo aos seus ouvintes “uma programação bastante diversificada em onze canais que abrangiam diversos estilos musicais passando pelo dance, sertanejo, samba, pagode, pop, rock,

latino axé, reggae” (O Pará nas ondas do Rádio, s.d.). Para além disto, o utilizador tinha ao seu dispor um histórico de programas e notícias bem como arquivos de música. O bom trabalho realizado por esta webrádio viria a ser reconhecido em 2000 com a atribuição do Prémio About, já que foi “considerada pelos usuários e pela crítica especializada a melhor rádio em atividade na Internet brasileira” (Cunha & Haussen, 2003). Contudo, a falta de sustentabilidade económica levaria a Rádio Totem a fechar portas em setembro de 2001.

Seguidamente, serão apresentados três exemplos de webrádios a operar no estrangeiro.

▪ Supernova Radio

A Supernova Radio⁴ é uma webrádio com sede em Miami (EUA) que foi criada com o intuito de divulgar e promover compositores, intérpretes e companhias discográficas a nível internacional.

A página inicial destaca o nome da webrádio “SUPERNOVA RADIO” e o respetivo slogan “...La rádio que tú te mereces!...”. No canto inferior esquerdo da página encontra-se o *player* da emissão, que permite ao utilizador clicar e acompanhar a mesma e a informação de qual o conteúdo que está a ser transmitido. Ainda como destaque, encontra-se ao dispor do utilizador um *slideshare* com um conjunto de videoclipes dos mais variados géneros musicais.

Em termos de interação, a existência de um *chat*, o Skype e o reencaminhamento para as páginas da webrádio nas redes sociais *e-mail* e Twitter, afirmam-se com as principais ferramentas para o contacto entre locutores e ouvintes.



Figura 2 – Página inicial da webrádio Supernova Radio

⁴ Disponível em <http://supernovaradio.net/> [consultado em 28 de novembro de 2012].

De referir ainda, o facto de esta webrádio possuir uma aplicação para telemóvel, disponível para os sistemas operativos Android, iOS, Windows Phone e Blackberry OS, que permite ao utilizador acompanhar a emissão em qualquer lado.

▪ **Rádio Brasil**

A Rádio Brasil⁵ trata-se de uma webrádio brasileira, fundada a 20 de novembro de 1999, dirigida essencialmente ao um público jovem.

Na parte superior da página encontra-se o *player* de emissão, bastando ao utilizador clicar sobre ele, para poder ouvir a emissão, e uma aplicação para descarregar, que lhe permitirá acompanhar a emissão no seu telemóvel, quer o sistema operativo seja o iOS, o Blackberry OS ou o Android.

A página inicial possui um barra de separadores que permite aceder nomeadamente à grelha de programação, às últimas notícias do mundo da música e ainda ao “Mural” – uma espécie de *chat* que permite ao utilizador sugerir algo ou simplesmente deixar um comentário. Contém ainda um *slideshow* com os destaques e o “Top 5” com as músicas mais ouvidas pelos utilizadores.

Uma das curiosidades desta webrádio, é o passatempo “Duelo da Brasil”, que consiste em colocar de segunda a sexta, entre as 10h00 e as 10h19, duas músicas em competição. Cabe aos ouvintes decidir, através dos “canais interativos” disponíveis – Twitter, Mural e E-mail, qual a melhor música, sendo que a “vencedora volta inteira depois da disputa.”⁶



Figura 3 – Página inicial da webrádio Rádio Brasil

▪ **La Estacion Del Amor**

Fundada em 2008 no México, a webrádio La Estacion Del Amor⁷ transmite conteúdos relacionados com música romântica.

Na parte superior da página, encontra-se uma barra de separadores que possibilita uma fácil e rápida navegação ao utilizador. Já numa parte mais central, localiza-se *player* de emissão, bastando ao utilizador clicar sobre ele para ouvir a emissão, bem como uma aplicação para descarregar que lhe permitirá acompanhar a emissão no seu telemóvel, quer o sistema operativo seja o Blackberry OS, o Android ou o iOS.

Notícias do mundo da música e do chamado “mundo cor-de-rosa”, poemas de amor, videoclipes e o horóscopo são alguns dos conteúdos aos quais o ouvinte pode aceder.

Em termos de interação, destaca-se o facto de o ouvinte poder seleccionar a cada vinte minutos, cinco que pretenda ouvir. E, caso haja alguma que não faça parte dos arquivos, pode solicitá-la através do *chat* de comentários, ou do *e-mail* da própria plataforma e ainda das páginas do *e-mail*, Twitter e Google + da webrádio.



Figura 4 – Página inicial da webrádio La Estacion Del Amor

No que diz respeito ao panorama internacional, o recurso a webrádios como uma ferramenta comunicacional, já é uma realidade há algum tempo. Os três exemplos acima apresentados, procuram demonstrar de que forma, além-fronteiras, a migração da rádio hertziana para a Internet contribuiu para uma melhor comunicação entre o emissor e o recetor, através da implementação de elementos textuais e visuais como suporte ao até então único meio de comunicação – o som.

⁵ Disponível em <http://www.brasilWebradio.com/> [consultado em 28 de novembro de 2012].

⁶ *Idem*.

⁷ Disponível em <http://laestaciondelamor.net/> [consultado em 28 de novembro de 2012].

2.3.5.2. Panorama nacional

A inexistência de uma lista das webrádios que atualmente operam em território nacional bem como o não consenso relativamente à definição de webrádio, que torna difícil apurar qual foi a primeira a emitir, constituem-se como entraves a um levantamento da real presença deste *media* em Portugal. No entanto, e assumida que está a posição perante o que se entende por webrádio – rádios que têm uma existência restrita na Internet, excluindo aquelas cuja emissão era transmitida através de ondas hertzianas e que, posteriormente, migraram a mesma para a Internet.

Em seguida serão apresentados três exemplos de webrádios portuguesas e uma plataforma *online* que aloja um número significativo deste género de rádios.

- **Virtual Radio**

A Virtual Radio⁸ trata-se de uma webrádio dedicada em exclusivo ao mundo do Pop-Dance, sendo que a sua programação aponta a um público vincadamente jovem.

A página inicial dá forte destaque tanto ao nome “VIRTUAL RADIO” como ao *slogan* “A tua música, O teu poder”. No quanto superior direito da página encontra-se o *player* da emissão “Ouvir a emissão” que permite ao utilizador clicar e acompanhar a mesma. Possui uma barra de separadores, composta pelas seções mais importantes da plataforma, nomeadamente a seção “E-MAIL”⁹ que reencaminha o utilizador para a página da webrádio nesta rede social, a seção “TOP 40” que representa as 40 músicas preferidas de cada semana e ainda a “VIRTUAL TV”, secção que possibilita ao utilizador visualizar um diversificado conjunto de canais de televisão. Ainda na página inicial, destaca-se a presença de um *webchat*, que possibilita aos utilizadores trocarem impressões entre eles e com o próprio *staff* da Virtual Radio.

⁸ Disponível em <http://virtualradio.pt/wp/a-radio/> [consultado em 29 de novembro de 2012].



Figura 5 – Página inicial da webrádio Virtual Radio

O principal meio de interação desta webrádio com o seu público, é a rede social Facebook. Através de um simples “gosto”⁹ o utilizador torna-se seguidor e tem acesso a um leque de notícias relacionadas com a própria webrádio e com o mundo da música Pop. Diariamente, são lançados por parte da equipa técnica, um conjunto de atividades, que visam fomentar a união entre a webrádio e os seus ouvintes.

De um modo geral, a Virtual Radio institui-se como um bom exemplo, na medida em que alia elementos como o som, texto, imagem e vídeo para fazer chegar os conteúdos aos seus ouvintes.

Em termos de aspetos negativos, a inexistência de uma grelha de programação disponível para consulta dos ouvintes assume-se como a principal lacuna.

▪ **Protuga FM**

A Protuga FM¹⁰ é atualmente uma das melhores webrádios a operar em Portugal. A qualidade e inovação dos conteúdos que disponibiliza aos seus ouvintes, e o facto de ser a primeira em Portugal a transmitir com qualidade HD têm feito com que se assuma como uma das preferências dos utilizadores portugueses.

⁹ Funcionalidade do Facebook que permite ao utilizador demonstrar o seu apresso relativamente a algo.

¹⁰ Disponível em <http://www.protugafm.com.pt/> [consultado em 29 de novembro de 2012].



Figura 6 – Página inicial da webrádio Protuga FM

Apresenta uma plataforma bem estruturada e de fácil navegação para os utilizadores, recorrendo a um *design* bastante apelativo. A existência de uma barra de separadores na página inicial possibilita aceder a todas as seções da webrádio. Tal como na Virtual Radio, no canto superior direito encontra-se o *player* de emissão que permite ao utilizador clicar e acompanhar a mesma, no entanto, por cima da barra de separadores o utilizador tem a informação do que está naquele momento a passar na rádio e do último conteúdo transmitido. Ao clicar na seção “ESCUTAR” o utilizador encontra uma novidade que se prende com a possibilidade de poder descarregar uma aplicação que lhe permitirá acompanhar a emissão no seu telemóvel, quer o sistema operativo seja o Android, o iOS ou o Blackberry OS.

Já na secção “MY PROTUGA”, o ouvinte tem a possibilidade saber qual a programação para os vários dias da semana e na subsecção “PEDIDOS MUSICAIS”, pode requisitar e dedicar uma música que gostasse de escutar no programa “Discos Pedidos”, todas as sextas feiras das dez da noite à meia-noite, através do preenchimento de um formulário.

A aposta em *podcasts* de concertos musicais, videoclips e programas já emitidos é uma realidade, bem como a existência de uma secção com as últimas notícias do mundo da música.

No que concerne à interação entre utilizadores e entre utilizadores e a equipa técnica, a existência de uma seção designada por “FEEDBACK”, onde podem ser deixados comentários e opiniões, e a forte aposta nas redes sociais – Facebook, Twitter e Google +, constituem-se como as grandes apostas desta webrádio.

Em suma, a Protuga FM é o reflexo de um aproveitamento extremo das novas potencialidades da Internet, que possibilita ao utilizador uma experiência completa e multivariada.

▪ **O caso da webrádio do Vale do Tamel**

A webrádio do Vale do Tamel¹¹ trata-se de um projeto desenvolvido no âmbito da disciplina não curricular de Área de Projeto por uma turma do 5º ano da Escola Básica 2, 3 de Lijó, em Barcelos e o respetivo professor (investigador), durante o ano letivo 2009/2010.

Apesar de se ter iniciado na Escola Básica 2, 3 de Lijó, o referido estudo acabou por se alastrar a todo o agrupamento de Escola Básica e Secundária Vale do Tamel, em Braga, daí a designação de webrádio do Vale do Tamel surgindo como forma de reajustar os conceitos educativos às novas tecnologias existentes e assim transformá-las em ferramentas de aprendizagem. Desta forma, o principal objetivo deste projeto, passou pela criação de uma webrádio experimental que promovesse “novas formas de comunicação, expressão e intervenção junto da comunidade educativa” (Diegues & Coutinho, 2010).



Figura 7 – Blogue da webrádio do Vale do Tamel

Primeiramente, tornou-se imprescindível dotar toda a comunidade educativa que participou de uma forma ativa de aspetos relacionados com o funcionamento de uma webrádio, nomeadamente no que diz respeito à vertente tecnológica (*software*¹² e *hardware*¹³ a utilizar), à elaboração e conceção de *podcasts* e ainda ao tipo de material necessário a estúdio de webrádio, para assegurar emissões com qualidade.

Em seguida e perante a necessidade de tornar o projeto mais visível e lhe dar um “toque” mais profissional, optou-se por “montar de raiz um estúdio de rádio, até porque, em nosso

¹¹ Disponível em <http://radiovaledotamel.blogspot.pt/> [consultado em 29 de novembro de 2012].

¹² Conjunto de programas, processos, regras e, eventualmente, documentação, relativos ao funcionamento de um conjunto de tratamento de informação.

¹³ Material físico de um computador.

entender, tem duas grandes vantagens: por um lado, oferece melhores condições de trabalho, com emissões de melhor qualidade; e, por outro, pensamos também no impacto que o projeto poderia vir a ter no futuro. Em nosso entender, o simples facto de termos um estúdio, isto é, um espaço físico, visível aos olhos de cada um, seria uma forma mais realista de se aperceberem da existência do projeto webrádio” (Diegues & Coutinho, 2010).



Figura 8 – Fases de construção do estúdio da webrádio do Vale do Tamel

É necessário e pertinente, referir qual o material usado para conceptualizar o estúdio acima referido, uma vez que se torna útil para a escolha do que vai ser utilizado na futura webrádio da Universidade de Aveiro. Assim sendo, enumera-se o equipamento fundamental para a mesma funcionar:

- Uma mesa de mistura;
- Um conjunto de microfones condensadores;
- Um computador (com ligação à Internet e com o programa de captação e edição de áudio Audacity instalado);
- Um leitor de CD's;
- Auscultadores;
- Colunas de som;
- Dois gravadores digitais;
- Cabos de ligação.

O recurso a *podcasts* revelou-se essencial para o desenvolvimento deste projeto, na medida em que “permitiu articular e divulgar as várias atividades do agrupamento de escolas, divulgando-as e promovendo-as” (Diegues & Coutinho, 2010) ao mesmo tempo que ofereceu aos estudantes, novas experiências ao nível da aprendizagem.

A webrádio do Vale do Tamel, que atualmente continua a emitir, é considerada um projeto de sucesso por parte de toda a comunidade educativa, uma vez que “já conquistou o seu espaço próprio e será, certamente, um projeto de continuidade” com recursos para “estimular a participação dos alunos e consciencializá-los para a importância do seu papel na sociedade do conhecimento” (Diegues & Coutinho, 2010).

- **Cotonete: o portal interativo de webrádios portuguesas**

Apesar de não existir uma lista de todas as webrádios portuguesas que atualmente se encontram a emitir, a verdade é que o Cotonete¹⁴ se tem assumido como um sítio apetecível para o alojamento deste tipo de rádios. Definido como sendo “o primeiro site interativo de música no mercado português, criado com o objectivo de promover e divulgar artistas e produtos da indústria fonográfica, levando aos internautas o maior volume de informações sobre o universo da música”¹⁵, o Cotonete reúne um número assinalável de webrádios temáticas, de artistas e pessoais/privadas.



Figura 9 – Página inicial do portal interativo Cotonete

Perante os exemplos referidos, pode-se constatar, que em Portugal, o fenómeno das webrádios ainda não se encontra totalmente enraizado. No entanto, são um tipo de rádios que começa a ganhar força, nomeadamente em termos de programação musical, muito

¹⁴ Disponível em <http://cotonete.clix.pt/> [consultado em 29 de novembro de 2012].

¹⁵ Disponível em http://cotonete.clix.pt/institucional/quem_somos.aspx [consultado em 29 de novembro de 2012].

por causa das potencialidades que tem ao nível da transmissão de conteúdos e da interação com os ouvintes, possibilitando-lhes uma participação ativa, e por se tratar de um instrumento de comunicação de baixos custos e de fácil implementação.

2.3.5.3. Panorama da cidade de Aveiro: o caso da Rádio ÁS

Marcada fortemente por uma arquitetura do século XIX, a cidade de Aveiro é o reflexo da conjugação entre o antigo e o moderno. Denominada a Veneza portuguesa, a cidade de Aveiro situa-se na sub-região do Baixo Vouga e tem, segundo dados dos Censos (2011), aproximadamente 73 335 habitantes. Tanto a sua paisagem diversificada – a longa costa arenosa, o estuário e os jardins e parques, como a sua riqueza arquitetónica – o Convento de Jesus, o museu de Aveiro, entre outros, não esquecendo os tão famosos e conceituados ovos-moles, fazem de Aveiro o local ideal não só para visitar e passar férias, mas também para viver.



Figura 10 – Página inicial da webrádio Rádio Às

Situada na cidade de Aveiro, a Rádio ÁS¹⁶ é o resultado de um projeto ao nível da comunicação que envolveu os Municípios de Aveiro, Santa Cruz (Cabo Verde) e São Bernardo do Campo (Brasil). Iniciou as suas emissões a 28 de novembro de 2011, assumindo como objetivos principais “ser uma rádio comunitária e ser uma rádio intermunicipal” (Rádio ÁS, 2011).

Segundo a Associação Mundial das Rádios Comunitárias (AMARC), entende-se por rádio comunitária, aquela rádio que têm como propósito, tratar assuntos comunitários e servir a comunidade. Mais especificamente “é uma rádio DA comunidade (os membros da

¹⁶ Disponível em <http://www.cm-aveiro.pt/radioas/> [consultado em 30 de novembro de 2012].

comunidade são donos e decidem o conteúdo), feita PELA comunidade (têm produtores dos programas que tratam os assuntos comunitários), voltada PARA a comunidade (os ouvintes).

Neste seguimento, e enquanto webrádio comunitária, a Rádio ÁS propõe-se a atingir três fins: “motivar a participação cívica no espaço público, abrindo a programação ao movimento associativo e aos cidadãos; reforçar a coesão da comunidade, valorizando a programação que se relacione com os temas da vivência comunitária e aprofundar a abordagem à cultura urbana e à Identidade local, procurando que este meio difunda as marcas da tradição e da modernidade locais” (Rádio ÁS, 2011).

Já no que diz respeito à vertente intermunicipal, assume como prioridade, alcançar os seguintes objetivos: “consolidar o conhecimento mútuo, a cooperação e a relação de amizade entre os povos dos três Municípios envolvidos no projeto; fomentar o valor e a experiência do multiculturalismo, uma vez que se perspectiva um intercâmbio cultural entre Municípios de três países diferentes, cada qual situado num continente distinto e apoiar a divulgação da língua portuguesa, sendo um veículo da lusofonia na difusão universal de conteúdos pela Internet” (*Idem*).

Em termos da forma como a plataforma (a página Web) da webrádio se encontra organizada e estruturada, destaca-se a simplicidade em termos de design e de usabilidade, ou seja, o ouvinte depara-se com uma página com um aspeto visual muito simples e de fácil navegação. Na página inicial, o utilizador tem acesso ao *player* de emissão, situado numa posição central, bem como a uma barra de separadores que lhe permitir chegar facilmente a todas as secções da plataforma.

A aposta em *podcasts* de programas transmitidos anteriormente é uma realidade, sendo que a página do Facebook, o blogue e ainda o canal no Youtube para além de servirem como repositórios dos mesmos, constituem-se como as principais ferramentas de interação entre os ouvintes e a equipa técnica.

No entanto, um dos aspetos mais interessantes desta webrádio, é o facto de uma parte significativa da programação ser constituída por programas de autor, cujos responsáveis já foram meros ouvintes. Através do preenchimento de um formulário, que se encontra na página Web, o ouvinte pode expressar o seu desejo de colaborar com a Rádio ÁS, bem como, de que modo o pretende fazer, tornando-se assim no chamado “ouvinte-produtor”, ou seja, um ouvinte com uma participação ativa preponderante para a existência desta webrádio comunitária.

2.4. WEBRÁDIOS UNIVERSITÁRIAS: UMA NOVA PERSPETIVA

No seguimento da radiomorfose e do aparecimento das webrádios, a adaptação deste novo *media* ao contexto universitário foi o passo seguinte da reestruturação da rádio, tradicional face às novas potencialidades da Internet/Web.

Segundo Teixeira e Silva (2010), a webrádio universitária “funciona como um veículo de comunicação social das comunidades locais...”, favorecendo “a criação e a consolidação de comunidades virtuais de aprendizagem como plataformas de divulgação educativa e cultural”.

Atualmente, já são muitas as universidades que têm optado pela criação de uma webrádio, com o intuito de difundir informação do foro pedagógico, bem como estratégia para horizontalizar a comunicação corporativa (Piñeiro & Ramos, 2011).

No entanto, as potencialidades da existência de uma webrádio num contexto universitário, têm-se centrado essencialmente enquanto recurso de ensino-aprendizagem, no que diz respeito aos estudantes e aos professores. Pegando na premissa de que uma rádio universitária se trata de uma “emissora que opera tendo por principal públicos-alvo uma comunidade académica ligada a uma universidade, tendo características próximas quer de uma rádio comunitária quer de uma rádio educativa, ...” (*Idem*), torna-se pertinente compreender de que modo as famílias dos estudantes, parte constituinte desta comunidade académica, podem também tirar proveito de uma webrádio universitária. E cujo conteúdo seja mais direcionado para a vertente cultural, académica e até ao nível do entretenimento, do que para a educativa, embora as famílias se possam interessar em determinadas formações oferecidas pela UA de modo a alargar o seu universo de conhecimentos.

Normalmente, o termo comunidade académica resume-se a três grandes grupos - estudantes, professores e funcionários, esquecendo-se as famílias dos estudantes que de uma maneira indireta são parte integrante deste universo. Assim sendo, a criação de uma webrádio universitária, com traços mais próximos de uma rádio comunitária, tendo em conta os interesses e necessidades das famílias dos estudantes, assume-se como a pretensão da presente dissertação.

Tendo em conta a perspetiva das famílias dos estudantes, torna-se pertinente analisar o universo das webrádios universitárias, tanto a nível internacional como nacional.

2.4.1. PANORAMA INTERNACIONAL

Em termos internacionais, o início da década de 90 marca o aparecimento das primeiras webrádios universitárias, no entanto e devido à falta de informação, não é possível determinar ao certo quais as primeiras experiências realizadas neste sentido.

Em seguida, serão apresentados três exemplos de webrádios de universidades estrangeiras com o objetivo de perceber o modo como se encontram organizadas principalmente ao nível da estruturação da plataforma e no que a mesma oferece aos seus utilizadores.

- **Onda Campus Radio**

Fundada em 2005, a webrádio Ondas Campus Radio¹⁷ trata-se de um projeto radiofónico da Universidade da Extremadura (Espanha). Constituída essencialmente por estudantes universitários, esta webrádio apresenta uma grelha de programação muito extensa e diversificada, onde a conjugação entre o som e os elementos textuais e visuais é predominante, aproveitando assim as potencialidades da Internet.

Em termos da estruturação da própria plataforma, a página inicial disponibiliza ao utilizador uma lista de todos os programas que são ou já foram transmitidos, podendo o mesmo ter acesso aos *podcasts* de todas as emissões. O *player* de emissão bem como a grelha de programação ocupam uma posição central na página, sendo de fácil identificação para o ouvinte.

A interação com os ouvintes dá-se essencialmente através das redes sociais – Facebook, Tuenti e Twitter.

Todo ou qualquer ouvinte tem a possibilidade de se tornar num produtor, na medida em que a webrádio estimula as pessoas para que apresentem propostas em termos de programas, ou que enviem conteúdos radiofónicos que tenham desenvolvido e façam assim parte da sua estrutura.

¹⁷ Disponível em http://www.ondacampus.es/radio_index.php?id_aplic=13 [consultado em 10 de dezembro de 2012].



Figura 11 – Página inicial da webrádio Onda Campus Radio

▪ **iRadio Open University Malasia (OUM)**

A iRadio OUM¹⁸, fundada em 2007, assumiu-se como a primeira webrádio da Malásia (Ásia).

Tratando-se de um país com uma cultura e costumes muito próprios, o principal objetivo desta webrádio universitária é através de uma forma criativa conjugar duas áreas – a educação e o entretenimento.



Figura 12 – Página inicial da webrádio iRadio OUM

No que concerne à página inicial, o *player* de emissão ocupa uma posição cimeira e central, bastando ao ouvinte clicar para acompanhar a transmissão.

Em termos dos recursos que se encontram ao dispor dos ouvintes, destaca-se um conjunto significativo de conteúdos em formato de *podcast*, possibilitando ao mesmo aceder a qualquer momento ao tipo de informação pretendida.

¹⁸ Disponível em <http://iradio.oum.edu.my/> [consultado em 10 de dezembro de 2012].

Já no que diz respeito à interatividade com os ouvintes, a presença nas redes sociais – Facebook e Twitter, e o canal no Youtube assumem-se como os principais meios para estabelecer uma via de comunicação entre emissor e recetor.

▪ **The Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University (YCMOU) web radio**

Fundada em 2012, a YCMOU webradio¹⁹ trata-se da primeira webrádio universitária a operar na Índia. Construída com o intuito de dar a conhecer aos estudantes as novas potencialidades da Internet, nomeadamente enquanto recurso de ensino aprendizagem, esta webrádio, é constituída essencialmente por programas de informação científica, cujos locutores são os próprios professores da instituição.



Figura 13 – Página inicial da webrádio YCMOU webradio

Relativamente à página inicial o ouvinte tem acesso ao *player* de emissão, bastando-lhe clicar sobre o mesmo para a acompanhar, bem como à programação do próprio dia. Destaque ainda para o *slideshow* situado numa posição central da página, que permite ao utilizador ficar a par das últimas novidades da academia.

Apesar da sua ainda curta existência, a aposta em *podcasts* do foro pedagógico e a presença no *e-mail* são uma realidade.

Os três exemplos acima referidos, permitem perceber que a aposta em webrádios por parte das comunidades universitárias estrangeiras é já uma realidade. As novas potencialidades da Internet aliadas ao som, começam a ser entendidas como uma solução viável para fomentar a comunicação interna. No entanto, os conteúdos

¹⁹ Disponível em <http://yashvani.iradioindia.com/> [consultado em 10 de dezembro de 2012].

transmitidos, têm como principal público-alvo os estudantes e os professores, deixando no esquecimento outro dos grupos, que se inserem na chamada comunidade universitária – as famílias dos estudantes.

2.4.2. PANORAMA NACIONAL

Fazendo referência às webrádios universitárias portuguesas, o número de rádios universitárias com presença exclusiva na Internet, ainda é bastante reduzido, apesar de já existir uma quantidade significativa das mesmas, com presença hertziana e que posteriormente migraram a sua emissão para a Web – Rádio Universidade de Coimbra (RUC), Rádio Universidade do Minho (RUM), Rádio Universidade do Algarve (RUA), entre outras.

Assim sendo, são apresentados em seguida três exemplos de webrádios universitárias portuguesas.

- **Rádio Autónoma**

Resultado de um projeto levado a cabo por um grupo de estudantes da Universidade Autónoma de Lisboa (UAL), a webrádio Rádio Autónoma²⁰, e após uma fase de experimentação, encontra-se a emitir regularmente a partir dos estúdios do Radiolab (laboratório de rádio da UAL).

No que se refere ao seu blogue, local onde a emissão se encontra sediada, o ouvinte/utilizador tem a possibilidade de escutar a emissão, bastando-lhe para isso clicar sobre o *player* referente à mesma. E caso queira seguir a emissão através do *iPad* ou do *iPhone* pode descarregar o *player* correspondente.

Conta ainda com um conjunto variado de programas de autor que aborda as mais distintas temáticas.

²⁰ Disponível em <http://radioautonoma.blogs.sapo.pt/> [consultado em 10 de dezembro de 2012].



Figura 14 – Blogue da webrádio Rádio Autónoma

Mais uma vez e como acontece em exemplos apresentados anteriormente, o recurso a *podcasts* de programas já emitidos, são uma das soluções encontradas para que os utilizadores possam rever ou ver programas, que, por falta de disponibilidade temporal não puderam acompanhar. Em termos de interação com o ouvinte, a presença nas redes sociais (Facebook) e a publicação periódica no blogue acima referido, são as principais soluções encontradas para o efeito.

- **Rádio Universidade da Beira Interior (RUBI)**

Após uma primeira fase, no ano de 2003, em que funcionou como laboratório da disciplina de Jornalismo Radiofónico e cujas emissões foram transmitidas única e exclusivamente dentro da universidade (circuito interno), a webrádio universitária, RUBI²¹ lança a sua versão *online* em 2004, com a transmissão de conteúdos criados pelos próprios estudantes.

Com uma página bastante apelativa e funcional, a possibilidade de acompanhar a emissão em direto, o acesso a *podcasts* dos vários programas transmitidos e a visualização da grelha de programação, instituem-se como as principais ferramentas ao dispor do ouvinte. Destaca-se ainda, a possibilidade de aceder às notícias publicadas pelo jornal *online* da instituição – Jornal Urbi et Orbi.

²¹ Disponível em <http://www.rubi.ubi.pt/index.php> [consultado em 10 de dezembro de 2012].



Figura 15 – Página inicial da webrádio RUBI

O contacto entre a própria webrádio e o ouvinte, processa-se através do *e-mail* da mesma, bem como da secção “contactos”, presente na página Web e reservada para comunicar com a equipa técnica.

▪ Rádio Zero

Nascida em 2004, contudo a atual designação (nome) só surgiu em 2006, a Rádio Zero²² trata-se de “uma secção autónoma da Associação dos Estudantes do Instituto Superior Técnico (AEIST), sem fins lucrativos e de duração ilimitada” (Rádio Zero, s.d.).

A sua missão passa por alcançar os seguintes objetivos: “incentivar os estudantes para o fenómeno da radiodifusão e dar a formação radiofónica aos interessados em fazer rádio, possibilitando-lhes um espaço de criatividade; contribuir para a formação cívica, cultural e científica dos estudantes e ouvintes, através da divulgação informativa e artística e por fomentar a participação dos estudantes do IST na vida ativa da escola e da Universidade” (*Idem*).

O acompanhamento da emissão em direto, a publicação periódica de notícias relacionadas com o mundo da música e com a própria instituição, bem como o acesso à grelha de programação, constituem-se as funcionalidades disponíveis para uso do ouvinte.

Com uma grelha de programação recheada de programas de autor, o *e-mail* institui-se como o principal meio de comunicação entre webrádio e ouvintes.

²² Disponível em <http://www.radiozero.pt/> [consultado em 10 de dezembro de 2012].

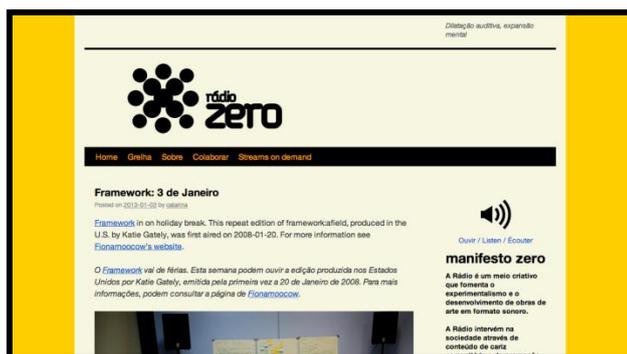


Figura 16 – Página inicial da webrádio Rádio Zero

Por último, o constante apelo à participação dos ouvintes com a sugestão de novos programas, ou até como parte integrante da própria equipa técnica, demonstram de uma forma clara, a intenção da Rádio Zero em tornar o ouvinte num produtor.

Após a análise destes três exemplos de webrádios universitárias portuguesas, é perceptível que se trata de um fenómeno que começa a criar raízes em Portugal, instituindo-se como uma boa solução enquanto veículo de comunicação de uma comunidade universitária. No entanto, o conjunto de potencialidades associadas à Internet, não se encontra totalmente explorado e aproveitado. E, tal como se pode concluir aquando da análise das webrádios universitárias num panorama internacional, as famílias dos estudantes continuam a cair no esquecimento e a não serem vistas como potenciais utilizadores de uma rádio deste género.

2.4.3. UNIVERSIDADE DE AVEIRO

Fundada em 1973, a Universidade de Aveiro (UA) assume-se como um “um espaço de investigação onde se desenvolvem produtos e soluções inovadoras que contribuem para o avanço da ciência e tecnologia” (Universidade de Aveiro, 1995), tendo como missão “a intervenção e desenvolvimento da formação graduada e pós-graduada, a investigação e a cooperação com a sociedade” (*Idem*).

Com uma população estudantil a rondar os 15000 alunos, a UA é atualmente uma das mais inovadoras e dinâmicas universidades do país, tal como mostra um recente estudo (2012) da revista britânica Times Higher Education, que coloca a instituição no top 100 das melhores universidades com menos de 50 anos, mais precisamente no 85º lugar, em que só entra mais uma universidade portuguesa – a Universidade Nova de Lisboa (66ª).

No que se refere ao *ranking* global, que tem em conta 400 instituições independentemente do ano da sua fundação, a Universidade de Aveiro é a melhor instituição portuguesa a par da Universidade do Porto situando-se ambas entre o 300º e o 350º lugar. De referir que a avaliação que permite definir este *ranking* tem como referência 13 indicadores relacionados com as áreas do ensino: investigação, citações, transferência de conhecimento e atividade internacional.

Tendo como referência os objetivos traçados para a presente dissertação, nomeadamente aos que têm como intuito compreender de que modo a implementação de uma webrádio no seio da Universidade de Aveiro pode estimular o progresso da própria instituição e promover a comunicação no seio da comunidade universitária – entre as famílias e os estudantes e entre as famílias dos estudantes e a própria instituição, chegou-se à conclusão, e após pesquisa, que já tinham sido realizados alguns estudos nesta perspetiva. Bem como, a elaboração de determinados projetos que tinham como pretensão implementar uma webrádio no contexto da UA. Contudo, os mesmos acabaram por nunca ganhar forma e alcançar a projeção desejada.

Posto isto, torna-se essencial, compreender quais os mecanismos de comunicação existentes na UA e em que aspeto a implementação de uma webrádio pode contribuir para melhorar a disseminação da informação, aproveitando as características e potencialidades deste novo meio, tendo em conta os interesses e necessidades das famílias dos estudantes.

2.5. A WEBRÁDIO DA UA: UMA NOVA MANEIRA DE INFORMAR E COMUNICAR NO SEIO DA COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA

Segundo o artigo 5º, alínea D, relativo às competências do Núcleo de Assessoria de Imprensa e Comunicação e que faz parte do regulamento dos Serviços de Comunicação, Imagem e Relações Públicas da Universidade de Aveiro, é da sua responsabilidade “fomentar e gerir a comunicação interna através dos mais adequados meios ao seu dispor e promover uma política de comunicação forte e eficaz entre a Universidade de Aveiro e os seus diversos públicos”.

Assim sendo, atualmente os meios existentes para garantir a comunicação, tanto interna como externa, são o UA online e a Seca2tv.

O UA online “é um jornal de informação e divulgação, que abrange os diversos campos de atividade da Universidade, numa tentativa de corresponder aos interesses da comunidade académica e dos seus públicos” (UA online, 2004) e que “tem como objetivos dar expressão ao dever de informar e ao direito de ser informado, promovendo, simultaneamente, o conhecimento da própria Universidade junto dos leitores.” (*Idem*)

Já a Seca2tv trata-se de uma Web TV que se dedica à transmissão de eventos considerados importantes, recorrendo à tecnologia *streaming*²³, relacionados tanto com o universo académico, como com a própria cidade de Aveiro.

Posto isto, chega-se à conclusão que não estão representados os três principais meios de comunicação de massas – imprensa, rádio e televisão, existindo uma falha na UA ao nível da presença de um instrumento de comunicação como é o caso da rádio.

Desta forma, e tendo em conta que a presente dissertação tem como objetivo a implementação de uma webrádio no contexto da UA direcionada para as famílias do estudantes, torna-se essencial, a construção de um meio como este, que permite conjugar as características do som com as potencialidades da Internet, de modo a combater esta lacuna real, e cuja programação possa satisfazer as necessidades e interesses das famílias dos estudantes, parte constituinte da comunidade universitária aveirense.

²³ Tecnologia que permite a distribuição de informação multimédia numa rede através de pacotes. Frequentemente utilizada para distribuir conteúdos multimédia através da Internet, possibilita a transmissão dos dados de modo sequencial e em tempo real permitindo ao utilizador uma leitura dos mesmos conforme os recebe.

3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

Aquando da elaboração de um projeto de investigação, é necessário compreender qual o tipo e método de pesquisa em que o mesmo se enquadra, definir quais os participantes que vão intervir ao longo da investigação, e, ainda, que instrumentos e técnicas vão ser utilizadas para a recolha de dados junto do público em discussão.

A construção de um modelo de análise institui-se como uma solução viável, com vista a perceber quais os indicadores e sub-indicadores que são imprescindíveis analisar, de modo a responder à questão de investigação inicialmente definida.

3.1. TIPO E MÉTODO DE PESQUISA

Para a presente dissertação tornou-se essencial percorrer todas as etapas inerentes à metodologia de investigação e desenvolvimento, na medida em que “a investigação em geral caracteriza-se por utilizar os conceitos, as teorias, a linguagem, as técnicas e os instrumentos, com a finalidade de dar resposta aos problemas e interrogações que se levantam nos mais diversos âmbitos de trabalho” (Fernandes, s.d.). Este tipo de investigação, é o mais indicado para demonstrar as necessidades e interesses das famílias dos estudantes da Universidade de Aveiro. Desta forma optou-se por implementar uma webrádio experimental no seio da Universidade de Aveiro, bem como a construção de uma grelha de programação, que refletisse os interesses e necessidades do público em questão. Este tipo de processo metodológico procura ainda alcançar a “eficácia” e a generalização de “aplicabilidade a situações bem precisas” (Reto, 1999).

Assim sendo, começou-se por identificar qual o problema, isto é, qual o objeto de estudo, que passa por apurar quais as características que deve ter uma webrádio digerida aos públicos externos (famílias dos estudantes) da Universidade de Aveiro, tendo em conta

os seus interesses e necessidades, uma vez que, só assim, se poderá proceder à conceptualização da mesma, bem como, da sua respetiva grelha de programação.

Posto isto, sucedeu-se a elaboração do modelo de análise, onde foram definidos os indicadores e sub-indicadores que permitiram responder aos conceitos e dimensões subjacentes à questão de investigação, bem como, a construção do inquérito por questionário, instrumento utilizado com vista à recolha de dados.

Em seguida, deu-se início à chamada fase da exploração, onde se procurou fazer um levantamento literário que permitisse contextualizar o estudo e um levantamento do estado da arte no que se refere às webrádios e às webrádios universitárias já existentes.

Após a distribuição dos questionários e consequente análise e tratamento dos dados recolhidos, procedeu-se à elaboração da grelha de programação da webrádio tendo em conta os interesses e necessidades demonstradas pelas famílias, bem como à sua implementação física (o estúdio de emissão) e digital (plataforma Web). Realizaram-se ainda, emissões experimentais, tendo em conta a estrutura da grelha de programação definida anteriormente.

Por último, entrou-se numa fase de validação junto das famílias dos estudantes, tanto da plataforma Web onde a webrádio estará alojada, como dos programas/conteúdos transmitidos (grelha de programação). Esta validação consistiu na distribuição de um inquérito por questionário junto do público-alvo.

Em termos metodológicos, trata-se de um projeto do género exploratório, uma vez que foi feita, numa primeira fase, uma aproximação ao mundo das webrádios, nomeadamente das universitárias, através de um levantamento bibliográfico acerca deste “novo media” e de uma análise a projetos semelhantes já desenvolvidos, tanto a nível nacional como internacional.

Relativamente ao procedimento metodológico a utilizar, optou-se pelo estudo de caso, pelo facto de o estudo se centrar na comunidade universitária de Aveiro, logo trata-se de “(...) uma investigação que se assume como particularística, isto é, que se debruça deliberadamente sobre uma situação específica que se supõe ser única ou especial, pelo menos em certos aspetos, procurando descobrir a que há nela de mais essencial e característico e, desse modo, contribuir para a compreensão global de um certo fenómeno de interesse” (Ponte, 1994).

3.2. PARTICIPANTES NO PROCESSO DE RECOLHA DE DADOS

Inicialmente, o presente estudo tinha como objetivo abranger todos os públicos externos ligados de forma direta ou indireta à comunidade da Universidade de Aveiro. No entanto, e perante o elevado número de públicos externos existentes e o limite temporal estabelecido para a realização do projeto, optou-se por escolher um dentro de um leque de variadas opções. Após uma pesquisa sobre o tipo de públicos que as webrádios universitárias procuravam alcançar, houve a percepção de que quando se fala em abranger toda a comunidade universitária, se diz respeito somente a estudantes, docentes e funcionários da instituição, deixando de parte um outro grupo que, de uma forma indireta, se insere neste universo – as famílias desses estudantes.

A escolha das famílias dos estudantes como público-alvo tornou-se pertinente pelo facto de continuar a existir um afastamento face, não só aos próprios estudantes/filhos, como à própria instituição. Desta feita, constituiu-se importante compreender de que forma uma webrádio pode quebrar as barreiras existentes, permitindo aos familiares compreender um pouco melhor o dia-a-dia de um estudante da UA – o que é que ele faz; o que acontece no espaço onde ele estuda; que atividades tem ao seu dispor; a forma como a própria universidade se encontra organizada; qual o tipo de ensino que oferece aos seus estudantes e se as instalações existentes satisfazem as exigências atuais.

Ainda em relação à possibilidade de a webrádio constituir um meio de aproximação entre a família e o estudante e a família e a UA, e aproveitando o facto de uma investigadora do projeto em curso estar a estudar a perspetiva dos docentes, decidiu-se confrontar os mesmos com este aspeto, sendo familiares de algum estudante da academia, tornando-se assim parte integrante deste estudo, assumindo a designação de docentes familiares.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLHA DE DADOS

No que se refere aos instrumentos de recolha de dados optou-se, primeira fase, por recorrer a um inquérito por questionário (anexo 1) de forma a recolher dados que permitissem compreender se as famílias dos estudantes usam frequentemente a Internet, se já costumam ouvir algum tipo de webrádio, qual a sua disponibilidade horária semanal

e quais as preferências em termos de programas/conteúdos que vão permitir elaborar a grelha de programação.

Numa segunda fase, e após as emissões experimentais, procurou-se compreender se os conteúdos transmitidos e a forma como a plataforma Web está organizada foram ao encontro das expectativas do público-alvo. Para tal, recorreu-se novamente a um inquérito por questionário que serviu como validação da própria webrádio (anexo 2).

Ambos os inquéritos referidos anteriormente foram disponibilizados *online*, vindo no seguimento dos que foram distribuídos pelos estudantes da UA, perspetiva abordada por outra investigadora do projeto. Ressalva-se ainda que no que diz respeito ao público designado por docentes familiares, as questões direcionadas a estes, foram disponibilizadas no seguimento do preenchimento do inquérito por questionário distribuído por outra investigadora cuja perspetiva é a dos docentes (anexo 3).

Em termos do número de pessoas a inquirir, tanto na primeira (inquéritos por questionário) como na segunda recolha (inquéritos por questionário de validação), decidiu-se atacar toda a população disponível aproveitando as *mailing lists* disponibilizadas pelos Serviços de Comunicação, Imagem e Relações Públicas (SCIRP) da Universidade de Aveiro.

3.4. TRATAMENTO DE DADOS

Todo o tratamento dos dados recolhidos através dos inquéritos por questionário, tanto o inicial como o de validação, foi efetuado recorrendo tanto ao Statistical Package for Social Sciences (SPSS), uma aplicação de tratamento estatístico de dados, como ao Microsoft Office Excel, uma interface que coloca ao dispor do utilizador um conjunto de ferramentas de cálculo e de construção de gráficos muito útil para trabalhar dados estatísticos.

3.5. DEFINIÇÃO DO MODELO DE ANÁLISE

Conhecido como “a charneira entre a problemática fixada pelo investigador, e o seu trabalho de elucidação sobre um campo de análise forçosamente restrito e preciso” (Quivy & Campenhoudt, 1992), a construção de um modelo de análise revelou-se essencial na medida em que permitiu desconstruir a questão de investigação – *Que características deve ter uma webrádio dirigida às famílias dos estudantes da Universidade de Aveiro tendo em conta os seus interesses e necessidades?*, definindo quais os conceitos principais a trabalhar, as dimensões a que o estudo se refere e, conseqüentemente, quais os indicadores e sub-indicadores que permitiram medir as mesmas (dimensões).

Deste modo, os conceitos, dimensões, componentes, indicadores e sub-indicadores definidos (anexo 4) permitiram explicar e orientar a recolha de dados na fase seguinte desta investigação.

Conceitos

- **Comunidade da Universidade de Aveiro**

A quem se destina a webrádio.

- **Características da webrádio**

Especificidades que a webrádio deve possuir.

Dimensões

- **Famílias dos estudantes**

Público em estudo nesta investigação.

- **Tecnologias**

Vertente tecnológica associada à implementação da webrádio.

- **Grelha**

Grelha de programação da webrádio.

Componentes, indicadores e sub-indicadores

- **Características**

Especificidades do público-alvo como a idade, o sexo, a nacionalidade, o distrito e concelho de residência, as habilitações literárias e o grau de parentesco com o estudante. E ainda a sua experiência e utilização em termos de Internet e de webrádios, bem como o tempo que despende para o consumo tanto de Internet como de webrádios.

- **Interesses e necessidades**

Análise das preferências pessoais bem como dos conteúdos temáticos que o público-alvo quer que estejam presentes tanto na grelha de programação da webrádio como em termos de funcionalidades ao que à plataforma de suporte diz respeito. Compreender de que forma a existência de uma webrádio no seio da Universidade de Aveiro pode contribuir para uma maior aproximação entre a família e o estudante e entre a família e a própria academia. Perceber qual seria o interesse por parte das famílias dos estudantes em colaborar com a webrádio e quais as suas sugestões face ao nome da mesma. Por último, apurar se a existência de uma aplicação móvel da webrádio seria útil e do interesse do público-alvo.

- **Produção**

Equipamento, *software* e *hardware* necessários para a transmissão de programas em direto e em diferido.

- **Difusão**

Tipo de servidor e respetiva configuração, largura de banda e *software* necessários para efetuar a transmissão via *streaming*.

- **Implementação**

Requisitos técnicos em termos de largura de banda, *software* e *hardware* precisos para a implementação da webrádio e definição dos browsers que permitirão utilizar a plataforma Web.

- **Presença Web (portal)**

Tipo de interface que valorize a acessibilidade e a usabilidade do utilizador/ouvinte bem como uma construção gráfica que vá ao encontro da identidade da webrádio. Plataforma funcional que possibilite uma interação autónoma por parte do utilizador/ouvinte.

- **Estrutura**

Áreas temáticas e género de programa que vão fazer parte da grelha de programação, bem como os dias e as horas em que a webrádio vai transmitir.

- **Programas**

Lista de programas que fazem parte da grelha de programação.

- **Jingles**

Jingles alusivos à própria estação (webrádio) e identificativos de cada um dos programas.

4. CARACTERÍSTICAS E NECESSIDADES DAS FAMÍLIAS DOS ESTUDANTES

A implementação do inquérito por questionário, com o intuito de apurar os interesses e necessidades das famílias dos estudantes face à conceptualização de uma webrádio no contexto da UA, permitiu recolher, durante o mês de janeiro, um total de 398 respostas.

O tratamento dos dados recolhidos visa dar resposta à questão de investigação definida anteriormente, nomeadamente em termos da experiência e utilização da Internet, do consumo de webrádio por parte dos familiares e de quais as características que a mesma deve ter, em termos de dias e horários de emissão, bem como quais os conteúdos que devem fazer parte da grelha de programação. Não esquecendo de que forma uma webrádio na UA pode ser uma via de aproximação entre a família e o estudante e a família e a própria academia.

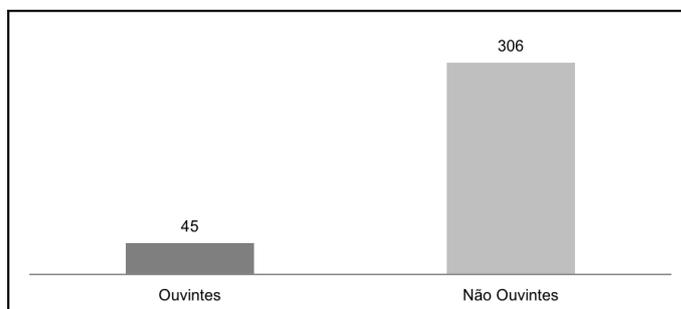
Torna-se importante referir que a análise que se segue foi baseada numa diferenciação entre familiares ouvintes e familiares não ouvintes de webrádios. Todos aqueles familiares que não assumiram uma posição face a este aspeto não serão contabilizados para a investigação em curso, uma vez que é um fator imprescindível para poder apurar as características que a webrádio deve ter, para estar de acordo com o que é expectável pelos seus futuros ouvintes. Assim, e tendo em conta que 47 dos inquiridos não mencionaram ser ou não ouvintes de webrádios, a população em estudo é de 351 familiares.

4.1. CARACTERIZAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

Partindo da imposição de os inquiridos se definirem como ouvintes ou não ouvintes de webrádios, o gráfico abaixo reflete que o número de familiares que já ouviu webrádios

ainda não é muito significativo – apenas 45, que corresponde a 13% e que vem ao encontro de que este tipo de rádio ainda não está enraizado no quotidiano da população.

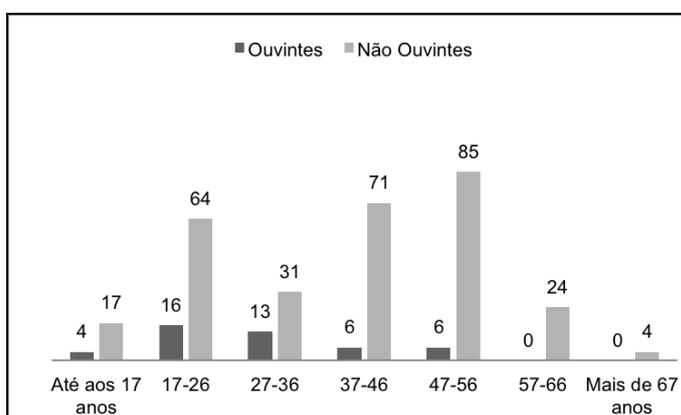
Gráfico 1 – Ouvintes e não ouvintes de webrádios



Tornou-se essencial compreender, se o facto de ser ouvinte ou não ouvinte se relacionava com a idade. Para tal, este indicador foi analisado segundo faixas etárias – até aos 17 anos, 17-26, 27-36, 37-46, 47-56, 57-66 e mais de 67 anos (gráfico 2).

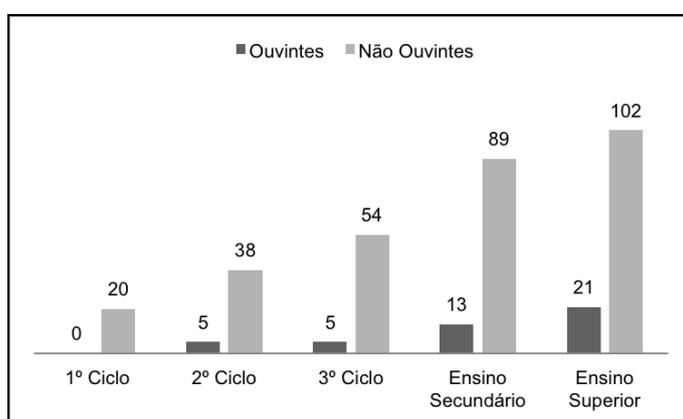
No que diz respeito aos ouvintes, a maior parte dos inquiridos tem entre 17 e 36 anos (29 respondentes), o que aparentemente indica que são sobretudo os mais jovens que já utilizam este novo meio de comunicação. No entanto, e analisando a parte relativa aos não ouvintes, constata-se que apesar da maior fatia se situar entre os 37 e os 56 anos, 95 dos inquiridos que indicaram não ouvir webrádios, têm idades compreendidas entre os 17 e os 36 anos, o que permite concluir que apesar de serem os mais jovens aqueles que mais ouvem este tipo de rádios, a verdade é que, continua a ser um meio com níveis de consumo baixos, em comparação com as rádios hertzianas.

Gráfico 2 – Idade dos ouvintes e não ouvintes de webrádios



Outro dos indicadores tido em conta na questão de ser ouvintes ou não de webrádios, diz respeito às habilitações académicas (gráfico 3). Relativamente aos ouvintes, é evidente que a maior parte detém o 12º ano ou uma formação superior (34 em 45 ouvintes), o que pressupõe uma maior abertura e contacto com as novas potencialidades da Web 2.0. Já no que concerne aos não ouvintes, apesar de a maior parte (191 em 306 não ouvintes) ter o 12º ano, uma licenciatura, mestrado ou douramento, a verdade é que não são consumidores regulares de webrádios.

Gráfico 3 – Habilitações académicas dos ouvintes e não ouvintes de webrádios



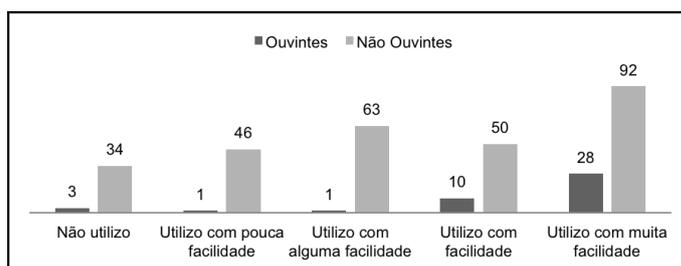
Partindo da análise destes dois indicadores, e no que à amostra em causa se refere, constata-se que o facto de ter mais ou menos idade, ou maior ou menor formação académica, não está diretamente relacionado com o ser ouvinte ou não ouvinte de webrádios.

4.2. EXPERIÊNCIA E UTILIZAÇÃO DA INTERNET

No inquérito por questionário realizado aos familiares dos estudantes procurou-se, inicialmente, compreender a sua experiência e utilização da Internet, nomeadamente no que se refere à facilidade com que a utilizam, as horas que despendem a navegar, em que locais acedem e porque recorrem à mesma.

No que diz respeito aos ouvintes, 38 (o que corresponde a 84%) indicaram que utilizam a Internet com facilidade ou com muita facilidade, levando a concluir que as pessoas que ouvem webrádio são aquelas que já dominam esta nova tecnologia. No entanto, e analisando os dados referentes, aos não ouvintes, apercebemo-nos que 205 dos familiares (o que corresponde a 67%) apesar de terem facilidade em utilizar a Internet, ainda não ouvem webrádios.

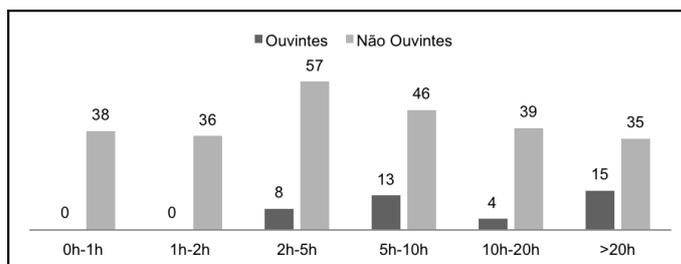
Gráfico 4 – Facilidade em utilizar a Internet pelos ouvintes e não ouvintes de webrádios



Relativamente aos ouvintes, todos navegam mais de 2 horas por semana na Internet, sendo que a maioria reserva 5 a 10 horas semanais (13 dos 45 familiares ouvintes) e mais de 20 horas (15 respondentes), o que espelha bem uma utilização regular e quase indispensável deste meio.

Já os não ouvintes navegam maioritariamente até de 5 horas por semana (131 dos 306 familiares não ouvintes). Contudo, uma parte muito significativa dos respondentes não ouvintes gasta entre 5 a 10 horas (46 respondentes) por semana na Internet, permitindo concluir que o fraco consumo de webrádios por parte dos familiares dos estudantes da UA, não implica uma baixa utilização da Internet.

Gráfico 5 – Média de horas semanais a navegar na Internet dos ouvintes e não ouvintes de webrádios

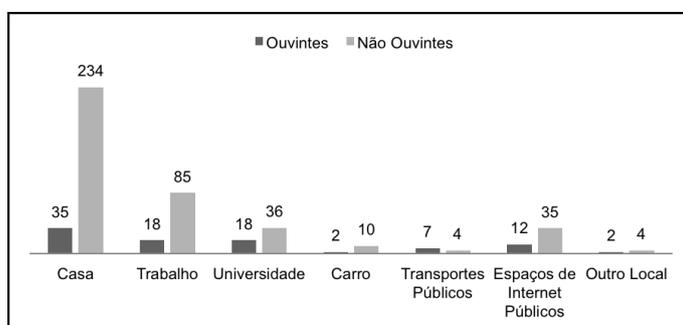


* Não foram contabilizados os inquiridos (ouvintes e não ouvintes) que indicaram não utilizar a Internet.

Ambos os públicos costumam aceder mais frequentemente à Internet quando estão em casa – 35 dos ouvintes e 234 dos não ouvintes. No entanto, o acesso quando estão no trabalho (18 dos ouvintes e 85 dos não ouvintes) ou na universidade (18 dos ouvintes e 36 dos não ouvintes) também é bastante significativo.

Curiosamente, o número de inquiridos que acedem à Internet no carro (apenas 2 ouvintes e 10 não ouvintes) ou nos transportes públicos (apenas 7 ouvintes e 4 não ouvintes) é bastante baixo, deixando transparecer que a criação de uma aplicação móvel para a webrádio poderá ter uma taxa de utilização bastante reduzida.

Gráfico 6 – Locais onde os ouvintes e não ouvintes de webrádios costumam aceder com mais frequência à Internet



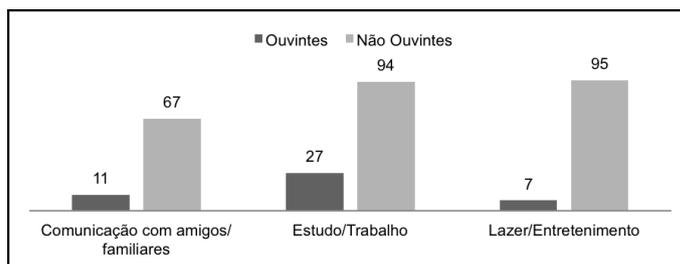
* Não foram contabilizados os inquiridos (ouvintes e não ouvintes) que indicaram não utilizar a Internet.

Ainda no que se refere à experiência e utilização da Internet tornou-se pertinente compreender com que finalidade os familiares recorrem mais a este meio (gráfico 7). No universo dos ouvintes, o recurso à Internet para questões relacionadas com estudo ou trabalho foi o que mais se destacou (27 dos 45 ouvintes indicaram esta opção), sendo que a comunicação com amigos e familiares (11 ouvintes) e lazer e entretenimento (7 ouvintes) foram a segunda e terceira escolhas, respetivamente.

Já relativamente aos não ouvintes, o lazer e entretenimento (95 dos 306 não ouvintes) e o estudo e o trabalho (94 não ouvintes) foram as mais escolhidas. Ficando para segundo plano a comunicação com amigos e familiares (67 não ouvintes).

Analisando ambos os públicos (ouvintes e não ouvintes), o estudo e o trabalho aparece como um dos principais motivos pelo qual recorrem à Internet, o que reflete a utilização deste meio como uma ferramenta educacional e de trabalho.

Gráfico 7 – Com que finalidade os ouvintes e não ouvintes de webrádios recorrem mais à Internet



* Não foram contabilizados os inquiridos (ouvintes e não ouvintes) que indicaram não utilizar a Internet.

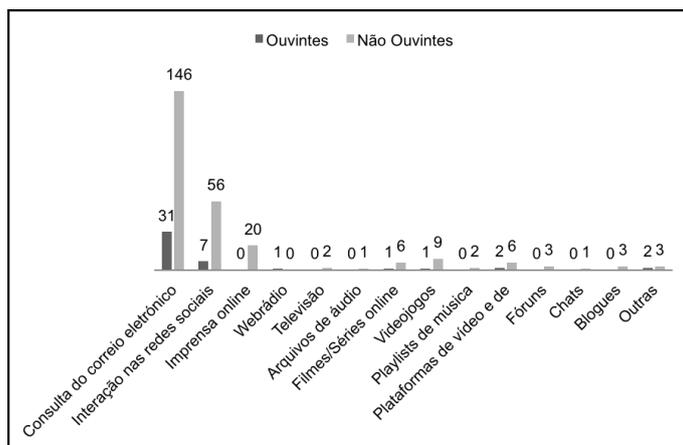
Após compreender com que finalidade os familiares mais recorrem à Internet, procurou-se perceber então, quais as atividades que realizam com mais frequência de entre um conjunto de opções.

Ambos os públicos (ouvintes e não ouvintes) referiram claramente que a consulta do correio eletrónico e a interação nas redes sociais são as principais atividades que realizam na Internet (gráfico 8).

Se por um lado, a consulta do correio eletrónico (31 dos 45 ouvintes e 146 dos 306 não ouvintes) vem ao encontro do que se constatou anteriormente, ou seja, de que os familiares recorrem à Internet para questões relacionados com os estudos ou com o trabalho, por outro lado, a interação nas redes sociais (7 dos 45 ouvintes e 56 dos 306 não ouvintes) vem dar força à intenção de recorrer às mesmas, como um canal de interação com os ouvintes da webrádio.

Mais uma vez é visível, que o conceito de webrádio ainda não está enraizado, já que tanto os ouvintes (1 em 45) como não ouvintes (0 em 306) não recorrem com frequência a este novo meio de comunicação e informação.

Gráfico 8 – Atividades que os ouvintes e não ouvintes realizam com mais frequência na Internet



* Não foram contabilizados os inquiridos (ouvintes e não ouvintes) que indicaram não utilizar a Internet.

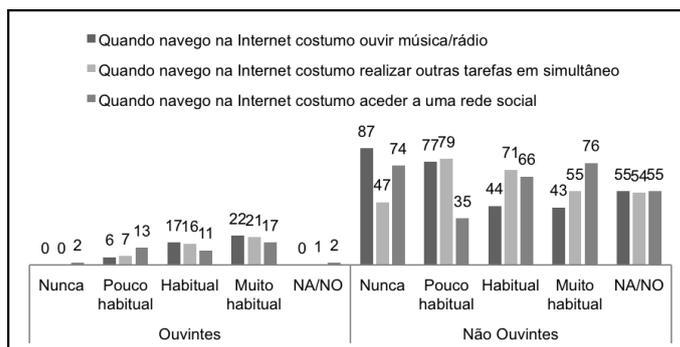
Depois de compreender quais as finalidades e quais as atividades que os ouvintes e não ouvintes mais realizam quando recorrem à Internet, tornou-se importante perceber alguns dos hábitos que têm quando utilizam este meio (gráfico 9).

Olhando para os ouvintes, é habitual ou muito habitual ouvirem música ou até rádio, (39 dos 45 ouvintes) quando navegam na Internet, bem como realizaram outras tarefas em simultâneo (37 dos ouvintes). Relativamente ao aceder a uma rede social quando navegam na Internet, o facto de 28 dos ouvintes afirmar que é habitual ou muito habitual vem ao encontro do que se verificou anteriormente, quando indicaram que a interação nas redes sociais era umas das atividades que realizam com mais frequência.

No que se refere aos não ouvintes, e tal como era expectável, a maior parte dos inquiridos (164 de 306 não ouvintes) indicou que nunca ou poucas vezes costuma ouvir música/rádio. Contudo, e tal como se verificou nos ouvintes, é habitual ou muito habitual realizarem outras tarefas em simultâneo (126 dos não ouvintes) tal como acederem a uma rede social (142 dos não ouvintes).

Assim sendo, e mais uma vez, ganha força a ideia de recorrer às redes sociais como um canal de interação entre os ouvintes e a webrádio, bem como, e partindo dos resultados que demonstram, o costume de realizar outras tarefas em simultâneo quando navegam na Internet, a possibilidade de os inquiridos se virem a tornar em ouvintes da webrádio, já que, podem ouvi-la ao mesmo tempo que realizam outras atividades.

Gráfico 9 – Hábitos dos ouvintes e não ouvintes de webrádios durante o uso da Internet



* Não foram contabilizados os inquiridos (ouvintes e não ouvintes) que indicaram não utilizar a Internet.

NA/NO – Não respondeu/Não tem opinião

A análise das questões relativas à experiência e utilização da Internet permitiu perceber que a maioria dos inquiridos (ouvintes e não ouvintes) já são utilizadores assíduos da Internet e conseqüentemente terão uma maior disponibilidade para interagirem com a webrádio, já que, irão encontrar um “mundo” que não lhes é totalmente estranho. Posto isto, foi necessário compreender, qual a experiência e utilização que os já ouvintes têm em termos de webrádio, bem como daqueles que ainda não são ouvintes, mas que se deseja que venham a ser.

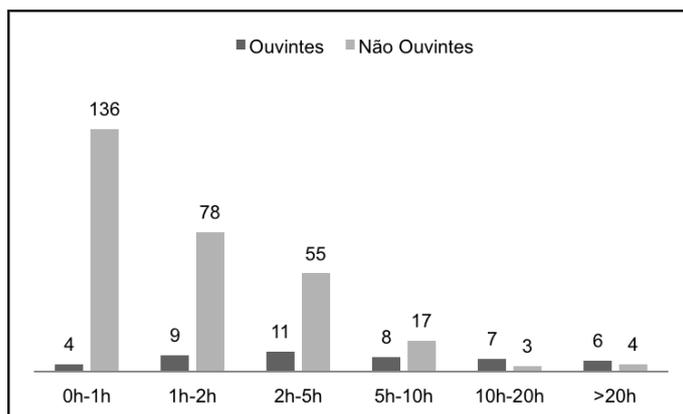
4.3. EXPERIÊNCIA E UTILIZAÇÃO DE WEBRÁDIO

Pegando na diferenciação que foi a base de toda análise de resultados, ou seja, o facto de ser ouvinte ou não ouvinte, procurou-se compreender o número médio de horas que os ouvintes ouvem webrádio, os dispositivos que utilizam e os locais onde ouvem. Uma vez que o projeto em curso tem como objetivo a implementação de uma webrádio e a conseqüente angariação de ouvintes para a mesma, propôs-se aos não ouvintes, que respondessem às questões referidas anteriormente, como se ouvissem webrádio.

No que diz respeito ao número médio de horas por semana que dedicam a ouvir webrádio (gráfico 10), a maior parte dos ouvintes ouve mais do que duas horas por semana (32 dos 45 ouvintes), o que indica que é algo que começa a fazer parte do dia-a-dia dos mesmos.

Relativamente aos não ouvintes que responderam como se fossem, 269 dos 306 indicaram que ouviriam até 5 horas por semana, deixando transparecer alguma abertura, no que concerne a uma futura utilização da webrádio experimental da UA.

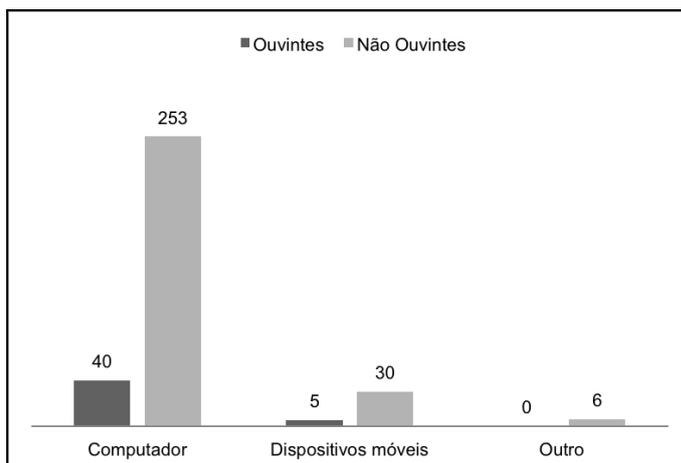
Gráfico 10 – Média de horas semanais que dedica/dedicaria a ouvir webrádio



Em termos dos dispositivos que os ouvintes mais utilizam para ouvir webrádio e os que os não ouvintes mais utilizariam para o mesmo efeito (gráfico 11), a escolha é unânime: o computador. Relativamente aos ouvintes, 40 dos 45, indicou utilizar o computador para ouvir webrádio, sendo que apenas 5 recorrem aos dispositivos móveis. Já no que se refere aos não ouvintes, 253 dos 306, afirmou que caso ouvisse webrádio utilizaria o computador em detrimento dos dispositivos móveis, que foram indicados somente por 30 familiares não ouvintes.

Estes resultados demonstram que a criação de uma plataforma Web otimizada para computador se constitui como a melhor solução para o alojamento da webrádio experimental da UA.

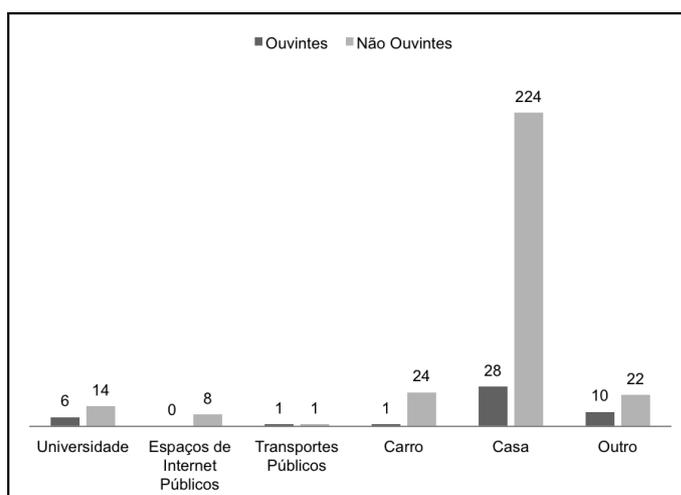
Gráfico 11 – Dispositivos que mais utiliza/utilizaria para ouvir webrádio



Outro dos aspetos que se revelou importante perceber, foi em que locais os familiares ouvintes normalmente escutam webrádio, bem como, quais os lugares em que os familiares não ouvintes ouviriam (gráfico 12).

Desta forma, 28 dos 45 familiares ouvintes costumam escutar webrádio em casa, sendo que 10 indicaram outro local (o trabalho) e 6 a universidade. Já no que se refere aos não ouvintes, e tal como se verificou nos ouvintes, a maior parte ouviria em casa (224 dos 306 familiares não ouvintes), seguindo-se o carro (24 em 306) e o trabalho (22 em 306) como as segundas e terceiras escolhas, respetivamente.

Gráfico 12 – Locais onde é/seria mais frequente ouvir webrádio



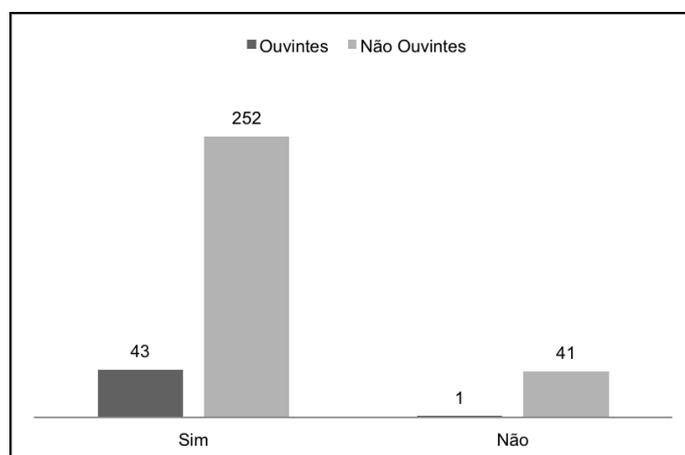
Neste sentido, os resultados obtidos vêm ao encontro do que se registou no gráfico 11, ou seja, os familiares (ouvintes e não ouvintes) indicaram como dispositivo de eleição para ouvir webrádio o computador, sendo o mesmo o mais utilizado por parte das pessoas quando se encontram em casa e pretendem navegar na Internet.

4.4. A WEBRÁDIO COMO MEIO DE APROXIMAÇÃO ENTRE A FAMÍLIA E O ESTUDANTE E A FAMÍLIA E A ACADEMIA

A especificidade do público em estudo – as famílias dos estudantes – pressupôs a necessidade de compreender se a criação de uma webrádio no seio da Universidade de Aveiro poderia funcionar como um meio de aproximação entre a família e o estudante e a família e a própria academia. Neste sentido, e aquando do preenchimento do inquérito por questionário, os familiares (ouvintes e não ouvintes) foram incitados a dar a sua opinião relativamente ao facto de considerarem ou não vantajoso/interessante, a existência de uma webrádio na academia.

Analisando o gráfico 13, verifica-se que a maior parte dos familiares (295 em 351 inquiridos) vê com bons olhos a implementação de uma webrádio na Universidade de Aveiro, sendo a principal justificação o facto de ser um meio capaz de aproximar a comunidade académica, incluindo as famílias dos estudantes, e de se constituir como uma porta aberta para o exterior, dando a conhecer o que de melhor se faz na academia.

Gráfico 13 – Vantagem e interesse da existência de uma webrádio na UA



Seguidamente foi pedido aos familiares que se posicionassem em relação às seguintes afirmações (gráfico 14):

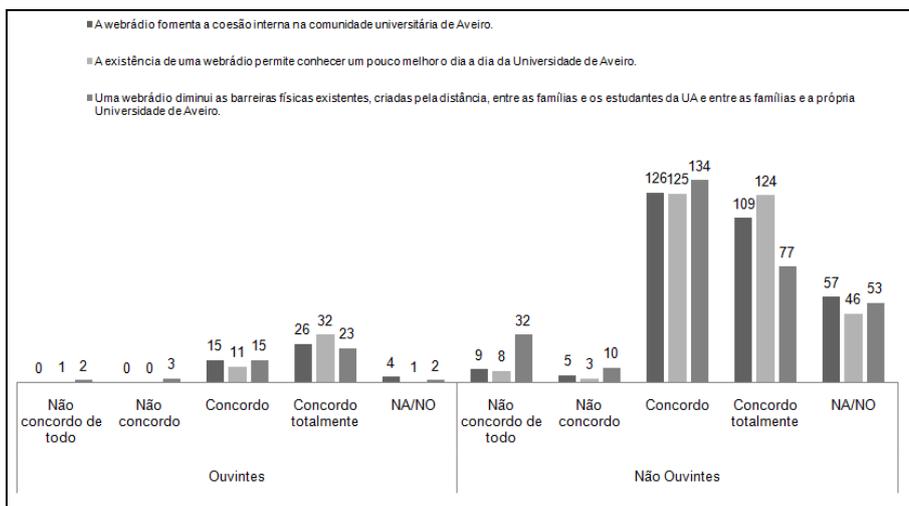
- A webrádio fomenta a coesão interna na comunidade universitária de Aveiro.
- A existência de uma webrádio permite conhecer um pouco melhor o dia-a-dia da UA.
- Uma webrádio diminui as barreiras físicas existentes, criadas pela distância, entre as famílias e os estudantes da UA e entre as famílias e a própria Universidade de Aveiro.

No que diz respeito à afirmação – *A webrádio fomenta a coesão interna na comunidade universitária de Aveiro* – os familiares (ouvintes e não ouvintes) manifestaram concordar ou concordar totalmente com a mesma (276 em 351 respondentes).

Posição idêntica tiveram os familiares quando confrontados com a frase – *A existência de uma webrádio permite conhecer um pouco melhor o dia-a-dia da Universidade de Aveiro* – uma vez que 292 em 351 assumiram concordar ou concordar totalmente.

Por último, os familiares consideraram que – *Uma webrádio diminui as barreiras físicas existentes, criadas pela distância, entre as famílias e os estudantes da UA e entre as famílias e a própria Universidade de Aveiro* – já que 249 em 351 referiram concordar ou concordar totalmente.

Gráfico 14 – Posição dos inquiridos face a três afirmações

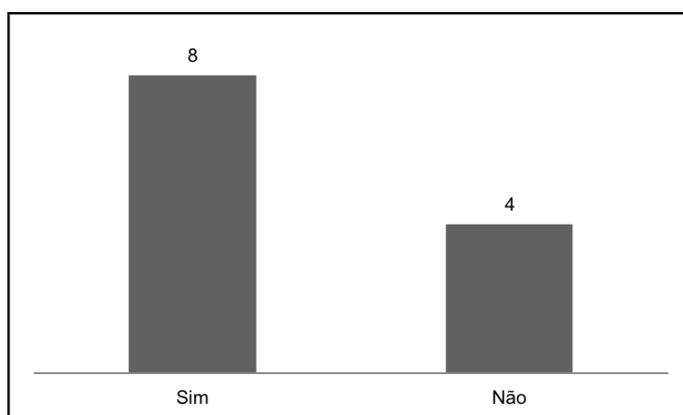


Assim sendo, ficou explícito que a maior parte dos familiares (ouvintes e não ouvintes), vê como benéfica a existência de uma webrádio na Universidade de Aveiro. Este benefício para a UA deve-se ao facto de ser, tanto um meio capaz de projetar a academia e o que lá se faz, como de ser instituída como um instrumento de comunicação e coesão da comunidade que abrange.

Ainda no âmbito da aproximação entre as famílias, o estudante e a instituição, e tal como foi referido anteriormente aquando da definição dos participantes a integrar o estudo da presente dissertação, procurou-se compreender junto dos docentes familiares a sua posição face a esta questão (gráfico 15).

Num universo de 91 docentes, 12 dos mesmos indicaram possuir um grau de parentesco com um estudante da Universidade de Aveiro. Neste sentido, e quando questionados acerca da sua opinião face à webrádio poder funcionar como uma forma de aproximar a família do estudante e a família da própria academia, 8 dos respondentes deram uma resposta positiva, apontando como principal justificação, o facto de este meio permitir fazer chegar às famílias, informações sobre a realidade e as atividades desenvolvidas na universidade, contribuindo para o aumento do sentido de pertença das mesmas, bem como a articulação com os seus familiares que estudam na academia. Já os restantes 4 inquiridos, que manifestaram uma posição contrária, assumiram não considerar que uma webrádio possa conseguir essa aproximação, na medida em que os universos de interesses dos públicos não são coincidentes.

Gráfico 15 – Webrádio enquanto meio de aproximação entre a família e o estudante e a família e a própria academia



Logo e tal como se verificou no inquérito por questionário destinado às famílias dos estudantes, também a maioria dos docentes, enquanto familiares, assumem a pertinência em implementar uma webrádio na Universidade de Aveiro, de modo a diminuir a distância que ainda há, por parte dos mesmos, relativamente aos estudantes e à instituição.

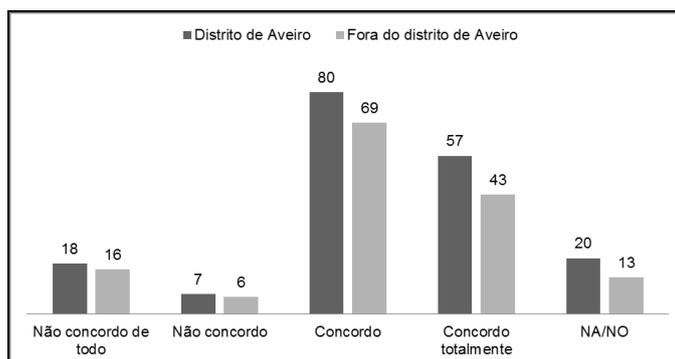
4.5. ZONA DE RESIDÊNCIA E A WEBRÁDIO: UMA FORMA DE DIMINUIR AS BARREIRAS FÍSICAS EXISTENTES

Ainda na sequência das afirmações com as quais o público-alvo foi confrontado (gráfico 14), nomeadamente a que refere que “Uma webrádio diminui as barreiras físicas existentes, criadas pela distância, entre as famílias e os estudantes da UA e entre as famílias e a própria Universidade de Aveiro.”, e após se concluir, que a grande maioria dos familiares concordou com a mesma, optou-se por tentar compreender, se o local de residência dos respondentes teria alguma relação com o facto de concordarem ou não.

Neste sentido e deixando de parte o critério de diferenciação utilizado até ao momento, isto é, ser ou não ouvinte de webrádio, adotou-se a distinção entre residir no distrito de Aveiro ou residir fora do distrito de Aveiro.

Tendo em conta o gráfico abaixo, constata-se que 137 dos 175 inquiridos residentes no distrito de Aveiro concorda ou concorda totalmente com a afirmação, o que corresponde a 78% dos inquiridos mencionados anteriormente. Já no que concerne aos inquiridos residentes fora do distrito de Aveiro, 112 dos 154 respondentes (correspondente a 73% dos mesmos) manifestaram uma opinião similar.

Gráfico 16 – Opinião dos familiares em relação à webrádio permitir a diminuição das barreiras físicas existentes



Ao observar o gráfico 16, podemos concluir que ambos os grupos (residentes dentro e fora do distrito de Aveiro) consideram a webrádio um instrumento de combate às barreiras físicas. Contudo e contrariamente ao que era expectável, a percentagem de respondentes residentes no distrito de Aveiro a partilharem desta opinião, é bastante elevada. Esta ilação pressupõe que, embora vivam no distrito, estão cientes das dificuldades que a distância impõe na relação entre a família e o estudante e a família e a própria universidade, fazendo com que na maioria das vezes, os pais, irmãos e até avós, não tenham a noção do que é a vida de um estudante universitário, nem do que acontece no estabelecimento que o mesmo frequenta.

4.6. GRELHA DE PROGRAMAÇÃO

Concluída a análise de algumas questões que foram colocadas aos familiares ouvintes e não ouvintes relacionadas com a experiência e utilização da webrádio, tornou-se essencial compreender que características deveria ter uma grelha de programação, que fosse ao encontro dos interesses e necessidades das famílias dos estudantes, tendo em conta, o que foi manifestado no decorrer do preenchimento do inquérito por questionário. Deste modo, foi construída uma tabela (anexo 5) que reuniu os seguintes indicadores: número médio de horas por semana que os ouvintes escutam webrádio, os dias da semana e os períodos do dia em que têm maior disponibilidade para ouvir, bem como as suas preferências em termos de programação. Tratando-se de uma grelha que procura satisfazer todos os familiares, sejam eles ouvintes ou não ouvintes, foi mais uma vez

solicitado aos que não ouvem, que manifestassem a sua opinião face a estas questões, caso fossem ouvintes.

Relativamente aos familiares ouvintes e no que diz respeito ao número médio de horas por semana que ouvem webrádio, a maior parte (11 dos 45 ouvintes) indicou entre 2h a 5h. Em termos de dias da semana, o dia mais escolhido foi a quinta-feira (35 ouvintes). Já no que se refere ao período do dia, as opiniões dividiram-se, e os períodos mais escolhidos foram os compreendidos entre as 16h e as 18h (10 dos 45 ouvintes) e entre as 20h e as 23h (10 ouvintes). Por último, e no que diz respeito às preferências programáticas, as escolhas dos ouvintes recaíram nos programas de música (22 ouvintes dos 45 ouvintes) e nos programas de entretenimento e humor (10 ouvintes).

Por outro lado e respondendo como se fossem ouvintes de webrádio, os familiares não ouvintes estariam dispostos a ouvir webrádio preferencialmente de 0h a 1h por semana (136 dos 306 não ouvintes), ao sábado (171 não ouvintes), no período compreendido entre as 20h e as 23h (80 não ouvintes) e cuja programação fosse constituída por programas musicais (130 não ouvintes) e de entretenimento e humor (40 não ouvintes).

Compreendidas as preferências dos ouvintes e não ouvintes nos diferentes indicadores, houve a necessidade de chegar a uma grelha, que reunisse as escolhas de ambos como um só público, ou seja, o número médio de horas por semana, o período do dia, o dia da semana e ainda as preferências programáticas mais escolhidas pelos familiares (ouvintes e não ouvintes). Neste sentido, a tabela presente abaixo reflete o resultado dessa mesma reunião.

Tabela 1 – Grelha de programação dos familiares dos estudantes (ouvintes e não ouvintes)

Familiares dos Estudantes (Ouvintes e Não Ouvintes)			
Nº médio de horas por semana	Dia da semana	Período do dia	Programação
0h-1h	Sábado	20h-23h	Música
			Entretenimento e humor

Tratando-se de uma fase experimental, optou-se por só emitir um dia por semana e num único bloco horário, daí a escolha pelo dia e o período do dia que reuniram maior consenso entre os familiares (ouvintes e não ouvintes). Deste modo, a emissão seria

transmitida ao sábado, entre as 20h e as 23h, com uma duração não superior a 1h, sendo constituída maioritariamente por programas de música e de entretenimento e humor.

Embora a presente dissertação tenha como público-alvo as famílias dos estudantes, o facto de ser um projeto que comporta outras duas perspetivas – docentes e estudantes, implicou que a grelha de programação fosse o resultado da reunião das preferências dos três públicos.

4.7. GRELHA DE PROGRAMAÇÃO FINAL

Sendo a investigação em curso, parte integrante de um projeto que abordava outras duas perspetivas – docentes e estudantes – houve a necessidade de construir uma grelha de programação que satisfizesse a maioria das pretensões de todos os públicos-alvo em estudo e não só os familiares dos estudantes.

Neste sentido, procedeu-se à construção de uma tabela (anexo 6) com o intuito de reunir os dados obtidos dos inquéritos por questionário realizados aos três públicos-alvo em estudo (docentes, estudantes e famílias dos estudantes).

Em termos do número médio de horas por semana, a escolha dos públicos recaiu entre as 2h e as 5h (463 de 1723 respondentes). Relativamente ao dia da semana, os que geraram um maior consenso foram a sexta-feira (879 respondentes) e a quarta-feira (866). Apesar de a sexta-feira ter sido o dia mais escolhido, acabou por se optar pela quarta-feira devido a uma decisão tomada entre os elementos da equipa editorial da webrádio que serão conhecidos mais à frente. Na base desta opção, esteve o facto de a quarta-feira se localizar a meio da semana, permitindo uma maior atualidade de determinados programas, nomeadamente, aqueles que procuram fazer chegar ao público informação que carece de atualização constante. Outro dos motivos, foi o facto de à quarta-feira à tarde não haver aulas na Universidade de Aveiro, libertando deste modo os estudantes para terem uma maior disponibilidade para acompanhar a emissão, tendo em conta que estes constituem um dos principais públicos ao qual a webrádio experimental quer chegar.

No que diz respeito ao período do dia, os públicos optaram maioritariamente pelo compreendido entre as 20h e as 23h (462 respondentes). E no que concerne às preferências programáticas, destacam-se os programas de cariz musical (904 respondentes), os programas de informação científica (227 respondentes) e os de entretenimento e humor (218 respondentes).

Analisados os dados resultantes, tornou-se necessário proceder a uma adaptação dos mesmos face aos recursos humanos existentes, principalmente em termos da escolha dos programas a integrar na grelha.

Definido o dia em que a webrádio iria emitir (quarta-feira), foi necessário adaptar as preferências programáticas às pretensões de cada uma das seis pessoas disponíveis, para se encarregar de um ou mais programas: Daniel Yaguas, Emílio Fuentes, João Temporão, Olívia Moreira, Rita Almeida e Sara Dias. Assim sendo, e uma vez que a temática mais solicitada foi a música, foram criados dois programas deste género: o Hora Facebook e o Top Alternativo. No que se refere aos programas de informação científica, foi criado o In e, apesar de não ser o tradicional programa de entretenimento e humor, o Bloco de Notas foi a solução encontrada, que permitiu conjugar estes dois conceitos aliados à boa disposição. Por último, e tendo em conta que foi a quarta preferência programática dos públicos, o desporto ficou representado pela criação do programa Revista Desportiva.

Posto isto, faltava definir a duração de cada um dos programas, visto ser importante que durassem o mesmo tempo ao longo de toda a fase experimental, de forma a criar uma rotina horária aos ouvintes, para que se adaptassem ao número médio de horas semanais, que os públicos manifestaram estar dispostos a ouvir webrádio (de 2h a 5h), bem como ao período do dia (das 20h às 23h). Neste sentido, a equipa editorial optou por nesta fase experimental, oferecer aos seus ouvintes uma emissão semanal com uma duração de duas horas com início às 21h, e não às 20h por se tratar de uma hora em que habitualmente as pessoas se encontram a jantar, terminando às 23h.

Após todas estas decisões, chegámos à seguinte grelha de programação.

Tabela 2 – Grelha de programação final

Quarta-feira

21h	Cartaz das Artes	com Daniel Yaguas
21h15	Revista Desportiva	com Emílio Fuentes
21h35	In	com Olívia Moreira
21h40	Hora Facebook	com Rita Almeida
22h25	Bloco de Notas	com Sara Dias e Rita Almeida
22h30	Top Alternativo	com João Temporão

Os programas que vigoraram nesta fase experimental foram: Cartaz das Artes, Revista Desportiva, In, Hora Facebook, Bloco de Notas e Top Alternativo.

- **Cartaz das Artes**

Programa semanal de informação cultural, com a duração de 15 minutos, que procurou manter os ouvintes atualizados acerca das semanas académicas de todo o país, das estreias nos cinemas e ainda da agenda do Teatro Aveirense. Esteve a cargo de Daniel Yaguas, aluno do curso de Administração Pública da Universidade de Aveiro.

- **Revista Desportiva**

Programa semanal, com a duração de 20 minutos, dedicado às modalidades desportivas praticadas no campus da Universidade de Aveiro. Contou com um espaço de entrevista, onde semanalmente teve como convidados atletas, treinadores a até dirigentes dos vários núcleos desportivos existentes na academia. Esteve a cargo de Emílio Fuentes, aluno do mestrado em Comunicação Multimédia, ramo Audiovisual Digital da Universidade de Aveiro.

- **In**

Programa semanal de 5 minutos que manteve os ouvintes informados acerca de tudo o que acontece na Universidade de Aveiro, nomeadamente em termos da investigação e

inovação. Esteve a cargo de Olívia Moreira, aluna do curso de Administração Pública da Universidade de Aveiro.

- **Hora Facebook**

Programa semanal, com a duração de 45 minutos, dedicado à música que os ouvintes mais gostam. Semanalmente, a playlist foi construída pelos próprios ouvintes, através de uma votação realizada via Facebook, onde os mesmos indicaram o que queriam ouvir. Esteve a cargo de Rita Almeida, aluna do mestrado em Comunicação Multimédia, ramo Audiovisual Digital da Universidade de Aveiro.

- **Bloco de Notas**

Programa semanal de 5 minutos constituído por rubricas sobre beleza, moda ou saúde. Cada edição abordou uma temática distinta a pensar em ambos os sexos. Esteve a cargo de Rita Almeida e de Sara Dias, alunas do mestrado em Comunicação Multimédia, ramo Audiovisual Digital da Universidade de Aveiro.

- **Top Alternativo**

Programa musical de cariz mais alternativo com uma duração de 30 minutos. Esteve a cargo de João Temporão, aluno do curso de Administração Pública da Universidade de Aveiro.

Definida a grelha de programação da webrádio experimental da Universidade de Aveiro, passou-se para a operacionalização da mesma, iniciando com a definição dos equipamentos e *software* a utilizar durante as fases de pré-produção, produção, pós produção e transmissão via *streaming*, passando pela construção da imagem gráfica da webrádio, culminando com a conceptualização da plataforma Web onde a mesma se encontra alojada.

5. OPERACIONALIZAÇÃO DA DeCA_WebEx

O nome DeCA_WebEx, designação dada à webrádio experimental da Universidade de Aveiro, surgiu da necessidade de valorizar por um lado o departamento onde a mesma foi criada – o Departamento de Comunicação e Arte (DeCA), bem como ter presente dois conceitos inerentes a esta webrádio: *Web* e *Ex*. O conceito *Web* uma vez que se refere a uma webrádio e tem uma presença exclusiva na Internet e *Ex* por se tratar de uma fase experimental e embrionária. Ressalva-se ainda, que e aquando do preenchimento dos inquéritos por questionário, foi proposto aos públicos-alvo, que sugerissem possíveis nomes para a webrádio, contudo, e uma vez que as sugestões dadas pelos mesmos não foram ao encontro do que era expectável e adequado para uma fase experimental, optou-se por entregar essa decisão aos elementos que constituem a equipa do projeto.

Criada com o intuito de ser uma webrádio feita por e para a comunidade académica, daí a adoção do slogan que a acompanha “feita por ti e para ti”, a mesma tem como principal pretensão criar novas janelas de comunicação no seio da Universidade de Aveiro, servindo “de suporte a atividades de ensino, aprendizagem e de investigação.”²⁴

Tendo por base o Estatuto Editorial da webrádio DeCA_WebEx, a mesma procura responder aos seguintes objetivos:

- a) Dar suporte a atividades de ensino/aprendizagem, no contexto dos cursos lecionados na Universidade de Aveiro, em temáticas relacionadas com a produção, realização e emissão de rádio em ambiente Internet;
- b) Dar suporte a trabalhos de investigação, relacionados com a utilização de novas tecnologias, experimentação de novos formatos de programas, realização de estudos de impacto e outros trabalhos de investigação em que o uso da rádio baseada em tecnologia Web seja relevante;

²⁴ Presente no Estatuto Editorial da webrádio DeCA_WebEx (anexo 7).

- c) Fomentar o conhecimento mútuo, a cooperação e a comunicação entre os públicos-alvo internos da Universidade de Aveiro (discentes, funcionários docentes e não docentes desta academia);
- d) Fomentar o conhecimento mútuo, a cooperação e a comunicação entre a comunidade académica e os seus públicos-alvo externos (com enfoque nos familiares dos estudantes, cidadãos e organizações da região de Aveiro e demais públicos interessados em acompanhar as atividades desenvolvidas por esta academia);
- e) Apoiar a divulgação das atividades de investigação e atividades extra letivas levadas a cabo pela Universidade de Aveiro, ou nas quais a Universidade de Aveiro participe e/ou apoie;
- f) Apoiar a divulgação de atividades de índole académica, científica, cultural, social ou desportiva, levadas a cabo por outras instituições da região, do país ou de outros locais considerados relevantes.

É ainda importante referir que a DeCA_WebEx “é uma rádio de natureza não comercial, pelo que não prestará qualquer serviço remunerado ou não remunerado incluindo o exercício de atividade publicitária.”²⁵

Conhecida a designação da webrádio experimental da Universidade de Aveiro bem como o código de conduta pelo qual se rege, torna-se pertinente conhecer e explicar toda a componente técnica que esteve subjacente à sua implementação, mais concretamente, os equipamentos e *software* utilizados para as fases relativas à pré-produção, produção, pós-produção e transmissão via *streaming* para a Web dos conteúdos produzidos, não esquecendo os espaços físicos onde estas mesmas fases decorreram.

5.1. COMPONENTE TÉCNICA: ESPAÇOS, HARDWARE E SOFTWARE

A vertente técnica que envolveu toda a implementação da DeCA_WebEx foi preponderante para um bom funcionamento da mesma, aquando da transmissão dos

²⁵ Presente no Estatuto Editorial da webrádio DeCA_WebEx (anexo 7).

conteúdos desenvolvidos.

A operacionalização da webrádio só foi possível através da disponibilização de determinados espaços físicos, que permitiram proceder à gravação e posterior transmissão dos conteúdos desenvolvidos, bem como a *hardware* e *software* específicos.

5.1.1. ESPAÇOS

No que se refere aos espaços físicos utilizados para a gravação e posterior transmissão dos conteúdos (figura 17), o estúdio de som e a respetiva régie existentes no DeCA foram cruciais para efetuar a gravação dos diferentes programas, bem como o pólo de Aveiro do Centro de Estudos das Tecnologias e Ciências da Comunicação (CETAC.MEDIA), sediado igualmente no departamento referido anteriormente e que serviu de “local de transmissão” das emissões da DeCA_WebEx.



Figura 17 – Espaços físicos utilizados durante a fase experimental

5.1.2. HARDWARE

Depois de apresentados os espaços físicos onde se procedeu à gravação e transmissão dos programas emitidos pela DeCA_WebEx, é manifestamente importante indicar, quais os equipamentos utilizados no decorrer do processo de construção dos conteúdos, e que

permitiram efetuar cada uma das fases, pelas quais se passa, até a emissão ser disponibilizada aos ouvintes.

Neste sentido, e no que diz respeito à etapa correspondente à produção, isto é, a gravação dos conteúdos, e uma vez que nesta fase experimental se optou por não se fazerem programas em direto, devido à falta de recursos que sustentassem e garantissem essa escolha, foi utilizado o equipamento que se encontra discriminado na tabela seguinte. Ressalva-se, que a escolha do material, se cingiu ao existente no DeCA e ao qual foi possível ter acesso.

Tabela 3 – Hardware utilizado para a gravação dos conteúdos a transmitir na DeCA_WebEx

Material de gravação		
Descrição	Quantidade	Espaço de utilização
Amplificador SAMSON S500	1	Régie
Amplificador inter M MA320	1	Estúdio de Som
Coluna KRK 7000	2	Régie
Coluna KRK 7000B	2	Estúdio
Computador Power Mac G4 – 2GB de memória	1	Régie
Interface de áudio – digidesign digi002 RACK	1	Régie
Mesa de áudio – MACKIE 32x8x2 8-Bus	1	Régie
Microfone Rode NT5	2	Estúdio de Som
Microfone Sennheiser	1	Régie

De modo a facilitar a compreensão face à função que cada um dos equipamentos desempenhou no processo de gravação dos programas, elaborou-se o esquema que se segue, e que ilustra ao pormenor como tudo se processa.

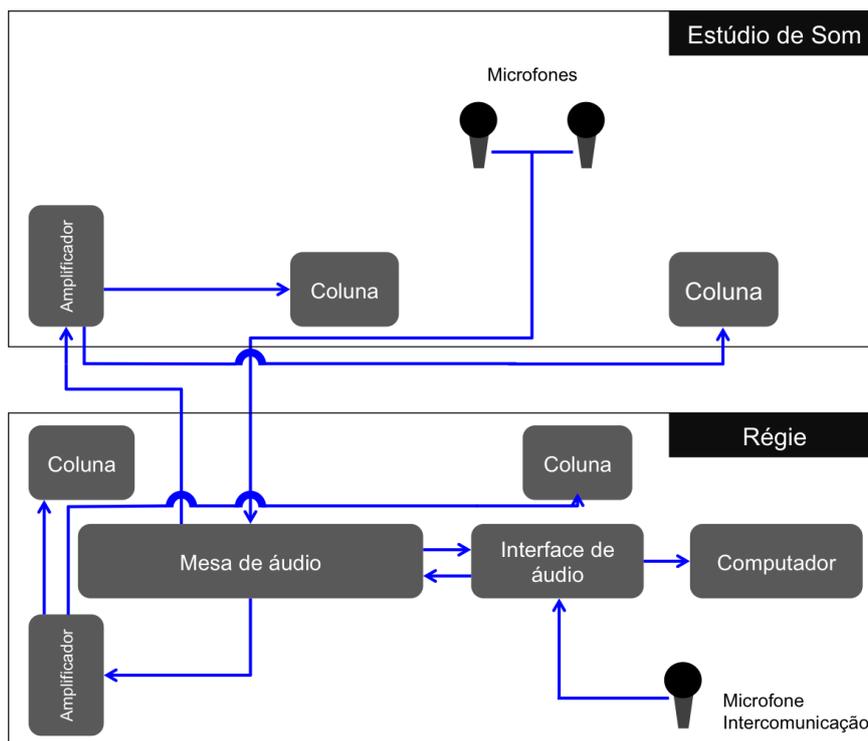


Figura 18 – Esquema representativo do processo de gravação

Tendo por base o esquema acima presente, as ligações necessárias para a gravação de por exemplo uma entrevista são:

- Os microfones, tanto os que se encontram no estúdio de som e que captam o som do que lá acontece, como o que está na régie e que possibilita à pessoa responsável por acompanhar o processo de gravação de comunicar com os intervenientes, ligam-se à mesa de áudio por sinal analógico;
- A mesa de áudio liga à interface de áudio e vice-versa possibilitando à pessoa que se encontra na régie ouvir o que está a ser gravado. Ambas, ligam-se uma à outra, por sinal analógico através de duas vias L e R;
- A interface de áudio liga ao computador por sinal digital – cabo *firewire*;
- A gravação é feita no computador pelo *software* Pro Tools LE versão 7.3.1;
- A mesa de áudio liga ainda a dois amplificadores, por sinal analógico (duas

vias L e R), que conseqüentemente se ligam a dois conjuntos de colunas – um no estúdio de som e um na régie.

Estabelecidas todas as ligações referidas anteriormente, é então possível dar início à gravação.

Posto isto, a fase que se segue, é a referente à pós-produção, isto é, à edição dos conteúdos que foram gravados. Esta etapa ficou ao encargo de cada um dos responsáveis dos programas, que para tal recorrem a *software* específico de edição de som, que vão ser descritos na secção seguinte.

Finalizado o processo de construção dos programas, resta fazer chegar a emissão aos ouvintes. Além do *software* necessário para a transmissão via *streaming*, que será explicado em seguida, foi também necessário um computador com ligação à Internet e devidamente configurado para o efeito. É de salientar que este computador permaneceu no pólo de Aveiro do CETAC.MEDIA ao longo de todas as emissões.

5.1.3. SOFTWARE

Conhecidos os espaços físicos e o *hardware* utilizados durante as nove semanas em que a DeCA_WebEx emitiu, torna-se essencial conhecer quais os programas que permitiram efetuar a gravação e edição dos conteúdos, não esquecendo aquele que possibilitou efetuar a transmissão via *streaming* dos conteúdos produzidos.

- **Pro tools**

O Pro tools foi o *software* ao qual se recorreu para proceder à gravação de todos os conteúdos que foram transmitidos no decorrer da fase experimental, sendo que a sua escolha se deveu ao facto de ser o utilizado pelos alunos do DeCA para a gravação de trechos sonoros. Trata-se de uma estação de trabalho de áudio digital, (DAW²⁶) utilizada por profissionais na produção de músicas e em pós-produção de filmes e televisão. Foi desenvolvida pela Digidesign, propriedade da Avid Technology²⁷, e a versão mais recente é o Pro Tools 11.

²⁶ do inglês Digital Audio Workstation.

²⁷ Empresa americana fundada em 1987.

- **Audacity e Adobe Audition**

O Audacity e o Adobe Audition foram os dois programas utilizados para editar e trabalhar o som de todo o áudio, captado nas gravações dos diferentes conteúdos.

Desenvolvido pelo Source Forge²⁸ e no mercado desde maio de 2000, o Audacity é um programa de gravação e edição de som, utilizado maioritariamente por comunidades amadoras, visto este ser grátis e de fácil utilização.

Por outro lado e apesar de o Adobe Audition se tratar igualmente de um programa de edição de som, o vasto conjunto de ferramentas que coloca ao dispor do utilizador, bem como o facto de o mesmo necessitar de comprar uma licença para poder utilizar livremente este *software*, leva a que seja utilizado principalmente por profissionais do universo sonoro. Foi lançado em agosto de 2003 e é propriedade da Adobe Systems²⁹.

- **SAM Broadcaster**

A escolha do *software* de *streaming* baseou-se num conjunto de características desejadas por parte da equipa do projeto e do aconselhamento resultante de uma visita efetuada pela mesma às instalações da webrádio comunitária e intermunicipal Rádio ÁS.

Após um levantamento dos programas de transmissão via *streaming* mais utilizados por parte das webrádios já existentes, tanto em Portugal como no estrangeiro, a escolha resumiu-se a uma das seguintes opções: RadioBOSS³⁰ ou SAM Broadcaster³¹.

²⁸ *Software* de controle de desenvolvimento colaborativo.

²⁹ Companhia norte-americana fundada em 1982.

³⁰ *Software* de radiodifusão pela Internet.

³¹ *Software* de radiodifusão pela Internet desenvolvido pela Spacial. A sua primeira versão data de 1998.

Tabela 4 – Características desejadas por parte da equipa no que diz respeito ao software de streaming

Características desejadas	RadioBOSS	SAM Broadcaster
Criação de <i>playlists</i>³² de áudio e agendamento	✓	✓
Estatísticas em tempo real	✗	✓
Emissão em direto	✗	✓
Formatos de áudio suportados: mp3 e ogg	✓	✓
Informação do programa “no ar”	✓	✓
Servidor de streaming: Windows Media Server	✓	✓

Tal como se pode verificar na tabela 4, foram seis as características que a equipa do projeto pretendia ver solucionadas, relativamente ao processo de transmissão dos conteúdos da DeCA_WebEx.

A primeira, foi a necessidade de o *software* em causa possibilitar a criação de *playlists* de áudio e o respetivo agendamento, de modo a que a equipa pudesse organizar os diferentes programas de forma sequencial, tendo em conta, a hora a que eram transmitidos e a sua duração, prevenindo neste sentido, qualquer problema que pudesse surgir, aquando da transmissão e pudesse inviabilizasse a entrada no tempo certo de um determinado conteúdo. Neste aspeto, tanto o RadioBOSS como o SAM Broadcaster satisfaziam esta exigência.

Seguidamente, outra das características necessárias era que o programa a utilizar facultasse estatísticas em tempo real, como o número de ouvintes e as horas de maior audiência, permitindo ao longo das emissões perceber algumas tendências e até preferências em termos de programação. Contrariamente à característica anterior, só o SAM Brodcaster satisfazia este requisito já que o RadioBOSS não era dotado de mecanismos que possibilitassem gerar estatísticas em tempo real.

A possibilidade de realizar emissões em direto foi outro dos fatores que a equipa considerou fundamental ser conseguido. Embora, e tal como já foi referido anteriormente, nesta fase experimental se tenha optado por privilegiar os programas previamente

³² Termo inglês utilizado para designar uma determinada lista de canções.

gravados em detrimento dos em direto, uma vez que os recursos disponíveis não permitiam esta vertente. Contudo e numa visão mais alargada, ou seja, após a fase experimental e com a angariação de mais colaboradores, bem como de novo equipamento, a realização de programas em direto, poderia ser uma realidade e deste modo a não satisfação desta exigência obrigaria a adquirir um novo programa e consequentemente a realizar um novo investimento monetário. Assim sendo e mais uma vez, o RadioBOSS não colmatava esta característica, enquanto o SAM Broadcaster oferecia esta possibilidade de efetuar programas em direto aos seus utilizadores.

Relativamente aos formatos de áudio suportados, o mp3 e ogg eram aqueles que interessavam à equipa, já que, e como vai ser explicado mais à frente, satisfaziam as exigências existentes em termos da otimização da plataforma e do acesso por parte dos ouvintes, tanto à emissão em direto como ao histórico dos programas transmitidos. Neste ponto, tanto o RadioBOSS como o SAM Broadcaster suportavam os formatos de áudio desejados.

Passando agora para a característica definida como informação do programa “no ar”, ou seja, a disponibilização ao ouvinte do conteúdo que está a ser transmitido, bem como do que foi anteriormente transmitido, e até do que será passado a seguir, foi mais uma das pretensões da equipa. Mais uma vez, ambos os programas possibilitavam esta função.

Por último, a questão do servidor de *streaming* foi uma das que mais gerou preocupação. Apesar de tanto o RadioBOSS como o SAM Broadcaster terem já um servidor específico que permite realizar a transmissão via *streaming*, por se tratar de uma fase experimental, a equipa optou por fechar as emissões à comunidade académica, sendo deste modo necessário estar ligado à rede de Internet da UA ou no campus ou através de uma ligação de rede privada virtual (VPN³³). Neste sentido, e de forma a existir compatibilidade com os servidores utilizados pela universidade, o programa de *streaming* a utilizar teria que ser compatível com servidores Windows Media (WMS³⁴) como são exemplos o RadioBOSS e o SAM Broadcaster.

Logo, e uma vez que, de todas as características desejadas por parte da equipa só o SAM Broadcaster as satisfazia na totalidade, a escolha recaiu sobre este *software* de *streaming*.

³³ do inglês Virtual Private Network.

³⁴ O Windows Media Services (WMS) é um servidor de *streaming* de media que possibilita ao utilizador transmitir áudio e vídeo.

5.2. LICENÇAS: ERC E SPA

Aquando da criação de um meio de comunicação deste género, o registo na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC³⁵) e na Sociedade Portuguesa de Autores (SPA³⁶) foram dois pressupostos burocráticos necessários aquando da criação de um determinado meio de comunicação.

No que diz respeito à ERC, e contrariamente ao que acontece aquando da criação de uma rádio hertziana, não é necessário obter uma habilitação prévia, ou seja, estar sujeito a um processo de licenciamento ou autorização. Para a conceção de uma webrádio como a DeCA_WebEx basta efetuar um registo, sendo o mesmo da competência da ERC.

De modo a não surgirem situações de violação de direitos de autor, resultantes do recurso a músicas, textos e até vídeos para a elaboração dos programas transmitidos pela DeCA_WebEx, foi essencial a inscrição na SPA. Só desta forma, toda a atividade realizada pela webrádio se encontra resguardada de qualquer tipo de denúncia desta natureza.

Após estarem devidamente regularizadas todas as questões legais subjacentes à atividade da DeCA_WebEx, passou-se para a concetualização da imagem gráfica da webrádio, nomeadamente a criação do logótipo e do aspeto visual da plataforma Web.

5.3. IMAGEM GRÁFICA

Para além da designação dada à webrádio – DeCA_WebEx – tornou-se essencial criar uma imagem gráfica em redor da mesma que fosse, por um lado, ao encontro da usada pela Universidade de Aveiro enquanto instituição de ensino, e por outro, que representasse o departamento que foi responsável pela sua conceptualização – o DECA. Assim sendo, tanto o logótipo adotado para identificar a webrádio, como a imagem visual da plataforma Web foram construídos segundo os seguintes factores:

- Logótipo;

³⁵ Entidade responsável pela regulação e supervisão de todas as entidades que prossigam atividades de comunicação social em Portugal.

- Paleta de cores;
- Tipo de letra.

5.3.1. LOGÓTIPO

A construção do logótipo (figura 19) baseou-se na presença de dois elementos considerados fundamentais: o nome da webrádio e uma imagem que identificasse o departamento.

A opção de dividir a designação atribuída à webrádio em dois, ou seja, termos de um lado “DeCA” e do outro “WebEx”, foi uma forma de mais uma vez valorizar o departamento onde tudo começou, dando ênfase à sigla pela qual é habitualmente conhecido pela comunidade académica – DeCA.



Figura 19 – Logótipo da webrádio DeCA_WebEx

Relativamente aos elementos visuais que compõem o logótipo – o disco de vinil e a clave de sol – procurou-se que os mesmos fossem ao encontro daquilo que as pessoas associam quando se fala em DeCA, isto é, o departamento de música. Esta associação resulta do facto de o departamento acolher a licenciatura, mestrado e doutoramento em Música e de ser regularmente um espaço, onde decorrem os mais variados concertos musicais, muitos deles organizados pelos próprios alunos que lá se encontram a realizar a sua formação académica.

5.3.2. PALETA DE CORES

A escolha das cores a utilizar, tanto no logótipo como na plataforma Web (figura 20), teve como ponto de referência as cores adotadas pela Universidade de Aveiro. O roxo como cor predominante, tanto no logótipo como na plataforma Web, foi uma adequação do lilás

³⁶ Fundada em Portugal em 1925, a SPA é uma cooperativa de responsabilidade limitada que tem como objetivo gerir e resguardar os direitos de autor.

que identifica a área científica dos mestrados e doutoramentos lecionados no DeCA – Artes, e que está presente no Despacho N.º 6-R/04 de 10 de fevereiro de 1999.

R: 74	R: 0	R: 102	R: 166	R: 255
G: 48	G: 0	G: 102	G: 166	G: 255
B: 147	B: 0	B: 102	B: 166	B: 255

Figura 20 – Cores utilizadas para a construção do logótipo e da plataforma Web

A cor preta foi utilizada com dois intuitos distintos. Por um lado, a escolha desta cor neutra como preenchimento do disco de música, presente no logótipo, serviu para dar uma maior ênfase e destaque ao nome da webrádio. Por outro lado, foi a tonalidade adotada para os elementos textuais mais extensos presentes em fundos brancos, de modo a proporcionar uma melhor e facilitada leitura aos utilizadores.

No que concerne à plataforma Web, para além do roxo e do preto, foram também utilizados dois tons de cinzento: um mais escuro para o menu de navegação e para a barra de contactos presente no fim da página, e um mais claro para o *player* de emissão. E ainda o branco, escolhido como cor de fundo para as diferentes páginas que constituem a plataforma Web.

Em suma, procurou-se recorrer a cores que facilmente se distinguíssem entre si, instituindo o roxo como cor predominante e representativa da webrádio e as cores neutras (preto, cinzento e branco) como preenchimento dos elementos geométricos que estruturam a plataforma Web.

5.3.3. TIPO DE LETRA

Em termos do tipo de letra utilizado, tanto no logótipo como na plataforma Web, optou-se pela fonte tipográfica Arial (figura 21). Para além de ser a que mais se aproxima da utilizada pela Universidade de Aveiro, o facto de ser um tipo de letra sem serifa, ou seja, que não tem pequenos traços ou prolongamentos nas extremidades das letras, torna-a totalmente perceptível e limpa o olho do leitor, valorizando de um modo individual cada uma, o que contribuiu para que se afirmasse como a melhor escolha.

ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 nopqrstuvwxyz
 1234567890

Figura 21 – Tipo de letra utiliza no logótipo e na plataforma Web

5.3.4. AVATARES DOS PROGRAMAS

Independentemente dos conteúdos abordados em cada um dos programas, considerou-se essencial criar uma imagem que os identificasse individualmente e que fosse facilmente reconhecida pelos ouvintes. Desta forma, optou-se por criar um avatar³⁷ de cada um dos locutores dos programas, associando-o tanto ao nome do programa, como ao do responsável pelo mesmo (figura 22). Esta imagem criada em redor dos programas, acabaria por se revelar importante, no que diz respeito à divulgação de determinadas edições especiais dos mesmos, e ainda como uma forma de os ouvintes identificarem facilmente os *podcasts* de cada um dos programas disponibilizados na plataforma Web.

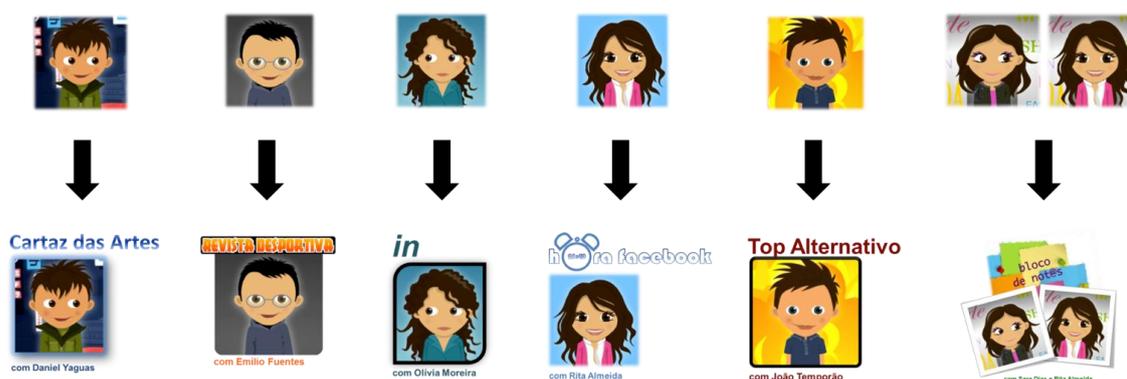


Figura 22 – Avatares dos locutores e logótipos dos programas transmitidos na DeCA_WebEx.

³⁷ Figura gráfica digital que tem como objetivo representar determinado pessoa.

5.4. PLATAFORMA WEB

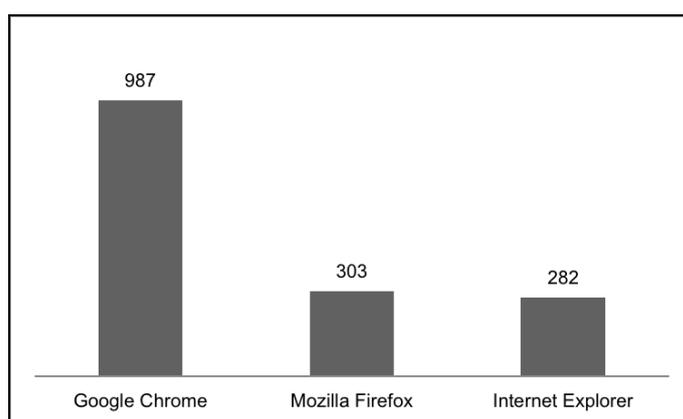
A construção da plataforma Web foi o passo seguinte, com vista à operacionalização da webrádio DeCA_WebEx. Deste modo, e uma vez que a paleta de cores já tinha sido escolhida, era necessário ter em conta aspetos como a otimização da página tendo em conta os diferentes *browsers*³⁸ existentes, a estrutura, a organização da mesma e ainda as funcionalidades que iriam ser disponibilizadas aos ouvintes.

5.4.1. OTIMIZAÇÃO DA PLATAFORMA WEB

Na construção de uma página Web é essencial que se defina para que *browsers* a mesma irá estar otimizada, disponibilizando essa informação ao utilizador em local bem visível, sendo que normalmente é colocada no fundo da página.

Aquando da distribuição dos inquéritos por questionário às famílias dos estudantes, uma das preocupações tidas, foi a de apurar quais os *browsers* mais utilizados pelos respondentes e desse modo otimizar a página Web consoante as respostas obtidas. Todavia, por se tratar de um projeto que foi desenvolvido tendo em conta outras duas perspetivas – docentes e estudantes, houve a necessidade de reunir as respostas dadas pelos três públicos e assim compreender quais as suas preferências.

Gráfico 17 – Browsers mais utilizados



Tendo como referência um universo de 1658 respondentes (docentes, estudantes e

³⁸ Navegador que possibilita ao utilizador interagir com diferentes páginas Web.

familiares dos estudantes), o gráfico 17 representa as preferências expressas pelos mesmos em termos dos *browsers* que mais utilizam. O Google Chrome foi o mais escolhido pela maioria dos respondentes (987 em 1658). Sendo que o Mozilla Firefox, com 303 inquiridos, e o Internet Explorer, com 282 respondentes, foram a segunda e terceira escolhas, respetivamente.

Deste modo, a página Web foi construída de forma a estar otimizada para estes três *browsers*. No entanto, e no que se refere ao Internet Explorer, a otimização não foi totalmente conseguida devido a problemas com o *slideshow*³⁹, um dos elementos que constituem a página e cuja função vai ser referida mais à frente.

5.4.2. ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DA PLATAFORMA WEB

A plataforma Web da DeCA_WebEx, que está disponível no endereço decawebex.web.ua.pt, encontra-se dividida em 5 páginas principais: “INÍCIO” (corresponde à página inicial), “QUEM SOMOS”, “PROGRAMAÇÃO”, “PODCASTS” e “EQUIPA”. Sendo que, cada uma delas disponibiliza ao ouvinte um conjunto de diferentes funcionalidades, bem como de informação acerca da própria webrádio.

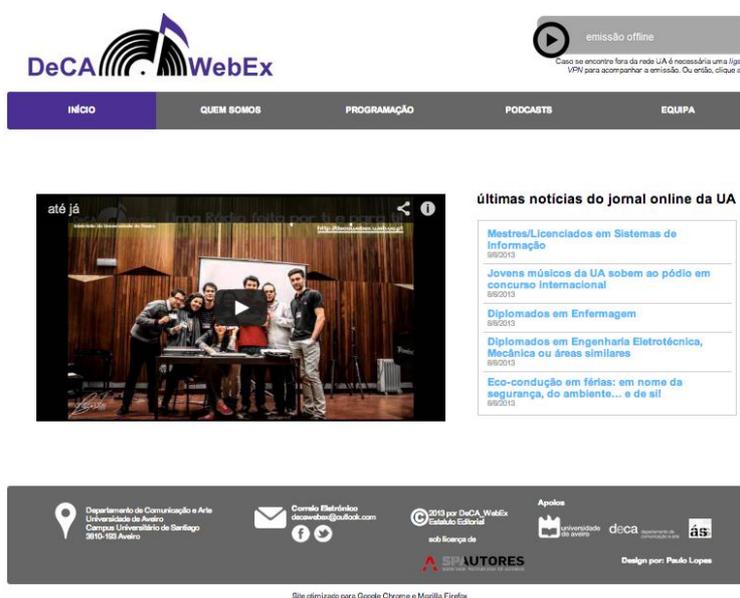


Figura 23 – Página inicial da plataforma Web onde está sediada a webrádio DeCA_WebEx

³⁹ Consiste na apresentação de uma série de imagens estáticas numa tela de projeção ou num dispositivo eletrónico.

A página inicial da DeCA_WebEx (figura 23), encontra-se dividida em 4 partes. A primeira diz respeito ao “cabeçalho” da própria página, onde está presente o logótipo da webrádio (canto superior esquerdo) e o *player* de emissão (canto superior direito), que possibilita ao ouvinte acompanhar a emissão em direto, caso se encontre dentro da rede da Universidade de Aveiro ou fora através de uma ligação VPN. É importante referir, e uma vez que as emissões só tinham lugar às quartas-feiras entre as 21 e as 23 horas, que durante esse intervalo de tempo o *player* tinha a informação de emissão *online*⁴⁰. Já nos restantes dias informava o ouvinte de que não se encontrava disponível – emissão *offline*⁴¹.

Outra das partes que constituem a página inicial corresponde ao menu de navegação da plataforma, que se encontra por baixo do logótipo e do *player* de emissão. Através do *player* o ouvinte tem a possibilidade de navegar livremente pela página Web, usufruindo dos mais variados conteúdos que tem ao seu dispor.

O bloco central da página comporta dois elementos distintos: um *slideshow* e um *feed*⁴² de notícias do jornal *online* da UA atualizado ao minuto. A colocação do *slideshow* teve como pretensão a divulgação de eventos realizados tanto na universidade como na cidade de Aveiro, sendo que alguns deles tiveram a cobertura da DeCA_WebEx, o *feed* de notícias foi uma das funcionalidades escolhidas pelos públicos-alvo (docentes, estudantes e familiares dos estudantes) para integrar a plataforma Web e a sua pertinência vai ser explicada no ponto seguinte.

Por último, a parte correspondente ao “rodapé”, e que tal como o “cabeçalho”, está presente em todas as páginas que constituem a plataforma Web, refere-se a um conjunto de informação pertinente acerca da webrádio: a sua localização geográfica, os contactos que vão desde o correio eletrónico (decawebeex@outlook.com) até à interação através das páginas da DeCA_WebEx nas redes sociais (Facebook e Twitter), o Estatuto Editorial e a informação que é um meio de comunicação que se encontra licenciado pela SPA. Conta também com a referência às entidades que apoiam a webrádio e que foram fundamentais para a sua existência – Universidade de Aveiro, Departamento de Comunicação e Arte e Rádio ÁS, e com a informação de quem foi o responsável pela criação da plataforma Web – Paulo Lopes, aluno do mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro.

⁴⁰ Termo inglês cujo significado é “estar em linha”.

⁴¹ Termo inglês cujo significado é “estar fora de linha”.

⁴² Formato de dados utilizado para fazer chegar informação ao utilizador e cujo conteúdo está em constante utilização.

Para além da página inicial, o ouvinte tem ao seu dispor outras páginas como é o caso da denominada por “QUEM SOMOS” (figura 24), que lhe dá a possibilidade de saber um pouco mais acerca do projeto webrádio, nomeadamente, os fatores que estiveram na sua génese e que conjugados permitiram a sua conceptualização.



Figura 24 – Página “QUEM SOMOS” da plataforma Web onde está sediada a webrádio DeCA_WebEx

O separador “PROGRAMAÇÃO” (figura 25) tem o objetivo de informar o ouvinte acerca do dia e da hora a que os programas são emitidos, bem como a sua duração e autoria. Dá-lhes ainda conhecimento de qual o tipo de conteúdo que os mesmos abordam.

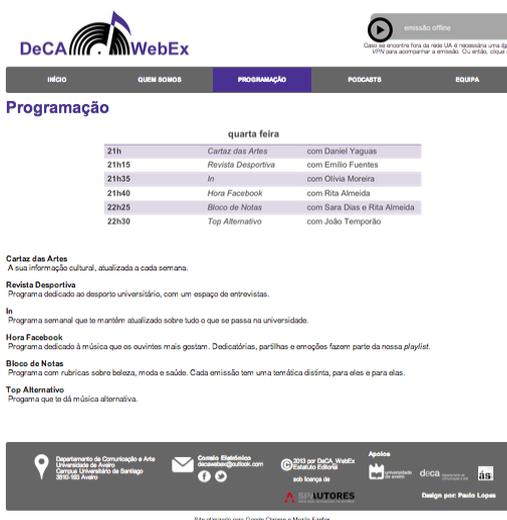


Figura 25 – Página “PROGRAMAÇÃO” da plataforma Web onde está sediada a webrádio DeCA_WebEx

Prosseguindo a visita pela plataforma Web, o ouvinte depara-se com uma seção designada por “PODCASTS” (figura 26). Nesta página, terá acesso a um histórico que contempla todas as edições dos vários conteúdos que constituem a grelha de programação, ou se preferir, as emissões no seu todo.



Figura 26 – Página “PODCASTS” da plataforma Web onde está sediada a webrádio DeCA_WebEx

Por último, a página denominada por “EQUIPA” (figura 27) tem como função dar a conhecer aos ouvintes os elementos que constituíram a equipa editorial da webrádio e cujo apoio foi essencial para que o projeto fosse uma realidade.

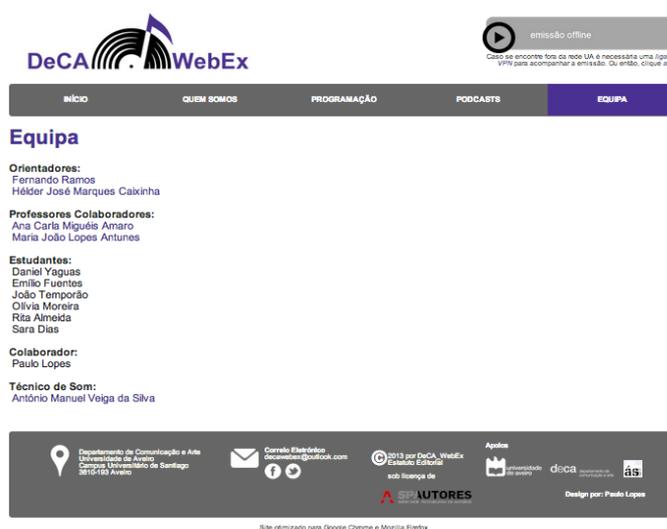


Figura 27 – Página “EQUIPA” da plataforma Web onde está sediada a webrádio DeCA_WebEx

Neste sentido, a equipa editorial foi composta pelos seguintes elementos:

Orientadores

- **Fernando Ramos**

Professor Catedrático na Universidade de Aveiro.

- **Hélder Caixinha**

Professor na Universidade de Aveiro.

Professores colaboradores

- **Ana Carla Amaro**

Professora na Universidade de Aveiro.

- **Maria João Antunes**

Professora na Universidade de Aveiro.

Estudantes

- **Daniel Yaguas**

Aluno do curso de Administração Pública da Universidade de Aveiro.

- **Emílio Fuentes**

Aluno do mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro.

- **João Temporão**

Aluno do curso de Administração Pública da Universidade de Aveiro.

- **Paulo Lopes**

Aluno do mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro.

- **Olívia Moreira**

Aluna do curso de Administração Pública da Universidade de Aveiro.

- **Rita Almeida**

Aluna do mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro.

- **Sara Dias**

Aluna do mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro.

Técnico de Som

- **António Veiga**

Responsável técnico da vertente audiovisual no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

Conhecida a estrutura e organização da plataforma Web da webrádio DeCA_WebEx, é necessário identificar e explicar as principais funcionalidades que a mesma coloca ao dispor do ouvinte, sendo algumas delas resultado das necessidades apuradas no seguimento da realização dos inquéritos por questionário, não só às famílias estudantes como também aos docentes e estudantes – as duas outras perspetivas que constituem o projeto webrádio.

5.4.3. FUNCIONALIDADES DA PLATAFORMA WEB

As funcionalidades disponibilizadas ao ouvinte aquando da sua navegação pela plataforma Web, são o resultado de uma conjugação entre as necessidades evidenciadas pelos públicos-alvo (docentes, estudantes e famílias dos estudantes) aquando da realização dos inquéritos por questionário e das pretensões da equipa editorial.

Deste modo, em seguida irão ser identificadas e explicadas as funcionalidades oferecidas pela plataforma Web aos ouvintes da DeCA_WebEx.

5.4.3.1. Acompanhamento da emissão em direto

Tratando-se de uma rádio com presença exclusiva na Internet, ou seja, não tendo um sinal hertziana através do qual os ouvintes podem acompanhar a emissão, a principal funcionalidade da plataforma Web da DeCA_WebEx foi o acesso a um *player* de emissão (figura 28) que possibilitasse escutar os diferentes conteúdos produzidos.



Figura 28 – Player de emissão presente na plataforma Web

No que se refere à forma como o próprio *player* foi construído, procurou-se que o mesmo fosse um elemento de fácil identificação para o ouvinte e que transmitisse a informação de quando a emissão estava disponível. Assim, recorreu-se a um jogo de cores sendo que quando o ouvinte passava o cursor do rato sobre o *player*, a sua cor deixava de ser preto para passar a ser roxo.

Contudo, e tal como já foi referido anteriormente, para ser possível acompanhar a emissão em direto era necessário que os ouvintes estivessem dentro da rede UA ou ligados à mesma através de uma ligação VPN. Assim sendo e com a intenção de colmatar esta restrição, foi disponibilizado aos ouvintes os ficheiros de áudio de todas as edições dos diferentes programas bem como das emissões completas.

5.4.3.2 Podcasts das emissões e dos programas

Tendo como principal objetivo possibilitar o acesso aos conteúdos por parte das pessoas que não têm ligação à rede UA, nomeadamente os familiares dos estudantes uma vez que não possuem credenciais de acesso, foram regularmente disponibilizados os ficheiros de áudio das emissões no seu todo e de cada uma das edições dos diferentes programas (figura 29). Logo, quem não tivesse possibilidade de acompanhar as emissões por restrições técnicas ou simplesmente porque não tinha disponibilidade de as acompanhar no horário estabelecido, ou ainda por querer voltar a ouvir determinada emissão ou programa e até descarregar o ficheiro de áudio para o seu computador, através desta funcionalidade, todas essas pretensões foram asseguradas.



Figura 29 – Podcasts das emissões completas (à esquerda) e das várias edições dos programas (à direita)

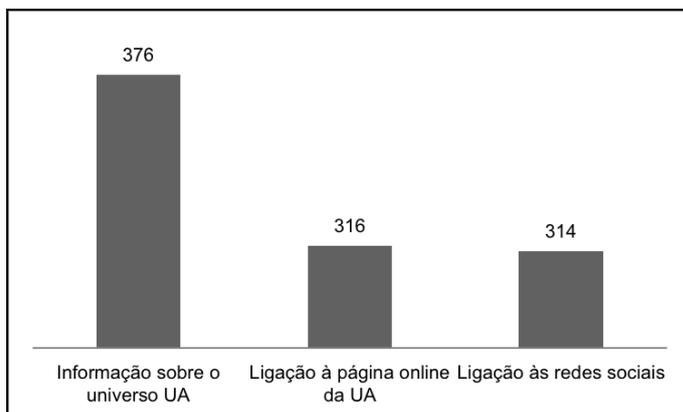
Sendo o recurso a *podcasts* uma aposta da equipa editorial da webrádio pelos aspetos referidos anteriormente, procurou-se fazer face às necessidades dos públicos-alvo (docentes, estudantes e famílias dos estudantes), aquando da distribuição dos inquéritos por questionário, relativamente às funcionalidades que mais gostariam que a plataforma Web comportasse.

5.4.3.3. Preferências funcionais dos públicos-alvo

Assumindo mais uma vez que a webrádio não é dirigida unicamente para as famílias dos estudantes, mas também para os docentes e estudantes, reuniram-se as respostas dadas pelos três públicos-alvo relativas à questão de quais as funcionalidades que deviam integrar a plataforma Web (gráfico 18).

Num total de 1723 respostas válidas, a funcionalidade que reuniu maior consenso foi a plataforma Web disponibilizar informação acerca do universo UA (376 respondentes escolheram-na em primeiro lugar). Sendo que de seguida a ligação à página *online* da UA (316 inquiridos) e a ligação às redes sociais (314 inquiridos) foram a segunda e terceira escolhas, respetivamente.

Gráfico 18 – Preferências funcionais dos públicos-alvo



Perante estes resultados e de modo a fazer face às pretensões dos públicos-alvo, optou-se por incluir na plataforma um *feed* de notícias do jornal *online* da UA, atualizado de forma automática de forma a dar a possibilidade aos ouvintes de estarem informados acerca do que se passa no Universo UA (figura 30).

últimas notícias do jornal online da UA



Figura 30 – Feed de notícias do jornal *online* da UA

Incluíram-se ainda três hiperligações (figura 31), uma para a página *online* da Universidade de Aveiro (www.ua.pt), satisfazendo a pretensão dos públicos-alvo em existir uma ligação à página Web da universidade, e outras duas para a presença da DeCA_WebEx nas redes sociais, Facebook e Twitter, com vista a ir ao encontro da necessidade dos públicos em existir uma ligação às redes sociais.



Figura 31 – “Rodapé” da plataforma Web

Desvendadas as funcionalidades que a plataforma Web da DeCA_WebEx oferece, segue-se a questão da interação/participação entre a webrádio e os seus ouvintes. Com vista a dotar o ouvinte de meios que lhe possibilitassem interagir não só com a webrádio mas também a terem um papel ativo no que diz respeito à escolha do conteúdo dos programas, optou-se por recorrer às redes sociais como um meio de comunicação entre ouvintes e equipa editorial.

5.4.3.4. Redes sociais: um canal de interação

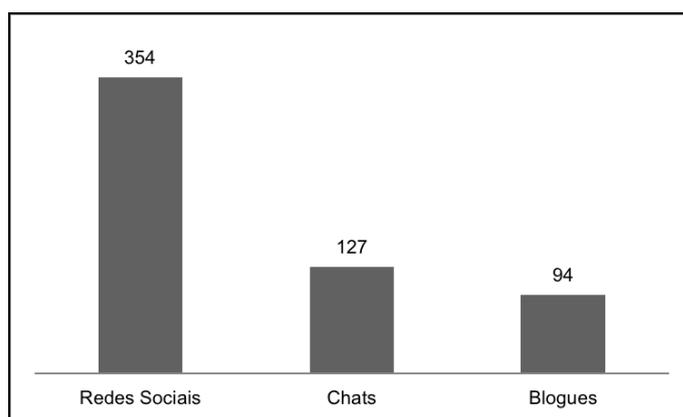
A crescente popularidade e afirmação das redes sociais enquanto meio de comunicação de massas precipitaram a sua utilização como via de interação entre a webrádio DeCA_WebEx e os seus ouvintes.

Uma das pretensões deste projeto, era que o ouvinte desempenhasse um papel ativo em redor da webrádio, podendo dar a sua opinião e até ter poder de decisão relativamente aos conteúdos transmitidos. Desta forma, e relativamente aos inquiridos por questionário, tentou-se perceber junto dos públicos-alvo (docentes, estudantes e famílias dos estudantes) se interagiam com as webrádios que já ouviam, no caso dos ouvintes, e se estariam dispostos a interagir no que se refere aos não ouvintes. Ambos os respondentes, ouvintes e não ouvintes, afirmaram na sua maioria (1226 em 1723 inquiridos) não interagir com as webrádios que acompanham ou não estarem dispostos a participar caso ouvissem.

Embora a clareza dos resultados e tendo em conta aqueles que responderam afirmativamente, procurou-se compreender de que forma participam ou participariam (gráfico 19).

Dos 416 inquiridos que indicaram interagir ou ter pretensões de tal caso fossem ouvintes, 354 indicou que é/seria através das redes sociais. Já 127 apontou os *chats*⁴³ como modo de participação, enquanto 94 optou pelos blogues.

Gráfico 19 – Forma de interação/participação dos públicos-alvo

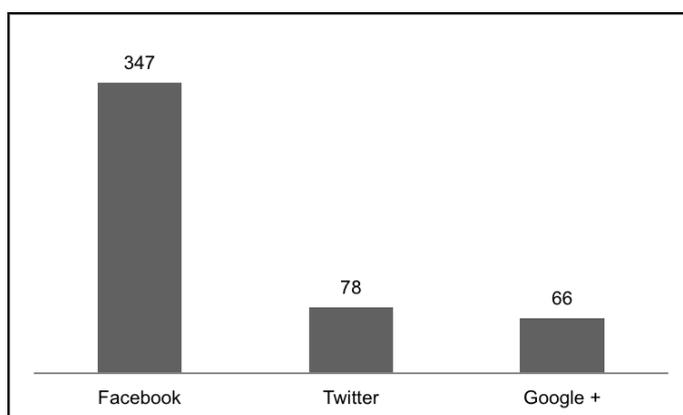


⁴³Termo inglês cujo significado é “conversaçoão”. É normalmente utilizado para designar aplicações de conversaçoão em tempo real.

Apurada a forma de interação mais escolhida – as redes sociais, restava saber de entre as existentes quais as preferidas (gráfico 20).

Dos 354 inquiridos que escolheram as redes sociais como forma de interação/participação, 347 dos mesmos indicaram o Facebook como a mais indicada. Sendo que em segundo ficou o Twitter, com 78 respondentes, e em terceiro o Google, que foi escolhido por 66 respondentes.

Gráfico 20 – Redes sociais preferenciais dos públicos-alvo



Os resultados obtidos tiveram como consequência, a criação de uma página da DeCA_WebEx nas duas redes sociais mais escolhidas – o Facebook e o Twitter (figura 32).

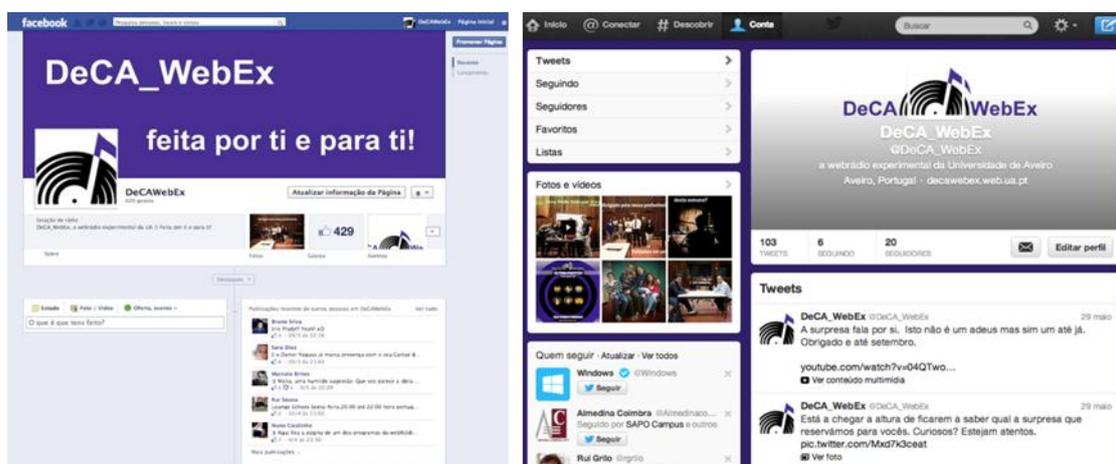


Figura 32 – Páginas da DeCA_WebEx no Facebook (à esquerda) e no Twitter (à direita)

Ao longo das nove emissões que constituíram esta fase experimental, ambas as páginas, funcionaram como um canal de comunicação entre a webrádio e os seus ouvintes. A divulgação de eventos cobertos pela DeCA_WebEx, o lançamento de edições especiais de alguns dos programas pertencentes à grelha de programação, a escolha livre por parte dos ouvintes das músicas que semanalmente constituíram o programa Hora Facebook e o contacto “in loco” com os ouvintes durante a emissão, dando-lhes a informação de quando a mesma já se encontrava disponível bem como o nome do programa e respetivo locutor que ia passar a seguir, foram aspetos que só foram alcançados graças à instantaneidade e ao grande alcance em termos do número de utilizadores que estas duas redes sociais têm.

Apesar de a plataforma Web da DeCA_WebEx colocar ao dispor do ouvinte um conjunto variado de funcionalidades, a verdade é que só através da utilização do Facebook e do Twitter foi possível estabelecer um contacto efetivo com o público que nos acompanhou durante esta fase experimental.

Mesmo sendo as redes sociais o melhor meio para divulgar e fazer chegar aos consumidores determinado produto, a elaboração de uma estratégia coesa de divulgação é deveras crucial. Neste sentido, a equipa editorial recorreu a diferentes formatos para difundir não só a primeira emissão da DeCA_WebEx, que foi para o ar no dia 3 de abril de 2013, mas também todas as iniciativas levadas a cabo pela mesma.

6. DIVULGAÇÃO

A campanha publicitária criada em redor do lançamento da DeCA_WebEx envolveu dois suportes distintos: o digital e o papel.

Aproveitando mais uma vez as “mailing lists” dos Serviços de Comunicação, Imagem e Relações Públicas da Universidade de Aveiro, divulgou-se pela comunidade académica um *e-mail* que, para além de dar conhecimento do dia e da hora da primeira emissão, encaminhava o utilizador para um *link* onde o mesmo teria acesso a um *teaser*⁴⁴ (figura 33). Este, consistiu na elaboração e gravação de um conteúdo de áudio com o objetivo de despertar a curiosidade da comunidade para algo que estava prestes a chegar. É importante referir, que se optou por alojar este *teaser* na página onde atualmente está sediada a DeCA_WebEx (decawebex.web.ua.pt) com o intuito de criar rotinas aos futuros ouvintes.

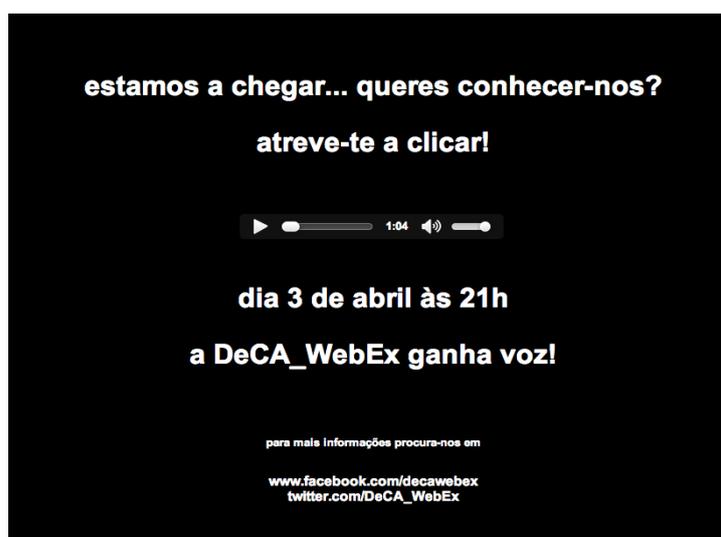


Figura 33 – Teaser publicitário do lançamento da DeCA_WebEx

⁴⁴ Técnica utilizada em marketing para chamar a atenção do público face a determinado produto que está prestes a ser lançado. Normalmente a informação acerca do produto que está a anunciar é escassa, despertando a curiosidade e o interesse do consumidor. Disponível no anexo 11.

Outra maneira que permitiu dar a conhecer a DeCA_WebEX e que está ligada a esta vertente digital, foi a notícia publicada no jornal *online* da UA (figura 34). Para além de uma breve explicação acerca dos fatores que precipitaram a sua existência, a disponibilização e consequente difusão dos *links* que dão acesso à plataforma Web e às páginas do Facebook e Twitter, possibilitou ir ao encontro de um maior número de possíveis ouvintes.



Figura 34 – Notícia publicada no jornal online da UA acerca da DeCA_WebEx⁴⁵

De modo a reforçar a estratégia de divulgação, considerou-se pertinente criar um suporte publicitário físico, que pudesse pela sua originalidade, despertar o interesse da comunidade académica face ao conteúdo que o mesmo transmitia. Neste sentido, foi criado um autocolante (Figura 35) que, para além de conter a informação acerca de que algo estava prestes a chegar, indicando o dia e a hora da primeira emissão da DeCA_WebEx, tinha ainda um código QR⁴⁶ que reencaminhava as pessoas para o *link* da plataforma Web, onde naquele momento estava o *teaser* referido anteriormente. Foi tido em atenção, o facto de estes códigos ainda não estarem totalmente enraizados na sociedade, levando a que muitas pessoas não compreendam a sua utilidade, e foi

⁴⁵ Disponível em <http://uaonline.ua.pt/pub/detail.asp?c=33681&lg=pt> [consultado em 15 de abril de 2013].

⁴⁶ Sigla do inglês Quick Response. Trata-se de um código de barras bidimensional que possibilita ao utilizador aceder a um texto, a um endereço URL ou até a um vídeo.

disponibilizado por baixo do código QR o *link* ao qual teriam acesso caso utilizassem corretamente o mesmo.



Figura 35 – Autocolante alusivo ao lançamento da DeCA_WebEx

Os autocolantes, que viriam também a assumir a função de cartazes, foram espalhados de forma estratégica por toda a universidade, ou seja, em todos os departamentos e zonas de convívio, bem como nos bares e nas cantinas, a sua presença foi uma realidade.

Para além destes dois suportes físicos de divulgação, e agora de modo a dar conhecimento da existência da DeCA_WebEx não só à comunidade académica, mas também à cidade de Aveiro, seis dos elementos da equipa editorial, disponibilizaram-se para falar do projeto ao jornal Diário de Aveiro e conseqüentemente, no dia da primeira emissão, foi publicada uma notícia neste meio de comunicação local (Figura 36) referente aos pressupostos, que estiveram na base da criação da webrádio.



Figura 36 – Notícia publicada na edição do dia 3 de abril de 2013 do jornal Diário de Aveiro alusiva à DeCA_WebEx

Um outro meio de comunicação importante para divulgação da DeCA_WebEx foi a estação de rádio portuguesa – Antena 1, pelas “mãos” do programa Click. O facto de a responsável pelo mesmo, se ter demonstrado interessada em entrevistar alguns dos elementos da equipa, com o intuito de dar a conhecer um pouco mais do projeto, nomeadamente pelas próprias especificidades que caracterizam um meio como a web rádio contribuiu, não só para reforçar a credibilidade e mais valia do projeto, mas também para dar a conhecer a sua existência a um universo mais alargado de possíveis ouvintes. A entrevista em questão foi para o ar no dia 11 de maio de 2013 e encontra-se disponível *online*⁴⁷.

▪ **Emissões especiais**

Embora o conteúdo dos programas fosse da inteira responsabilidade dos seus autores/locutores, a realização de iniciativas, como por exemplo o Made in DeCA⁴⁸, não poderiam deixar de ser devidamente referenciadas ao longo das emissões que o antecederam bem como as que o sucederam.

⁴⁷ Disponível em http://rsspod.rtp.pt/podcasts/at1/1305/505239_134775-1305091742.mp3 [consultado em 15 de maio de 2013].

⁴⁸ Mostra anual de curtas-metragens do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

Neste sentido, edições especiais relativas a este evento dos programas Cartaz das Artes e o IN foram devidamente divulgadas através das redes sociais com o recurso a construções gráficas (figura 37).



Figura 37 – Flyers das edições especiais dedicadas ao Made in DeCA

Outro dos *flyers*⁴⁹ publicitários criados alusivos ao Made in DeCA refere-se à cobertura que a equipa da webrádio fez no dia em que o evento se realizou, e cujo intuito foi o de registar “in loco” as expectativas dos nomeados e as reações dos vencedores (figura 38).

⁴⁹ Em português significa folhetos.



Figura 38 – Flyer referente à cobertura do Made in DeCA

No decorrer da estratégia adotada, também a última emissão da fase experimental da DeCA_WebEx teve direito a divulgação. Recorrendo ao Facebook e ao Twitter, foi difundido um folheto (figura 39) com vista a alertar os ouvintes para o fim do ciclo experimental e a criar algum interesse nos mesmos face aos conteúdos que iriam ser transmitidos.



Figura 39 – Flyer da última emissão da DeCA_WebEx

7. BALANÇO DAS EMISSÕES DA DeCA_WebEx

A fase experimental da webrádio DeCA_WebEx, que decorreu entre os dias 3 de abril de 2013 e 29 de maio de 2013 e foi constituída por um total de nove emissões⁵⁰, nas quais se privilegiou não só a variedade em termos de conteúdos, mas também a qualidade dos mesmos.

Neste sentido, o presente capítulo pretende realizar uma análise cuidada dos dados obtidos tanto pelo servidor da plataforma Web, nomeadamente o número de ouvintes que acederam à página durante as emissões, como pela rede social Facebook (principal via de interação), e que se relacionam com a interação entre a webrádio e os seus seguidores. Optou-se também por avaliar a qualidade do serviço prestado junto dos públicos-alvo abrangidos, com especial atenção para as famílias dos estudantes, através de um inquérito por questionário de satisfação e validação. Não esquecendo ainda, um conjunto de limitações técnicas, que impossibilitaram uma transmissão regular dos conteúdos produzidos.

7.1. DADOS RELATIVOS AO SERVIDOR DA PLATAFORMA WEB

O recurso aos dados disponibilizados pelo servidor de alojamento da plataforma Web da DeCA_WebEx, possibilitou apurar o número de utilizadores que a visitaram no período referente às nove emissões experimentais (de 3 de abril a 29 de maio), quais os *podcasts* mais descarregados pelos ouvintes e ainda os browsers mais utilizados para aceder à página Web.

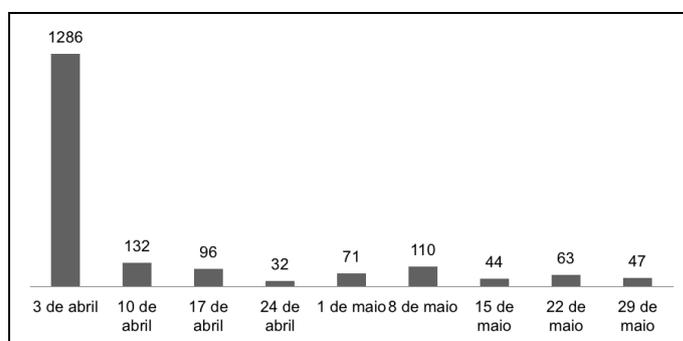
⁵⁰ Disponível no anexo 11.

Torna-se importante referir que os dados analisados em seguida têm valores acima do real, uma vez que contabilizam todas as atividades de gestão da plataforma Web realizadas pelos elementos da equipa DeCA_WebEx.

No que diz respeito ao número de visitantes registado entre os dias 3 de abril e 29 de maio (anexo 8), verifica-se que os dias de maior afluência de ouvintes correspondem em grande parte aos dias referentes às emissões e pós emissões, registando-se um decréscimo nos restantes dias da semana. Estes dados, permitem concluir que a maioria dos ouvintes acedeu aos conteúdos transmitidos, ou no próprio dia de emissão, ou no dia imediatamente a seguir.

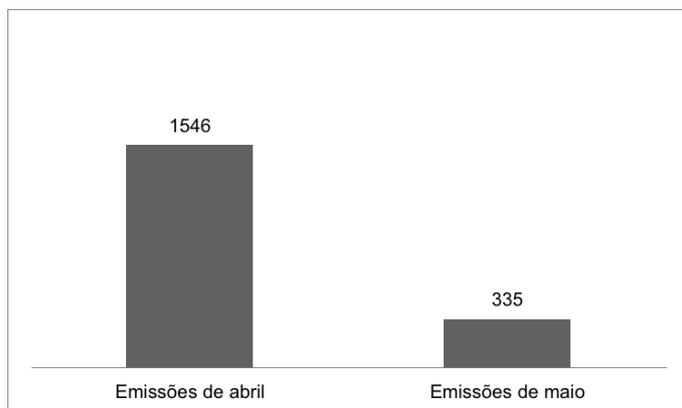
Tendo em conta apenas os dias de emissão (gráfico 21), o dia de estreia (3 de abril) foi o que registou o maior fluxo com 1286 visitantes. Seguindo-se a segunda emissão, dia 10 de abril, com 132 visitantes e a fechar o pódio a quinta emissão, com um total de 110 visitantes, que estão inteiramente ligados às edições especiais dos programas Cartaz das Artes e IN referentes ao Made in DeCA 2013.

Gráfico 21 – Número de visitantes por dia de emissão da plataforma Web no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2013 e 29 de maio de 2013



Agrupando as emissões por meses (gráfico 22), e apesar de o mês de abril só se ter tido quatro semanas, ou seja, quatro emissões, o número total de visitantes (1546) foi bastante superior ao das cinco emissões, realizadas ao longo do mês de maio (335 visitantes). No entanto, esta diferença acentuada deve-se essencialmente ao elevado número de visitantes registados no dia de estreia - 1286 visitantes. Caso contrário, os números de ambos os meses (abril e maio), em termos de emissões, estariam muito próximos uns dos outros.

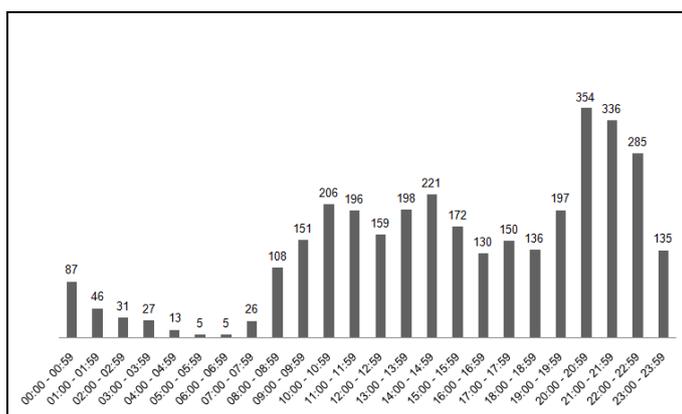
Gráfico 22 – Número de visitantes por mês da plataforma Web no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2013 e 29 de maio de 2013



Analisando agora o número de visitantes por hora (gráfico 23), o período entre as 20h e as 23h, e no qual está inserido o horário das emissões (das 21h às 23h), foi o que registou uma maior afluência.

Sendo já expectável, que o período referente às emissões fosse o que reunisse um maior número de visitantes e que se registasse um decréscimo acentuado, a partir das 23h até as 8h, é curioso constatar que entre as 8h e as 20h o número de visitantes é constante, pressupondo que neste período os ouvintes têm uma maior disponibilidade para visitar a plataforma Web.

Gráfico 23 – Número de visitantes por hora da plataforma Web no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2103 e 29 de maio de 2013



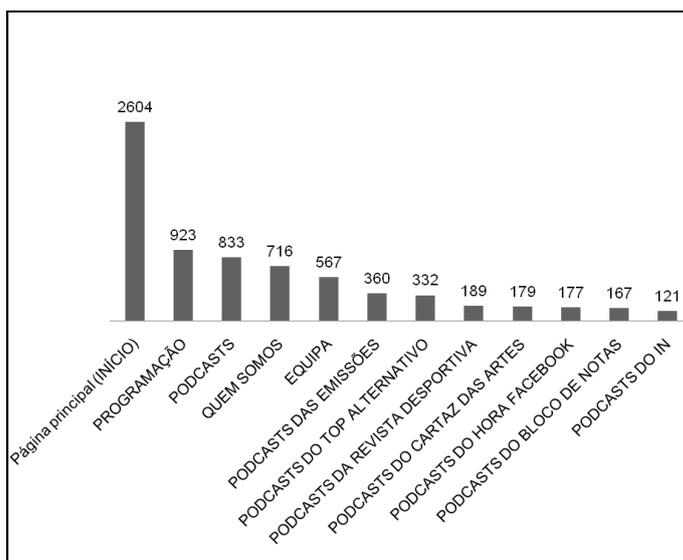
Outra análise pertinente, passa por apurar quais as páginas mais visitadas pelos ouvintes no decorrer das nove emissões (gráfico 24). Desta forma e como era expectável, a

página inicial foi a mais acedida com um total de 2604 visitantes. Logo a seguir, foi a referente à grelha de programação com 923 visitantes, o que pressupõe um interesse por parte dos ouvintes, face ao tipo de conteúdos transmitidos pela DeCA_WebEx.

Em terceiro lugar, ficou a página correspondente aos *podcasts*, que atingiu os 833 visitantes e permite concluir que esta funcionalidade, inserida por parte da equipa, foi do agrado dos ouvintes.

Ainda no que diz respeito aos *podcasts*, é visível uma preferência por parte dos ouvintes pelas emissões completas (360 visitantes) em detrimento das edições de cada uma dos programas – o número de visitantes de cada uma das páginas referentes aos *podcasts* dos programas não ultrapassa o da página das emissões completas.

Gráfico 24 – Número de visitantes por página no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2013 e 29 de maio de 2013

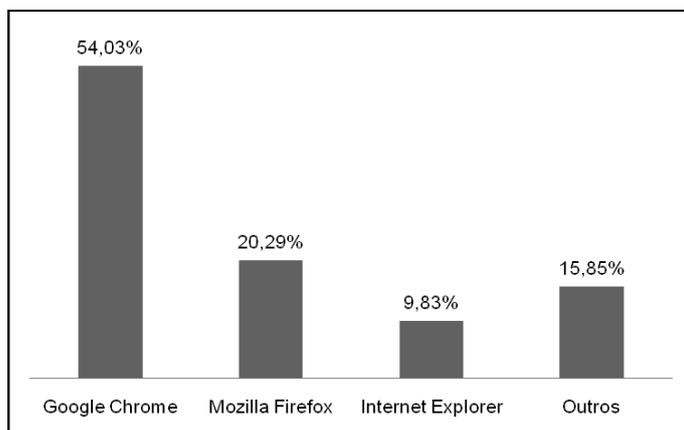


Por último e de modo a efetuar um cruzamento com os dados recolhidos junto dos públicos-alvo (docentes, estudantes e famílias dos estudantes) aquando dos inquéritos por questionário, torna-se pertinente apurar quais os *browsers* mais utilizados por parte dos visitantes para aceder à plataforma Web (gráfico 25).

Tal como tinha sido constatado nos inquéritos por questionário, ou seja, que os *browsers* preferências eram o Google Chrome, o MozillaFirefox e o Internet Explorer, também os dados fornecidos pelo servidor espelham essa mesma preferência. Em primeiro lugar aparece o Google Chrome, utilizado por 54,03% dos visitantes. Seguindo-se o Mozilla

Firefox e o Internet Explorer com 20,29% e 9,83%, respetivamente. Os restantes 15,85% dos visitantes aceder à página da DeCA_WebEx recorrendo a outros *browsers*.

Gráfico 25 – Browsers mais utilizados para aceder à plataforma Web no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2103 e 29 de maio de 2013



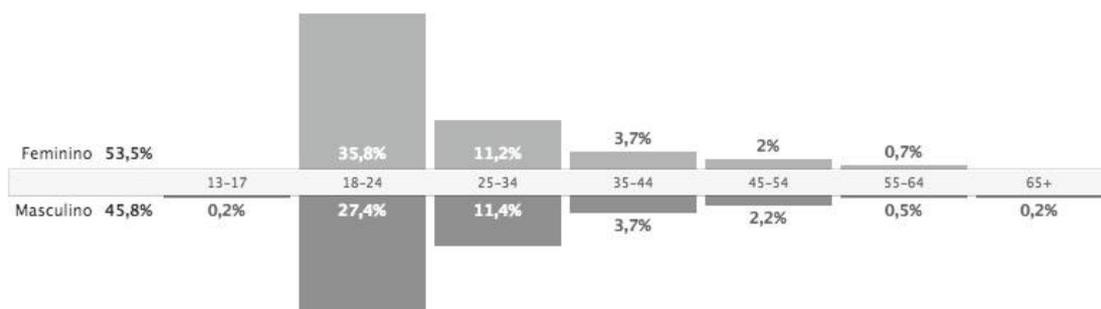
Após a análise dos dados fornecidos pelo servidor onde está alojado a plataforma Web, é imprescindível retirar ilações daquele que se constituiu como o principal canal de interação entre a DeCA_WebEx e os seus ouvintes – a página do Facebook.

7.2. DADOS DA PÁGINA DO FACEBOOK DA DECA_WEBEX

Aproveitando as estatísticas fornecidas pela própria página do Facebook, procurou-se perceber alguns dados relativos aos “gostos”, como sendo o sexo e a idade dos ouvintes, que optaram por acompanhar as novidades da DeCA_WebEx, através da página do Facebook, o seu distrito de residência (no caso de viver em Portugal) e ainda os dias em que se registaram um maior número de “gostos”.

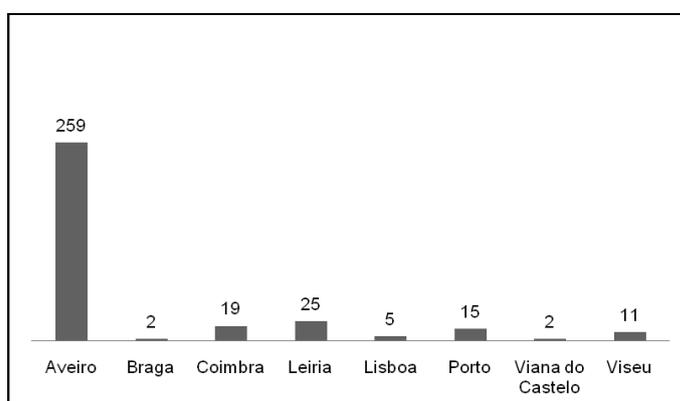
Neste sentido e analisando o período compreendido entre o dia de criação da página (5 de março de 2013) e o dia após a última emissão (30 de maio de 2013), a maioria dos “gostos” são provenientes de pessoas do sexo feminino (53,5%) e com idades compreendidas entre os 18 e os 24 anos (gráfico 26). Ou seja, estamos a falar de uma faixa etária bastante jovem e consequentemente muito familiarizada com as redes sociais.

Gráfico 26 – Sexo e idade das pessoas que colocaram “gosto” na página do Facebook da DeCA_WebEx, no período compreendido entre os dias 5 de março de 2013 e 30 de maio de 2013. Gráfico retirado das estatísticas geradas pela página do Facebook



Apesar de alguns dos “gostos” terem sido feitos por parte de pessoas que vivem em países como Espanha, Itália, Reino Unido e até Venezuela, o que reflete bem o alcance da DeCA_WebEx, a verdade, é que a grande maioria foi proveniente de seguidores residentes em Portugal. Neste sentido, e relativamente ao distrito de residência (gráfico 27), a maioria dos seguidores da página do Facebook vive em Aveiro (259), Leiria (25) e Coimbra (19), o que demonstra um claro interesse, relativamente à DeCA_WebEx, por parte das pessoas que habitam na região centro do país. Esta circunstância, está muito provavelmente relacionada com o facto de Leiria e Coimbra serem distritos bastante próximos de Aveiro, privilegiando de um acesso mais efetivo a informação referente à webrádio.

Gráfico 27 – Distrito de residência das pessoas que colocaram “gosto” na página do Facebook da DeCA_WebEx, no período compreendido entre os dias 5 de março de 2013 e 30 de maio de 2013



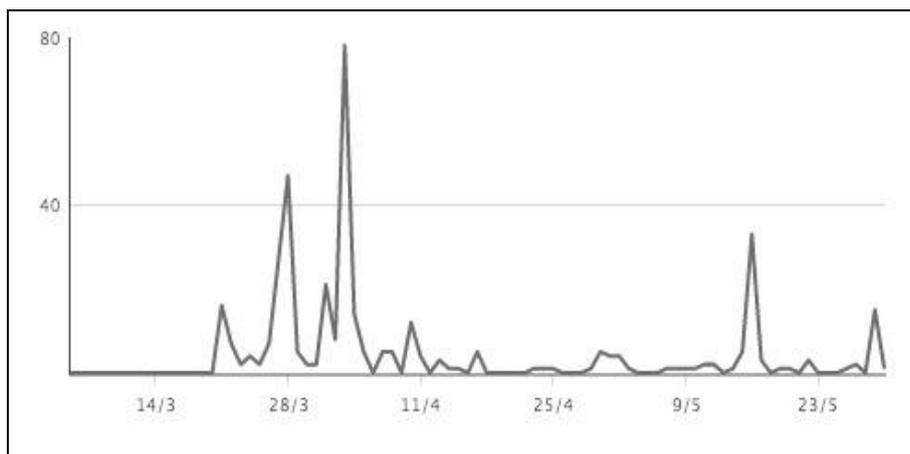
No que diz respeito à evolução do número de “gostos” no tempo (gráfico 28), mais concretamente entre os dias 5 de março e 30 de maio, é visível um pico de “gostos” no dia 21 de março, que se relaciona com as primeiras publicações realizadas pela equipa, nomeadamente, a disponibilização tanto dos autocolantes como dos avatares dos programas, cujo intuito passou por despertar a curiosidade dos seguidores, para real identidade dos mesmos.

Prosseguindo a análise, o segundo pico acontece no dia 28 de março, altura em que é feita uma publicação relativa aos cem “gostos” alcançados e uma outra com a notícia publicada pelo jornal *online* da UA referente ao dia de estreia da DeCA_WebEx.

Já o terceiro e o maior pico de “gostos”, relativo a 78 novos seguidores, acontece a 3 de abril, dia de estreia da webrádio. Nos dias seguintes e até ao dia 15 de maio dá-se uma descida acentuada do número médio “gostos”, que só foi contrariada devido à publicação do álbum de fotografias, resultante da cobertura feita pela DeCA_WebEx ao Made in DeCA 2013. O facto de as pessoas terem de “gostar” da página, de modo a aceder às fotografias, assume-se como a principal justificação para o pico registado.

Por fim, o pequeno pico verificado no dia 29 de maio é justificado não só por ter sido o dia da última emissão, mas também pelo vídeo “até já”⁵¹, realizado e publicado pela equipa com o intuito de fechar esta fase experimental.

Gráfico 28 – Evolução dos “gostos” da página do Facebook da DeCA_WebEx, no período compreendido entre os dias 5 de março de 2013 e 30 de maio de 2013⁵²



⁵¹ Disponível no anexo 11.

⁵² Gráfico retirado das estatísticas geradas pela página do Facebook da webrádio DeCA_WebEx.

Realizado o balanço das nove emissões, tendo como suporte os dados provenientes do servidor onde está alojada a plataforma Web e da página de Facebook da DeCA_WebEx, é chegada a altura de explicitar algumas das limitações técnicas que dificultaram a normal transmissão dos conteúdos produzidos.

7.3. LIMITAÇÕES DE CARIZ TÉCNICO OCORRIDAS DURANTE AS EMISSÕES

Durante as nove emissões da fase experimental, ocorreram alguns erros de natureza técnica relacionados com os servidores referentes à plataforma Web e ao *streaming*.

Relativamente ao servidor da plataforma Web, no decorrer da emissão do dia 24 de abril de 2013 ocorreu uma falha que implicou a indisponibilidade da página da DeCA_WebEx. De modo a resolver o problema, optou-se por disponibilizar através das redes sociais o *link* de acesso ao *player* de emissão para que os ouvintes pudessem, de igual forma, continuar a acompanhar a emissão. Apesar de a solução não ser de todo a ideal, uma vez que as pessoas não detentoras de credenciais de acesso à rede UA já acompanhavam as emissões através dos *podcasts* alojados na plataforma Web, foi a melhor forma encontrada para solucionar o problema.

Em termos de servidor *streaming*, e devido ao mesmo se encontrar fora de funcionamento, as emissões dos dias 17 de abril e 1 de maio de 2013 não foram transmitidas através desta tecnologia. Contudo, e aproveitando mais uma vez o Facebook e o Twitter, a informação acerca desta anomalia foi prontamente disponibilizada e a solução passou por facultar logo no início das emissões os *podcasts* tanto da emissão completa como de cada um dos programas.

No seguimento das falhas técnicas mencionadas e após um primeiro balanço resultante dos dados relativos à plataforma Web e à página do Facebook, optou-se por validar junto das famílias dos estudantes todo o trabalho realizado em termos dos conteúdos transmitidos e das próprias funcionalidades da plataforma Web.

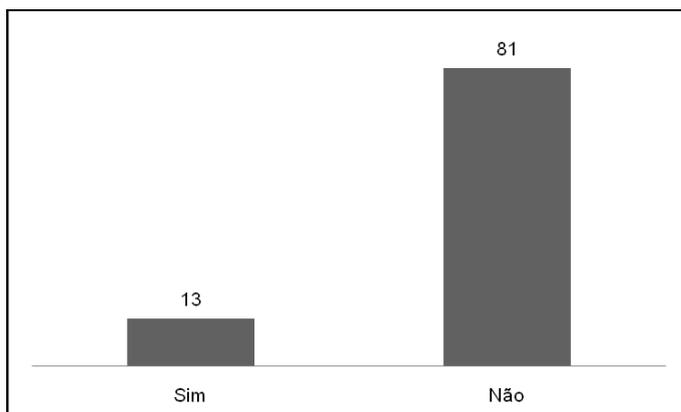
7.4. INQUÉRITO DE SATISFAÇÃO POR QUESTIONÁRIO

A impossibilidade de escolher apenas os respondentes do primeiro questionário, já que se tratou de um inquérito anónimo, e assim cruzar dados que permitissem tirar conclusões tendo em conta as repostas dadas em ambos os questionários, levou a que se optasse por contactar mais uma vez toda a comunidade disponível através das “mailing lists” dos Serviços de Comunicação, Imagem e Relações Públicas da Universidade de Aveiro. É ainda importante referir que, e de forma a dar maior visibilidade a esta fase de validação do trabalho realizado, foi publicada uma notícia no jornal *online* da UA (anexo 9) que para além de informar a comunidade académica acerca do objetivo dos inquéritos por questionário, disponibilizou o *link* de acesso aos mesmos.

7.4.1. FILTRAGEM DOS INQUIRIDOS

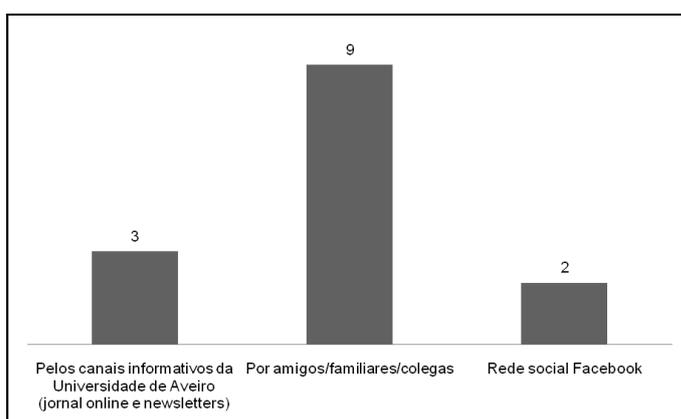
Na medida em que se tratava de um questionário com o intuito de avaliar o trabalho realizado ao longo das nove emissões que constituíram a fase experimental, e após o preenchimento dos campos correspondentes aos dados pessoais, os inquiridos foram questionados acerca do conhecimento que tinham da existência da webrádio DeCA_WebEx (gráfico 29). Neste sentido e tendo em conta um universo de 94 familiares, 81 indicaram não conhecer a DeCA_WebEx. Apesar de se tratar de uma amostra de pequena dimensão, o número elevado de familiares que assumiu desconhecer a existência da webrádio pressupõe a existência de limitações no que diz respeito à divulgação realizada.

Gráfico 29 – Familiares dos estudantes que conhecem ou não a DeCA_WebEx



Prosseguindo a análise dos dados, e agora tendo em conta apenas os 13 respondentes que afirmaram conhecer a webrádio, tornou-se pertinente compreender de que forma tiveram conhecimento da sua existência (gráfico 30). A maioria (9 respondentes) afirmou ter sido através de amigos, familiares ou colegas. O conhecimento através dos canais informativos da Universidade de Aveiro, nomeadamente o jornal *online*, foi outra das fontes apontadas (3 respondentes). Houve ainda dois inquiridos que indicaram ter sido através da rede social Facebook.

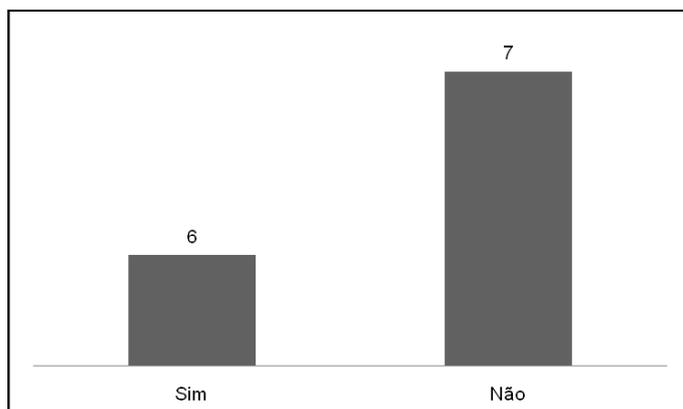
Gráfico 30 – Fontes para o conhecimento da existência da DeCA_WebEx



Tratando-se de um inquérito por questionário, cujo objetivo era validar o trabalho realizado no que diz respeito aos conteúdos transmitidos e à própria plataforma Web, era imprescindível que os inquiridos tivessem escutado efetivamente pelo menos uma emissão. Perante esta necessidade, e na sequência da questão “Já escudou alguma

emissão?”, 6 respondentes indicaram que sim e 8 que não (gráfico 31). Questionados acerca do porquê de nunca terem acompanhado nenhuma emissão, todos os respondentes afirmaram ter sido por falta de oportunidade e disponibilidade.

Gráfico 31 – Familiares dos estudantes que escutaram ou não alguma emissão da DeCA_WebEx

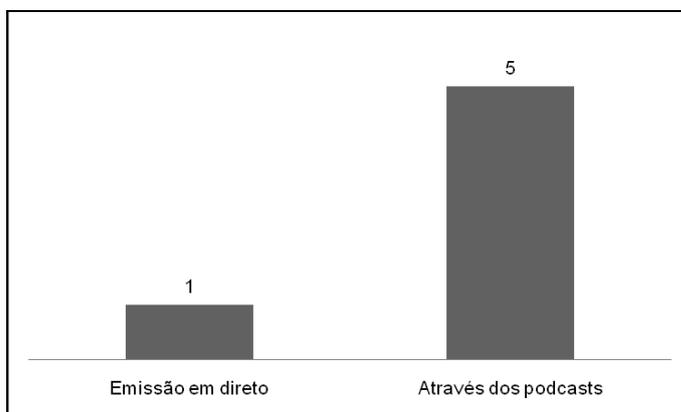


7.4.2. ACOMPANHAMENTO DA EMISSÃO: STREAMING E/OU PODCASTS

Definidos os 6 inquiridos, que por já terem escutado pelo menos uma emissão reuniram a exigência necessária para prosseguir o preenchimento do questionário, e conseqüentemente avaliar o trabalho realizado, estava na altura de apurar de que modo acompanharam a emissão. Assim sendo, pediu-se aos inquiridos que indicassem se foi em direto, através do *player* de emissão, ou através dos *podcasts* (gráfico 32). Dos 6 ouvintes, 1 acompanhou a emissão em direto e 5 recorreram aos *podcasts*.

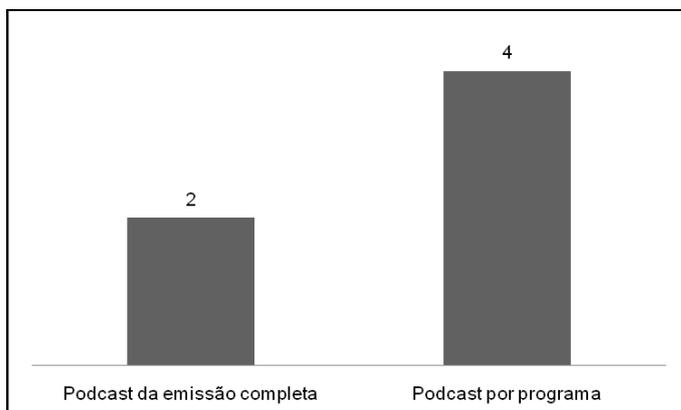
Os resultados verificados acabam por permitir dois tipos de reflexões. Por um lado, a falta de credenciais de acesso à rede UA, por parte da maioria dos familiares, cria entraves na medida em que impossibilita o acesso à emissão em direto, obrigando-os a recorrer aos *podcasts*. Por outro lado, a falta de disponibilidade para acompanhar a emissão no dia e hora estabelecidos abre portas à preferência pelos *podcasts*.

Gráfico 32 – Modo como os familiares dos estudantes acompanharam a emissão



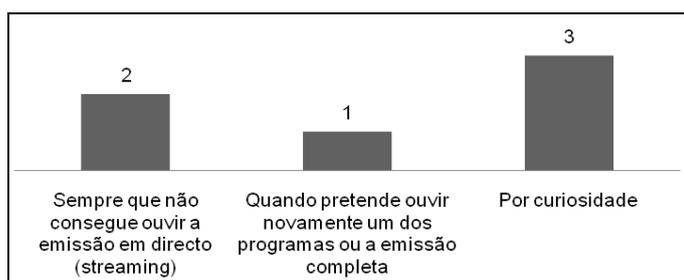
Tendo em conta os familiares que indicaram escutar as emissões através dos *podcasts*, era interessante perceber a que tipos de ficheiros recorreram mais (gráfico 33), isto é, se aos *podcasts* das emissões completas se aos de cada um dos programas. Assim e após serem analisados os resultados percebeu-se a maioria optou pelos *podcasts* dos programas (4 respondentes), sendo que 2 familiares indicaram recorrer aos referentes às emissões completas. Embora o número de inquiridos seja muito reduzido para perceber tendências, perante a amostra, a maioria preferiu os *podcasts* de cada um dos programas, o que pressupõe uma seleção por parte dos ouvintes face ao tipo de conteúdos que pretendem consumir.

Gráfico 33 – Tipo de podcasts a que os familiares recorreram



Ainda relativamente aos *podcasts*, procurou-se perceber em que situações os familiares optaram por efetuar o *download* dos mesmos (gráfico 34). Três dos inquiridos indicaram ser por curiosidade. A impossibilidade de acompanhar a emissão em direto (2 inquiridos) e o facto de querer voltar a ouvir determinada emissão ou apenas um programa (1 inquirido) foram os outros dois aspetos referidos.

Gráfico 34 – Situações em que os familiares efetuaram o download dos podcasts disponibilizados



7.4.3. AVALIAÇÃO DA GRELHA DE PROGRAMAÇÃO: CONTEÚDOS E DIA DE EMISSÃO

Um dos principais objetivos do inquérito por questionário de satisfação e validação foi apurar, juntos dos familiares dos estudantes, se o dia de emissão escolhido (quarta-feira) e os programas transmitidos satisfizeram as suas necessidades e interesses. Mais uma vez se reforça a ideia de que a impossibilidade de validar o trabalho realizado junto dos familiares, que responderam ao primeiro inquérito, não possibilita um cruzamento de dados.

De qualquer forma, dos 6 inquiridos, e tendo em conta a sua opinião face aos conteúdos que já ouviram, 2 familiares consideraram-nos satisfatórios e outros 2 muito satisfatórios. Havendo ainda 2 que os classificaram de ótimos.

Para além desta apreciação global, procurou-se saber junto dos familiares, quais os seus programas favoritos. Os programas musicais – Hora Facebook e Top Alternativo, escolhidos por 3 inquiridos, e o programa desportivo – a Revista Desportiva, escolhido por 2 inquiridos, foram os mais apreciados. Só por curiosidade, aquando dos primeiros inquéritos as temáticas mais desejadas pelos respondentes foram os programas de cariz musical e de entretenimento e humor. Assim sendo, e olhando para estes resultados, a música parece ser o principal interesse programático dos familiares dos estudantes.

No que diz respeito ao dia de emissão, nesta fase experimental optou-se por ser à quarta-feira, devido aos fatores já mencionados anteriormente. Apesar de na opinião dos familiares que responderam ao primeiro inquérito os dias ideais serem o sábado e o domingo, a verdade é que, dos 6 inquiridos que responderam ao presente questionário, 5 consideraram a quarta-feira como o dia mais indicado para a transmissão da DeCA_WebEx. O único familiar que não partilhou desta opinião, apontando a segunda-feira como o dia mais indicado, justificou a sua escolha por se encontrar a trabalhar no dia e horário a que a DeCA_WebEx transmitiu durante esta fase experimental.

7.4.4. UTILIDADE DAS FUNCIONALIDADES DA PLATAFORMA WEB

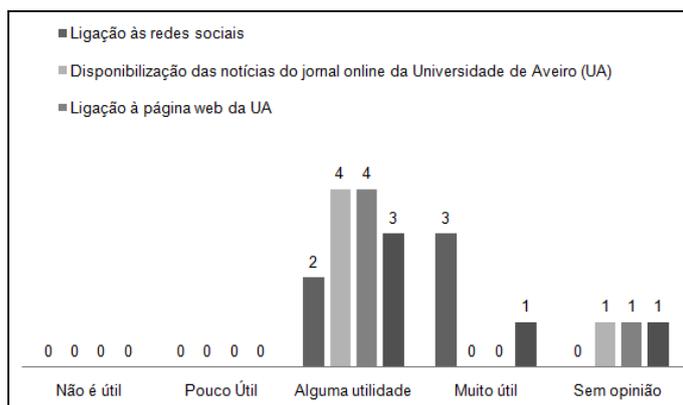
O espetro de aspetos a avaliar englobou também as funcionalidades da própria plataforma Web onde se encontra alojada a DeCA_WebEx. Tendo por base as funcionalidades indicadas pelos familiares que responderam ao inquérito por questionário, mais a disponibilização de *podcasts* das emissões e dos programas (opção da equipa editorial), questionaram-se os familiares acerca da sua utilidade (gráfico 35).

No que se refere à ligação às redes sociais, todos os inquiridos consideraram ser de alguma utilidade ou de muita utilidade. Relativamente à presença de um *feed* de notícias, ou seja, à disponibilização das notícias do jornal *online* da UA, 4 dos inquiridos indicaram ser de alguma utilidade e 1 não teve opinião. Já quanto à ligação à página da UA, e tal como se verificou anteriormente, 4 dos inquiridos, considerou ter alguma utilidade sendo que, apenas um não ter uma opinião formada.

Por último, a disponibilização de *podcasts*, tanto das emissões como dos programas, foi vista por parte dos familiares, como uma funcionalidade que possui alguma ou até muita utilidade, visto que só um dos inquiridos indicou não ter opinião relativamente a este aspeto.

Assim, e olhando para ambos os inquéritos, as funcionalidades escolhidas pelos primeiros inquiridos, e posteriormente implementadas na plataforma Web, parecem ir ao encontro dos interesses dos familiares dos estudantes.

Gráfico 35 – Grau de utilidade das funcionalidades da plataforma Web



7.4.5. INTERAÇÃO COM A DECA_WEBEX

No decorrer deste inquérito por questionário, procurou-se também compreender se os familiares costumavam interagir com a DeCA_WebEx. Dos cinco familiares que responderam a esta questão, apenas um afirmou participar, recorrendo para tal, à rede social Facebook.

Estes dados pressupõem que mesmo ouvindo e acompanhando a DeCA_WebEx, os familiares continuam a ter reservas quanto a desempenharem um papel ativo enquanto ouvintes. Algo que também se tinha verificado no primeiro inquérito por questionário, onde 308 de 351 respondentes indicou não interagir ou estar disposto a interagir com a webrádio.

7.4.6 O PAPEL DESEMPENHADO PELA DECA_WEBEX

Recorrendo a um conjunto de afirmações, pediu-se aos familiares inquiridos que se posicionassem relativamente a elas, tendo por base uma escala de 1 a 5, em que 1 é não concordo e 5 concordo totalmente.

Confrontados com a afirmação “A DeCA_WebEx tem fomentado a coesão interna na comunidade universitária de Aveiro.”, 3 dos respondentes posicionaram-se entre o 3 e o 4, o que reflete uma concordância face ao que a frase enuncia, mas 2 inquiridos indicaram não ter uma opinião formada.

O posicionamento face às restantes afirmações, ou seja: “A existência de uma webrádio tem permitido conhecer um pouco melhor o dia-a-dia da Universidade de Aveiro.” e “A disponibilização de *podcasts* (arquivos de áudio digital) dos conteúdos transmitidos é um

aspecto relevante da DeCA_WebEx.”, foi similar ao da afirmação anterior, uma vez que 4 dos inquiridos posicionam-se entre o 3 e o 5, e os restantes 2 manifestam não ter uma opinião formada relativamente às ideias que as frases transmitem. É de salientar, que a posição assumida pelos familiares quanto à afirmação relativa à disponibilização de *podcasts*, vai ao encontro da opinião manifestada, pelos mesmos, aquando questionados da sua utilidade enquanto funcionalidade integrante da plataforma Web.

Assim, e aproximando as opiniões dos familiares que responderam ao primeiro e segundo inquéritos, é visível um consenso quanto ao importante papel que a DeCA_WebEx deve procurar desempenhar enquanto meio de coesão da comunidade universitária de Aveiro e de divulgação do que de melhor é feito na UA.

8. CONCLUSÕES E TRABALHO FUTURO

Ao longo deste estudo, procurou-se compreender quais as características que deveria ter uma webrádio dirigida às famílias dos estudantes da Universidade de Aveiro, tendo em conta os seus interesses e necessidades. Não só em termos de qual a grelha de programação a implementar, mas também de qual a solução tecnológica mais viável para a implementação da webrádio, no que se refere a *hardware* e *software*.

Neste sentido, e através da implementação de um inquérito por questionário a 351 familiares dos estudantes, apurou-se que a maior parte dos familiares estaria disposto a ouvir a webrádio até uma hora por semana, preferencialmente ao sábado, e no horário compreendido entre as 20h e as 23h. No que se refere às preferências programáticas, as escolhas recaíram sobretudo em programas de cariz musical e de entretenimento e humor.

Em termos tecnológicas, optou-se por criar uma plataforma Web que serviu de suporte à webrádio e através da qual os ouvintes tiveram a possibilidade de acompanhar as emissões experimentais, quer em direto quer com o recurso a *podcasts*. Por um lado, a escolha do *hardware* utilizado cingiu-se ao disponibilizado pelo Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro. Por outro, o *software* utilizado para a edição e montagem dos conteúdos transmitidos (Adobe Audition e Audacity) durante esta fase experimental da webrádio, bem como aquele que possibilitou emitir, via Web, os conteúdos programáticos (SAM Broadcaster), foram o resultado de uma pesquisa e análise prévia de todos os *softwares* existentes para o efeito.

A fase experimental da DeCA_WebEx teve a duração de nove semanas, nas quais se procurou corresponder às necessidades não só das famílias dos estudantes, mas também a outros dois públicos – estudantes e docentes, que foram alvo de estudo por parte de duas investigadoras. Efetivamente, o facto de o projeto em causa se debruçar sobre três perspetivas distintas – estudantes, docentes e famílias dos estudantes, obrigou a uma adequação dos conteúdos que constituíram a grelha de programação, do modo a

satisfazer um maior número de ouvintes. Deste modo, foram seis os conteúdos programáticos que estiveram aos dispor da comunidade académica, e que abrangeram áreas como a música, a cultura, o desporto e o entretenimento.

Paralelamente a todo o processo de implementação da webrádio, foi delineada uma estratégia de divulgação que procurou não só informar a comunidade académica da sua existência, mas também criar uma empatia entre a própria equipa responsável pelo projeto e os ouvintes. Para tal, foi também essencial o papel desempenhado pelas redes sociais – Facebook e Twitter, enquanto promotoras e dinamizadoras da DeCA_WebEx.

Outro dos pressupostos desta investigação, foi o de aproveitar as potencialidades da Web, nomeadamente das redes sociais, como veículo de interação entre webrádio e ouvintes. Ao longo da fase experimental, o Facebook e o Twitter desempenharam um papel fundamental no que diz respeito à comunicação com os ouvintes. A informação disponibilizada relativamente ao conteúdo e autor de cada programa durante as emissões, e a participação no programa musical Hora Facebook, são alguns dos exemplos que justificam a importância que as redes sociais tiveram no processo de interação adjacente à DeCA_WebEx.

Terminada a fase experimental da webrádio, tornou-se pertinente validar, junto das famílias dos estudantes, o trabalho realizado. Para tal, recorreu-se mais uma vez a um inquérito por questionário, que permitiu perceber o impacto que a DeCA_WebEx teve junto do público, nomeadamente, se a grelha de programação e as funcionalidades da plataforma Web foram ao encontro do que era expectável.

Uma das falhas que foi possível detetar através deste segundo inquérito por questionário, prende-se com a divulgação, uma vez que dos 94 familiares inquiridos, 81 afirmou não ter conhecimento da existência da webrádio.

Relativamente aos conteúdos transmitidos, e tendo em conta os 6 familiares que indicaram ter ouvido pelos menos uma emissão, todos reconheceram qualidade e pertinência aos mesmos. Quanto ao dia de emissão – quarta-feira, e apesar de não ter sido a escolha preferencial dos familiares aquando do primeiro inquérito por questionário, apenas 1 referiu não ser o dia mais indicado para emitir, invocando questões de trabalho.

Um dos objetivos da presente dissertação, era tentar compreender de que forma a webrádio poderia aproximar as famílias dos estudantes e da própria Universidade de Aveiro. No decorrer dos primeiros inquéritos por questionário, e confrontados com esta questão, os familiares reconheceram a importância que a existência de um meio como a

webrádio teria para projetar não só a academia, mas também como instrumento de comunicação e coesão da comunidade. Salienta-se ainda o facto de os familiares considerarem, na sua maioria, que uma webrádio diminui as barreiras físicas existentes, criadas pela distância, entre as famílias e os estudantes da UA e entre as famílias e a própria Universidade de Aveiro. Esta posição tomada, por parte dos familiares, demonstra que os mesmos estão cientes das dificuldades que a distância impõe na relação entre a família e o estudante e a família e a própria universidade.

Em suma, a presente dissertação permitiu concluir que a existência de uma webrádio, no contexto da Universidade de Aveiro, traz benefícios para um público tão específico como é as famílias dos estudantes.

TRABALHO FUTURO

Na sequência do trabalho realizado até ao momento, futuramente seria interessante perceber quais as formas mais adequadas para alcançar um público que não marca presença fisicamente na universidade, mas que tem uma relação próxima com a mesma. E compreender ainda, por exemplo, que estratégia deveria ser utilizada, por parte da instituição, para atrair familiares que procurem investir na sua formação académica, por exemplo, através de pós-graduações.

O cariz experimental desta primeira fase da DeCA_WebEx, não só por se tratar de uma primeira abordagem à implementação de um meio de comunicação como uma webrádio na Universidade de Aveiro, mas também porque o número reduzido de recursos humanos e técnicos não permitiu assegurar uma transmissão mais alargada de conteúdos, levou a que no decorrer dos inquéritos por questionário fosse perguntado aos três públicos-alvo (docentes, estudantes e famílias dos estudantes) se estariam ou não dispostos a colaborar, de que forma e, caso pretendessem vir a ser contactados, que disponibilizassem o respetivo *e-mail*.

Neste seguimento, e perante o grande número de pessoas que demonstraram interesse em colaborar, que no total entre familiares, docentes e estudantes alcançou os 210 interessados, optou-se por organizar uma sessão de colaboração/divulgação como forma de dar a conhecer melhor o projeto e compreender efetivamente o tipo de contributo que os públicos estariam dispostos a oferecer.

Aproveitando os *e-mails* facultados pelos interessados e as redes sociais (Facebook e Twitter), procedeu-se a uma divulgação do dia, da hora e do local onde a sessão iria decorrer – 15 de maio de 2013, pelas 15 horas no Estúdio de Som do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro (figura 40).



Figura 40 – Flyer de divulgação da sessão de colaboração/divulgação

A sessão contou com a presença de 12 interessados, sendo que houve mais 7 que não puderam marcar presença por questões de disponibilidade horária mas que reafirmaram, via *e-mail*, o seu interesse em colaborar. Numa primeira parte, procurou-se explicar de forma sucinta os objetivos do projeto e as fases pelo qual o mesmo passou até se chegar às emissões propriamente ditas. De seguida privilegiou-se o contacto direto com os interessados presentes, ou seja, foi pedido a cada um deles que apresentassem os motivos que os levaram a estar ali e de que modo estariam dispostos a contribuir (figura 41). Para tal, distribuiu-se um formulário (anexo 10) onde era pedido que expusessem de forma clara o tipo de colaboração pretendida.



Figura 41 – Fotografia tirada durante a sessão de colaboração/divulgação

É importante referir que as pessoas que não puderam comparecer se mostraram disponíveis a preencher o formulário e a enviá-lo via *e-mail*.

Após a sessão de colaboração/divulgação, que permitiu compreender, por um lado, de que forma o trabalho realizado até ali foi avaliado pelos presentes, e por outro quais as perspetivas futuras para a continuação e crescimento do projeto, muito dependentes do número de pessoas dispostas a participar/colaborar com a webrádio, começou-se a projetar uma nova grelha de programação, que abranja um maior número de horas e dias de emissão, e um conjunto de conteúdos mais diversificados.

Em termos de transmissão, o objetivo passa por abrir as emissões ao exterior, ou seja, deixar de ter o acesso às emissões em direto restrito a pessoas com credências da Universidade de Aveiro, como aconteceu durante esta fase experimental. Neste sentido, já foram realizados contactos prévios com uma empresa da incubadora da UA, que possui uma plataforma com as características desejadas para esta nova versão da DeCA_WebEx.

Outro dos aspetos já pensado para a nova fase, é a criação de uma aplicação móvel para a webrádio, procurando acompanhar a crescente preferência que existe em torno dos *smartphones* e dos *tablets*, e assim transportar a DeCA_WebEx para novos ecrãs.

Logo, e de modo a concluir o trabalho desenvolvido, constata-se que a investigação em torno do universo das webrádios universitárias ainda está numa fase inicial, mas o facto de a Universidade de Aveiro ser uma instituição que procura estar sempre na vanguarda tecnológica, abre boas perspetivas para um trabalho contínuo e inovador relativamente às potencialidades de um meio como este.

BIBLIOGRAFIA

Barbosa, M. P. (2006). *O rádio na Internet: do ouvinte ao usuário*. Acedido em 3 de dezembro de 2012, em http://www.facom.ufjf.br/documentos/downloads/projetos/1sem_2006/200601PDF/MP_Barbosa.pdf

Cordeiro, P. (2003). *A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*. Acedido em 12 de novembro de 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>

Cordeiro, P. (2004). *A rádio de modelo multimediático e os jovens: a convergência entre o FM e a Internet em 2004*. Acedido em 15 de novembro de 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-modelo-multimediatico.pdf>

Cunha, M. R., & Haussen, D. F. (2003). *Rádio brasileiro: Episódios e personagens*. Porto alegre: Coleção Comunicação. EDIPUCRS, 2003.

Despacho. (2004). Despacho Nº 6 – R/04 de 10 de fevereiro de 1999 sobre a normalização do formato de teses de Doutoramento e dissertações de Mestrado.

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Acedido em 5 de novembro de 2012, em <http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=podcast>

Diegues, V., & Coutinho, C. P. (2010). *WebRádio Educativa: Produção e utilização de Podcasts em experiências educacionais*. Acedido em 23 de outubro de 2012, em <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma/article/viewFile/740/pdf>

Estatística, I. N. d. (2011). Censos 2011. Acedido em 3 de janeiro de 2012, em http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine_censos_publicacao_det&menuBOUI=13707294&contexto=pu&PUBLICACOESpub_boui=122103956&PUBLICACOESmodo=2&selTab=tab1

e-Marketer. *Facebook Helps Get One in Five People Worldwide Socializing on Online Networks*. Acedido em 17 de dezembro de 2012, em <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1008903>

Fernandes, A. M. (s.d.). *Projecto SER MAIS – Educação para a Sexualidade Online*. Acedido a 14 de novembro de 2012, em: http://nautilus.fis.uc.pt/cec/teses/armenio/TESE_Armenio/TESE_Armenio/vti_cnf/TESE_Armenio_Web/cap3.pdf

Heidemann, J.; Klier, M.; Probst, F. (2012). Online Social Networks: A Survey of a Global Phenomenon. Acedido em 17 de dezembro de 2012, em <http://www.wi-if.de/paperliste/paper/wi-400.pdf>

O Pará nas ondas do rádio (s.d.). Acedido em 16 de dezembro de 2012, em <http://www.oparanasondasdoradio.ufpa.br/00radiototem.htm>

Perona, J. J. (2009). *Edu-Webs radiofónicas: experiencias españolas de educación en medios*. Acedido a 16 de novembro de 2012, em <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/158/15812486013.pdf>

Piñeiro, T., & Ramos, F. (2011). *Rádios universitárias na Web 2.0: perspectivas e potencial*. Acedido em 20 de outubro de 2012, em <http://radioleituras.files.wordpress.com/2011/08/5-pic3b1eiro.pdf>

“podcast”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2010. Acedido em 15 de dezembro de 2012, em <http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=podcast>

Ponte, J. P. (1994). *O estudo de caso na investigação em educação matemática*. Acedido a 14 de novembro de 2012, em [http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/jponte/docs-pt/94-Ponte\(Quadrante-Estudo%20caso\).pdf](http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/jponte/docs-pt/94-Ponte(Quadrante-Estudo%20caso).pdf)

Portela, P. J. E. F. F. (2006). *Rádio na Internet em Portugal: a abertura à participação num meio em mudança*. Acedido em 15 de outubro de 2012, em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6251/1/pedro%2520portela.pdf>

Prata, N. (2008). *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*. Acedido em 10 de novembro de 2012, em http://www.ufrgs.br/estudioderadio/wp-admin/textos/Webradio_novos_generos.pdf

Prata, N. (2009). *A Webradio em Portugal*. *Estudos de Comunicação*, Nº6, 293-315. Acedido em 5 de novembro de 2012, em <http://www.ec.ubi.pt/ec/06/pdf/prata-nair-Webradio.pdf>

Quivy, R. & Campenhoudt, L. *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, 1992. 1ª Edição. p 109

Rádio ÁS (2011). Acedido em 30 de novembro de 2012, em <http://www.cm-aveiro.pt/radioas/>

Rádio Zero (s.d.). Acedido em 10 de dezembro de 2012, em <http://www.radiozero.pt/sobre/>

Regulamento dos Serviços de Comunicação, Imagem e Relações Públicas da Universidade de Aveiro. Acedido em 3 de janeiro de 2013, em www.ua.pt/adm/ReadObject.aspx?obj=15166

Reis, I. (2010). *O áudio nas notícias das ciber-rádios: do hipertexto ao hiper-áudio?* Acedido em 15 de dezembro de 2012, em <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/viewFile/752/679>

Reto, L., Francisco, N. (1999). *Métodos como estratégia de pesquisa: problemas tipo numa investigação*. Acedido a 11 de novembro de 2012, em <http://repositorio-iul.iscte.pt/handle/10071/1386>

Souza, L. M. T. (2002). *Rádios.internet.br: o rádio que caiu na rede. 80 Anos de Rádio*. Acedido em 4 de dezembro de 2012, em <http://www.usp.br/revistausp/56/12-ligia.pdf>

Teixeira, M. M., & Silva, B. D. (2010). *Rádio Web & Podcast: conceitos e aplicações no ciberespaço educativo*. Actas Icono 14, A4, 253-261. Acedido em 28 de novembro de 2012, em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/13649/1/R%C3%A1dio%20Web%20e%20Podcast%20-%20conceitos%20e%20aplica%C3%A7%C3%B5es%20no%20ciberespa%C3%A7o%20educativo.pdf>

UA online (2004). Acedido em 21 de dezembro de 2012, em <http://uaonline.ua.pt/pub/page.asp?pg=about&lg=pt>

Universidade de Aveiro (1995). Acedido em 20 de dezembro de 2012, em <http://www.ua.pt/PageText.aspx?id=151>

ANEXOS

Anexo 1 – Inquérito por questionário destinado aos familiares dos estudantes



**Questionário sobre os hábitos de consumo de WebRádios
Universidade de Aveiro || 2012**

O presente questionário insere-se no âmbito da investigação de mestrado dos alunos Rita Almeida (almeidarita@ua.pt), Emilio Fuentes (emiliofuentes@ua.pt) e Sara Dias (a25529@ua.pt), tendo como objecto de estudo as características principais a ter em conta na implementação de uma WebRádio Universitária (presença online de uma rádio com transmissão áudio através da tecnologia *streaming*) destinada à comunidade da Universidade de Aveiro.

Ressalvamos que o preenchimento deste questionário é confidencial e que toda a informação recolhida será apenas utilizada para fins estatísticos no âmbito da investigação em curso.

Obrigado pela sua colaboração!

Seguinte ▶

Carregar inquérito não terminado

eLearning
universidade de aveiro



Dados Pessoais

O presente questionário insere-se no âmbito da investigação de mestrado dos alunos Rita Almeida (almeidarita@ua.pt), Emílio Fuentes (emiliofuentes@ua.pt) e Sara Dias (a25529@ua.pt), tendo como objecto de estudo as características principais a ter em conta na implementação de uma WebRádio Universitária (presença online de uma rádio com transmissão áudio através da tecnologia *streaming*) destinada à comunidade da Universidade de Aveiro.

Ressalvamos que o preenchimento deste questionário é confidencial e que toda a informação recolhida será apenas utilizada para fins estatísticos no âmbito da investigação em curso.

Obrigado pela sua colaboração!

*** C1. Idade**

Neste campo só é possível introduzir números.

*** C2. Sexo:**

Feminino Masculino

*** C3. Nacionalidade:**

Escolha uma das seguintes respostas

C4. Distrito:

Escolha uma das seguintes respostas

C5. Concelho:

Escolha uma das seguintes respostas

Por favor, seleccione... ▾

*** C6. Habilitações académicas:**

Escolha uma das seguintes respostas

Por favor, seleccione... ▾

*** C7. Grau de parentesco:**

[← Anterior](#) [Seguinte →](#)

[Continuar mais tarde](#)

eLearning
universidade de aveiro



Consumo de Internet e WebRádio

1. Com que facilidade utiliza a Internet?

(1 - Não utilizo; 2 - Utilizo com pouca facilidade; 3 - Utilizo com alguma facilidade; 4 - Utilizo com facilidade; 5 - Utilizo com muita facilidade)

1 2 3 4 5

2. Em média, quantas horas por semana navega na Internet?
 Escolha uma das seguintes respostas

0h-1h
 1h-2h
 2h-5h
 5h-10h
 10h-20h
 > 20h

3. Em que locais costuma aceder com mais frequência à Internet?
 Selecione todas as que se apliquem

Casa
 Trabalho
 Universidade
 Carro
 Transportes públicos
 Espaços de Internet públicos (centros comerciais, locais com rede Wi-Fi...)
 Outro local

4. Indique por ordem de utilização os *browsers* que utiliza com mais frequência.

Nota: ordene apenas os *browsers* que utiliza não considerando aqueles que não utiliza

Selecione o item na lista à esquerda e arraste-o para a lista à direita, começando com o item de maior classificação, e percorrendo os itens até ao menor.

As suas escolhas	A sua classificação
Internet Explorer	
Google Chrome	
Mozilla Firefox	
Safari	
Opera	

5. Com que finalidade recorre mais à Internet? Ordene de acordo com a sua utilização, as finalidades mais frequentes.

Nota: ordene apenas as finalidades para as quais utiliza a Internet não considerando aquelas que não utiliza

Selecione o item na lista à esquerda e arraste-o para a lista à direita, começando com o item de maior classificação, e percorrendo os itens até ao menor.

As suas escolhas	A sua classificação
Comunicação com amigos/familiares	
Estudo/Trabalho	
Lazer/Entretenimento	

6. Enumere por ordem de preferência as actividades que realiza com mais frequência na Internet.

Nota: ordene apenas as actividades que pratica durante a utilização da Internet não considerando aquelas que não pratica

Selecione o item na lista à esquerda e arraste-o para a lista à direita, começando com o item de maior classificação, e percorrendo os itens até ao menor.

As suas escolhas

A sua classificação

Consulta do Correio Electrónico	
Interacção Redes Sociais	
Imprensa Online	
WebRádio	
Televisão	
Arquivos de áudio	
Filmes/Séries Online	
Videojogos	
Playlist de música	
Plataformas de Vídeo (ex. Youtube) e de Fotografias (ex. Picassa)	
Fóruns	
Chats	
Blogues	
Outras	

6.1. Se seleccionou Outras, indique quais:

7. Hábitos durante o uso da Internet
(1 – Nunca; 2 – Pouco habitual; 3 – Habitual; 4 – Muito habitual; 0 – Não respondo/ não tenho opinião)

	1	2	3	4	0
Quando navego na Internet costumo ouvir música/rádio.	<input type="radio"/>				
Quando navego na Internet costumo realizar outras tarefas simultaneamente.	<input type="radio"/>				
Quando navego na Internet costumo aceder a uma rede social.	<input type="radio"/>				

8. É ouvinte de WebRádios?
 Considere como WebRádio uma rádio com presença exclusiva na Internet, excluindo todas aquelas que possuem uma frequência em FM ainda que tenham presença na Internet

Sim Não

8.1. Quais:
 Selecione todas as que se apliquem

- Rádio Ás;
- Rádio Universidade do Minho;
- Control FM;
- Jornalismo Porto Rádio;
- Rádio Zero;
- Rádio Marcante;
- Rádio Cascais;
- Rádio Mega Hertz;
- Rádio Universidade de Coimbra
- Outra:

Filtro A (Ouvintes de webrádio)

9. Em média, qual o número de horas, por semana, que dedica a ouvir WebRádio?

Escolha uma das seguintes respostas

- 0h-1h 1h-2h 2h-5h 5h-10h 10h-20h > 20h

10. Quais são os dias da semana em que tem disponibilidade para ouvir WebRádio?

Selecione todas as que se apliquem

- Segunda-feira
 Terça-feira
 Quarta-feira
 Quinta-feira
 Sexta-feira
 Sábado
 Domingo

11. Em que período do dia o seu consumo de WebRádio é maior?

Escolha uma das seguintes respostas

- 7h-10h 12h-16h 18h-20h 23h-2h 2h-7h
 10h-12h 16h-18h 20h-23h

12. Qual o dispositivo que mais utiliza para ouvir WebRádio?

Escolha uma das seguintes respostas

- Computador
 Dispositivos móveis (telemóvel/smartphone, ipads, iphones...)
 Outro:

13. Indique, por ordem de preferência, em qual dos seguintes locais é mais frequente ouvir WebRádio:

Nota: ordene apenas os locais que se apliquem não considerando aqueles que não apliquem

Selecione o item na lista à esquerda e arraste-o para a lista à direita, começando com o item de maior classificação, e percorrendo os itens até ao menor.

As suas escolhas	A sua classificação
Universidade	
Espaços de Internet públicos (centros comerciais, locais com rede Wi-Fi...)	
Transporte público	
Carro	
Casa	
Outro local	

13.1. Se seleccionou Outro local, indique qual:

14. Ordene, de acordo com o seu grau de interesse, qual o tipo de programação que prefere.

Selecione o item na lista à esquerda e arraste-o para a lista à direita, começando com o item de maior classificação, e percorrendo os itens até ao menor.

As suas escolhas	A sua classificação
Programas de Informação científica	
Programas de Informação política	
Programas de Informação desportiva	
Programas de Informação sobre eventos culturais	
Programas de Música	
Programas de Entretenimento/Humor	

15. Costuma participar/interagir nos programas que ouve na WebRádio?

Sim Não

15.1 De que forma?
 Selecione todas as que se apliquem

Chat

Redes sociais

Blogues

Outra

Filtro B (Não ouvintes de webrádio)

Considerando a possibilidade de ser um ouvinte de uma WebRádio, responda às seguintes questões:

9. Em média, qual seria o número de horas, por semana, que dedicaria a ouvir WebRádio?

Escolha uma das seguintes respostas

- 0h-1h 1h-2h 2h-5h 5h-10h 10h-20h > 20h

10. Quais seriam os dias da semana em que a sua disponibilidade para ouvir WebRádio seria maior?

Selecione todas as que se aplicarem

- Segunda-feira
 Terça-feira
 Quarta-feira
 Quinta-feira
 Sexta-feira
 Sábado
 Domingo

11. Em que período do dia o seu consumo de WebRádio seria maior?

Escolha uma das seguintes respostas

- 7h-10h 12h-16h 18h-20h 23h-2h 2h-7h
 10h-12h 16h-18h 20h-23h

12. Qual o dispositivo que mais utilizaria para ouvir WebRádio?

Escolha uma das seguintes respostas

- Computador
 Dispositivos móveis (telemóvel/smartphone, ipads, iphones...)
 Outro:

13. Indique, por ordem de preferência, em qual dos seguintes locais seria mais frequente ouvir WebRádio:

Nota: ordene apenas os locais que se apliquem não considerando aqueles que não apliquem

Selecione o item na lista à esquerda e arraste-o para a lista à direita, começando com o item de maior classificação, e percorrendo os itens até ao menor.

As suas escolhas

A sua classificação

Universidade	
Espaços de Internet públicos (centros comerciais, locais com rede Wi-Fi...)	
Transporte público	
Carro	
Casa	
Outro local	

13.1. Se seleccionou Outro local, indique qual:

14. Ordene, de acordo com o seu grau de interesse, qual o tipo de programação que seria da sua preferência

Selecione o item na lista à esquerda e arraste-o para a lista à direita, começando com o item de maior classificação, e percorrendo os itens até ao menor.

As suas escolhas

A sua classificação

Programas de Informação científica	
Programas de Informação política	
Programas de Informação desportiva	
Programas de Informação sobre eventos culturais	
Programas de Música	
Programas de Entretenimento/Humor	

15. Estaria disposto(a) a participar/interagir nos programas de uma WebRádio?

Sim Não

15.1 De que forma?

Selecione todas as que se apliquem

Chat
 Redes sociais
 Blogues
 Outra

16. Considera vantajoso/interessante a existência de uma WebRádio na Universidade de Aveiro?

- Sim Não

16.1. Descreva de forma muito sucinta o porquê de considerar ou não vantajosa/interessante a existência de uma WebRádio na Universidade de Aveiro?

17. Ordene as seguintes funcionalidades, possíveis de integrarem a presença online de uma WebRádio da Universidade de Aveiro (UA), de acordo com o seu grau de interesse:

Selecione o item na lista à esquerda e arraste-o para a lista à direita, começando com o item de maior classificação, e percorrendo os itens até ao menor.

As suas escolhas

A sua classificação

Ligação às redes sociais	
Ligação à página online da UA	
Partilha de conteúdos pedagógicos	
Partilha de conteúdos científicos	
Informação cultural	
Informação sobre o universo UA	
Acesso a arquivos de áudio e vídeos	
Acesso a conteúdos áudio de outras plataformas	
Acesso a diferentes conteúdos (Cultura, Política, Música, etc)	
Anúncios pessoais	
Anúncios institucionais	

18. Gostaria de colaborar e/ou participar no desenvolvimento de conteúdos programáticos a transmitir na WebRádio da UA?

- Sim Não

18.1 De que forma?
 Selecione todas as que se apliquem

Locutor
 Produtor
 Entrevistador
 Entrevistado
 Outra:

18.2 Caso pretenda ser contactado para colaboração futura, por favor, deixe-nos o seu endereço de correio electrónico:

19. Classifique as seguintes afirmações:
 (1 – Não concordo; 2 – Não concordo de todo; 3 – Concordo; 4 – Concordo totalmente; 0 – Não respondo/não tenho opinião)

	1	2	3	4	0
"A WebRádio fomenta a coesão interna na comunidade universitária de Aveiro."	<input type="radio"/>				
"A existência de uma WebRádio permite conhecer um pouco melhor o dia a dia da Universidade de Aveiro."	<input type="radio"/>				
"Uma WebRádio diminui as barreiras físicas existentes, criadas pela distância, entre as famílias e os estudantes da UA e entre as famílias e a própria Universidade de Aveiro."	<input type="radio"/>				

20. Caso existisse uma aplicação da WebRádio da UA (que permitisse aceder a um *player* da emissão) disponível para dispositivos móveis (ex. telemóveis/*smartphones*, *ipads*, *iphones*...), qual seria o seu grau de utilização?
 (1- Não utilizaria; 2- Utilizaria pouco; 3- Utilizaria frequentemente; 4- Utilizaria muito frequentemente; 0 – Não respondo/não tenho opinião)

1	2	3	4	0
<input type="radio"/>				

21. Como gostaria que a WebRádio da UA se chamasse?



Mais uma vez obrigado pela sua colaboração 😊



Anexo 2 – Inquérito por questionário destinado aos docentes familiares

22. Para além de ser docente, possui algum grau de parentesco com um estudante universitário da Universidade de Aveiro?

- Sim Não

22.1 Indique qual o grau de parentesco:

23. Considera que a WebRádio poderá funcionar como uma forma de aproximar a família do estudante e a família da própria Universidade de Aveiro?

- Sim Não

23.1. Descreva de forma muito sucinta o porquê de considerar ou não que a WebRádio poderá funcionar como uma forma de aproximar a família do estudante e a família da própria Universidade de Aveiro?



Mais uma vez obrigado pela sua colaboração 😊

eLearning
universidade de aveiro

Anexo 3 – Inquérito por questionário de validação e satisfação destinado aos familiares dos estudantes



universidade de aveiro
theoria potestis praxis

ca.ua.pt

**Inquérito sobre a satisfação dos ouvintes da webrádio DeCA_WebEx
Universidade de Aveiro|| 2013**

0% 100%

Inquérito aos familiares

O presente inquérito insere-se no âmbito da investigação de Mestrado em Comunicação Multimédia – Ramo Audiovisual Digital - dos alunos Rita Almeida, Emilio Fuentes e Sara Dias, tendo como objecto de estudo a satisfação dos ouvintes da webrádio experimental DeCA_WebEx (presença *online* de uma rádio com transmissão áudio através da tecnologia *streaming*) quanto às suas emissões, conteúdos e interfaces de comunicação.

Ressalvamos que o preenchimento deste inquérito é anónimo e toda a informação é confidencial, sendo apenas utilizada para fins estatísticos no âmbito da investigação em curso.

Obrigada pela sua colaboração!

Seguinte >

Continuar mais tarde

eLearning
universidade de aveiro



PARTE 1 – Dados Pessoais

*** C1. Idade**

Neste campo só é possível introduzir números.

*** C2. Sexo:**

Feminino Masculino

*** C3. Nacionalidade:**

Escolha uma das seguintes respostas

C4. Distrito de Residência:

Escolha uma das seguintes respostas

C5. Concelho de Residência:

Escolha uma das seguintes respostas

Por favor, seleccione... ▾

*** C6. Habilitações escolares/académicas:**

Escolha uma das seguintes respostas

- 1º ciclo do ensino básico (4ºano)
- 2º ciclo do ensino básico (6º ano)
- 3º ciclo do ensino básico (9º ano)
- Ensino Secundário (12º ano)
- Bacharelato
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

*** C7. Grau de parentesco com o estudante da UA:**

Seguinte >

Continuar mais tarde

eLearning
universidade de aveiro



PARTE 2 – DADOS SOBRE A SUA EXPERIÊNCIA COMO OUVINTE DA Webrádio DeCA_WebEx

* 1. Conhece a webrádio DeCA_WebEx?

- Sim Não

2. Como teve conhecimento da webrádio? (selecione todas as que se apliquem)

- Pelos canais informativos da Universidade de Aveiro (jornal *online* e *newsletters*)
- Por amigos/familiares/colegas
- Outro:

* 3. Já escutou alguma emissão?

- Sim Não

3.1 De que forma? (selecione todas as que se apliquem)

- Emissão em directo (*streaming* – através do botão no canto superior direito do *site* da webrádio)
- Através dos *podcasts* (arquivos de áudio digital dos programas, disponibilizados no *site* da webrádio)

3.2 Em que situações recorre ao *download* dos *podcasts* disponibilizados?
(selecione todas as que se apliquem)

- Durante a emissão em directo (*streaming*)
- Sempre que não consegue ouvir a emissão em directo (*streaming*)
- Quando pretende ouvir novamente um dos programas ou a emissão completa
- Por curiosidade

3.3 Caso já tenha ouvido emissões em directo (*streaming*), como avalia a qualidade da recepção?
Escolha uma das seguintes respostas

- Muito insatisfatória
- Insatisfatória
- Satisfatória
- Muito satisfatória
- Ótima
- Sem opinião

3.4 Como avalia os conteúdos da DeCA_WebEx que já ouviu?
Escolha uma das seguintes respostas

- Muito insatisfatórios
- Insatisfatórios
- Satisfatórios
- Muito satisfatórios
- Ótimos
- Sem opinião

4. Ordene os programas que escutou de acordo com a sua preferência (do mais preferido ao menos preferido).
Clique num item na lista à esquerda, começando com o item de maior classificação, e percorrendo os itens até ao menor.

As suas escolhas

A sua classificação

Cartaz das Artes	
Revista Desportiva	
In	
Hora Facebook	
Bloco de Notas	
Top Alternativo	

5. Considera que quarta-feira é o dia mais indicado para as transmissões da DeCA_WebEx?

- Sim Não

6. Indique, por ordem de frequência (do mais frequente para o menos frequente), em qual dos seguintes locais é mais frequente ouvir a DeCA_WebEx:

Clique num item na lista à esquerda, começando com o item de maior classificação, e percorrendo os itens até ao menor.

As suas escolhas

A sua classificação

Casa	
Universidade	
Espaços de Internet públicos (centros comerciais, locais com rede Wi-Fi...)	
Outro local	

Se seleccionou Outro local, indique qual:

7. Posicione-se quanto ao grau de utilidade das seguintes funcionalidades disponíveis no site da DeCA_WebEx:

(1 - não é útil; 2 - pouco útil; 3 - alguma utilidade; 4 - muito útil)

	1	2	3	4	Sem opinião
Ligação às redes sociais	<input type="radio"/>				
Disponibilização das notícias do jornal <i>online</i> da Universidade de Aveiro (UA)	<input type="radio"/>				
Ligação à página <i>web</i> da UA	<input type="radio"/>				
Acesso aos <i>podcasts</i> (arquivos de áudio digital dos programas) das emissões e dos programas	<input type="radio"/>				

8. Costuma participar/interagir através dos canais da DeCA_WebEx (ex: página no Facebook, conta no Twitter, correio electrónico)?

- Sim Não

8.1 De que forma costuma participar/interagir?

(selecione todas as que se apliquem)

- Rede social Facebook
 Rede Social Twitter
 Correio electrónico
 Outro

9. Classifique de 1 (não concordo) a 5 (concordo totalmente) as seguintes afirmações:

	1	2	3	4	5	Sem opinião
"A DeCA_WebEx tem fomentando a coesão interna na comunidade universitária de Aveiro."	<input type="radio"/>					
"A existência de uma webrádio tem permitido conhecer um pouco melhor o dia-a-dia da Universidade de Aveiro."	<input type="radio"/>					
"A disponibilização de <i>podcasts</i> (arquivos de áudio digital) dos conteúdos transmitidos é um aspecto relevante da DeCA_WebEx."	<input type="radio"/>					

10. Considera que a DeCA_WebEx tem contribuído para aproximar as famílias dos estudantes da própria Universidade de Aveiro? Justifique de forma muito sucinta a sua opinião.

Sim Não

Porquê?

11. Como a DeCA_WebEx é "feita por ti e para ti" a sua opinião é importante. Caso considere pertinente partilhe connosco as suas sugestões/opiniões.

Submeter

Continuar mais tarde





Obrigada pela sua colaboração.
Estamos à sua espera em decawebex.web.ua.pt

eLearning
universidade de aveiro

Anexo 4 – Modelo de análise

Conceitos	Dimensões	Componentes	Indicadores	Sub-Indicadores	
Comunidade da Universidade de Aveiro	Famílias dos estudantes	Características	Dados pessoais	Idade	
				Sexo	
				Nacionalidade	
				Distrito	
				Concelho	
				Habilitações académicas	
		Experiência e utilização da Internet	Experiência e utilização de webrádio	Disponibilidade de tempo	Consumo de Internet
					Consumo de webrádio
		Interesses e necessidades			Preferências pessoais
					Conteúdos temáticos esperados
					Aproximação família-academia e família-estudante
Colaboração/Interação com a webrádio					
Aplicação para dispositivos móveis					
Sugestão de nomes para a webrádio					
Características da webrádio	Tecnologias	Produção	Programa em direto	Software	
				Hardware	
			Programa diferido	Equipamento técnico	
				Software	
Hardware					

		Difusão	Streaming	Equipamento técnico		
				Servidor		
				Largura de banda		
						Software
		Implementação	Requisitos técnicos	Largura de banda		
				Browser		
				Software		
				Hardware		
		Presença Web (portal)	Interface	Tipo de interface		
				Design do logótipo e do portal		
				Acessibilidade		
				Usabilidade		
	Requisitos funcionais		Acessibilidade			
			Usabilidade			
			Interação			
			Autonomia			
	Grelha	Estrutura	Área temática			
			Géneros dos programas			
			Dias da semana de emissão			
			Horários de emissão			
Programas		Lista dos programas				
Jingles		Da estação				
		Do programa				

Anexo 5 – Tabela com o número médio de horas por semana, dias da semana, período do dia e preferências em termos de programação dos familiares ouvintes e não ouvintes

Indicadores	Sub-indicadores	Ouvintes	Não Ouvintes	Total
Nº médio de horas por semana	0h-1h	4	136	140
	1h-2h	9	78	87
	2h-5h	11	55	66
	5h-10h	8	17	25
	10h-20h	7	3	10
	Mais de 20h	6	4	10
Dias da semana*	Segunda-feira	33	84	117
	Terça-feira	33	79	112
	Quarta-feira	34	86	120
	Quinta-feira	35	76	111
	Sexta-feira	32	97	129
	Sábado	23	171	194
	Domingo	18	164	182
Período do dia	7h-10h	6	21	27
	10h-12h	4	28	32
	12h-16h	6	52	58
	16h-18h	10	33	43
	18h-20h	6	54	60
	20h-23h	10	80	90
	23h-2h	2	13	15
	2h-7h	0	3	3
Preferências	Entretenimento e humor	10**	40**	50

em termos de programação	Desporto	4**	25**	29
	Música	22**	130**	152
	Informação científica	5**	33**	38
	Política	2**	20**	22
	Informação sobre eventos culturais	1**	38**	39

Legenda

* Note-se que cada respondente podia assinalar mais do que uma opção.

** Número de inquiridos que escolheram a opção em 1º lugar.

Anexo 6 – Tabela com a reunião dos dados obtidos dos inquéritos por questionário realizados aos três públicos-alvo (docentes, estudantes e famílias dos estudantes)

Indicadores	Sub-indicadores	Docentes		Estudantes		Famíliares dos Estudantes		Total
		Ouvintes	Não Ouvintes	Ouvintes	Não Ouvintes	Ouvintes	Não Ouvintes	
Nº médio de horas por semana	0h-1h	1	26	61	184	4	136	412
	1h-2h	2	18	89	246	9	78	442
	2h-5h	8	18	105	266	11	55	463
	5h-10h	3	6	61	104	8	17	199
	10h-20h	2	1	18	28	7	3	59
	Mais de 20h	2	1	13	13	6	4	39
Dias da semana*	Segunda-feira	13	32	253	415	33	84	830
	Terça-feira	12	30	246	395	33	79	795
	Quarta-feira	14	32	257	443	34	86	866
	Quinta-feira	13	31	250	377	35	76	782
	Sexta-feira	13	35	264	437	32	97	878
	Sábado	6	18	188	392	23	171	798
	Domingo	5	16	178	348	18	164	729

Período do dia	7h-10h	1	7	18	36	6	21	89
	10h-12h	3	8	23	53	4	28	119
	12h-16h	3	17	55	111	6	52	244
	16h-18h	4	7	60	118	10	33	232
	18h-20h	0	5	57	168	6	54	290
	20h-23h	5	9	95	263	10	80	462
	23h-2h	2	8	31	79	2	13	135
	2h-7h	0	0	5	3	0	3	11
Preferências em termos de programação	Entretenimento e humor	0**	3**	35**	130**	10**	40**	218**
	Desporto	0**	0**	20**	38**	4**	25**	87**
	Música	10**	40**	228**	474**	22**	130**	904**
	Informação científica	3**	16**	30**	140**	5**	33**	227**
	Política	4**	8**	8**	15**	2**	20**	57**
	Informação sobre eventos culturais	1**	2**	18**	53**	1**	38**	113**

Legenda

* Note-se que cada respondente podia assinalar mais do que uma opção.

** Número de inquiridos que escolheram a opção em 1º lugar.

Anexo 7 – Estatuto editorial da webrádio DeCA_WebEx

Webrádio DeCA_WebEx

ESTATUTO EDITORIAL

I- Designação e objetivo geral

1. O Estatuto Editorial regula a atividade da webrádio designada “DeCA_WebEx”.
2. A DeCA_WebEx é um projeto de comunicação em contexto universitário na modalidade rádio baseado em tecnologia web – webrádio – e é promovido pelo Departamento de Comunicação e Arte (DeCA) da Universidade de Aveiro (UA) tendo como objetivo geral servir de suporte a atividades de ensino, aprendizagem e de investigação.
3. A DeCA_WebEx é uma rádio de natureza não comercial, pelo que não prestará qualquer serviço remunerado ou não remunerado incluindo o exercício de atividade publicitária.

II- Objetivos específicos

1. A webrádio DeCA_WebEx, na sua qualidade de webrádio universitária, tem como objetivos específicos:
 - a) Dar suporte a atividades de ensino/aprendizagem, no contexto dos cursos lecionados na Universidade de Aveiro, em temáticas relacionadas com a produção, realização e emissão de rádio em ambiente Internet;
 - b) Dar suporte a trabalhos de investigação relacionados com a utilização de novas tecnologias, experimentação de novos formatos de programas, realização de estudos de impacto e outros trabalhos de investigação em que o uso da rádio baseada em tecnologia web seja relevante;
 - c) Fomentar o conhecimento mútuo, a cooperação e a comunicação entre os públicos-alvo internos da Universidade de Aveiro (discentes, funcionários docentes e não docentes desta academia);
 - d) Fomentar o conhecimento mútuo, a cooperação e a comunicação entre a comunidade académica e os seus públicos-alvo externos (com enfoque nos familiares dos estudantes, cidadãos e organizações da região de Aveiro e demais públicos interessados em acompanhar as atividades desenvolvidas por esta academia);
 - e) Apoiar a divulgação das atividades de investigação e atividades extraletivas levadas a cabo pela Universidade de Aveiro ou nas quais a Universidade de Aveiro participe ou apoie;
 - f) Apoiar a divulgação de atividades de índole académica, científica, cultural, social ou desportiva, levadas a cabo por outras instituições da região, do país ou de outros locais considerados relevantes.

III- Conduta de emissão e comunicação

1. A webrádio DeCA_WebEx pauta a sua conduta de emissão e comunicação na liberdade de expressão, em respeito pelos princípios democráticos nacionais e internacionais, não sendo permitido veicular conteúdos que discriminem, sob qualquer forma, a pessoa humana, que perfilhem qualquer ideologia política ou religiosa ou que violem os regulamentos da UA.
2. O autor e ou locutor de cada programa é única e exclusivamente responsável pelo cumprimento dos objetivos do programa, devendo atuar de acordo com o estipulado no presente estatuto editorial e demais legislação aplicável.
3. A violação do presente estatuto editorial num programa implica a suspensão imediata da emissão do programa até decisão do Conselho Editorial sobre a manutenção do programa na grelha da webrádio.

IV- Conteúdos

1. Para a prossecução dos objetivos referidos no artigo II e em respeito pelos mesmos, a webrádio DeCA_WebEx apresenta uma programação diversificada, preferencialmente de índole informativa, científica, cultural e lúdica, cuja estrutura é definida pelo Conselho Editorial.

V- Órgãos de gestão

1. A gestão da webrádio DeCA_WebEx será integralmente assegurada por um Conselho Editorial.
2. O Conselho Editorial é designado pelo Diretor do DeCA e é composto por:
 - a. Dois docentes do DeCA, um dos quais assegurará a função de Coordenador e o outro a função de Coordenador-adjunto;
 - b. Dois estudantes da UA, um dos quais estudante de um curso da responsabilidade do DeCA;
 - c. Um autor de um dos programas emitidos pela DeCA_WebEx que estejam ativos quando forem designados os membros do Conselho.
3. O Conselho Editorial tem um mandato de 2 anos.
4. O Conselho Editorial assegura todas as funções relacionadas com a gestão e funcionamento da DeCA_WebEx.
4. O Conselho Editorial reúne ordinariamente com periodicidade trimestral e extraordinariamente sempre que convocado pelo respetivo Coordenador.
5. O Conselho Editorial deverá elaborar anualmente um plano de atividades respeitante ao ano seguinte e um relatório de atividades respeitante ao ano findo.

VI- Participação

1. O Conselho Editorial promoverá a participação da comunidade académica (públicos-alvo internos) e dos públicos-alvo externos nas atividades de produção e realização da DeCA_WebEx,

que deve ser formulada mediante candidatura sujeita à apreciação e aprovação pelo Conselho Editorial.

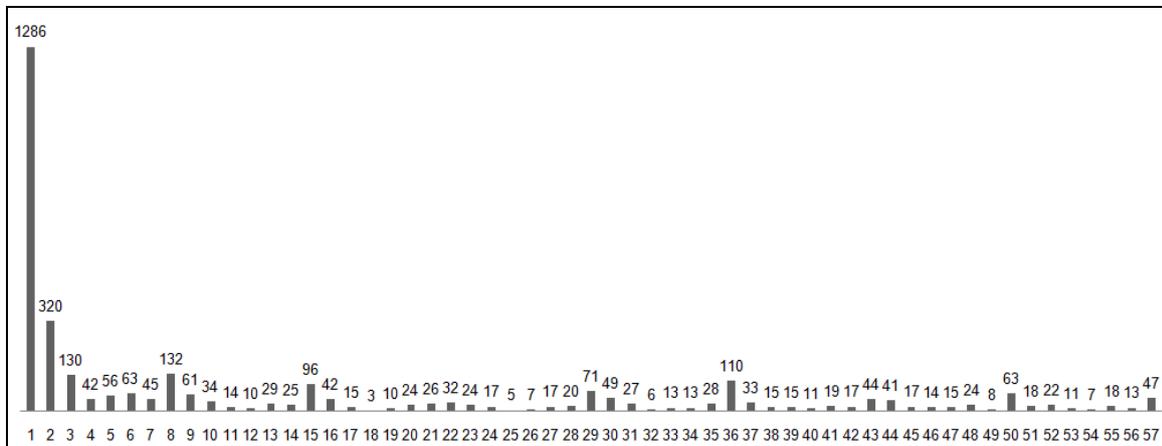
2. Aos colaboradores da webrádio DeCA_WebEx será fornecido um cartão de identificação que deve ser apresentado sempre que lhe seja solicitado no exercício de atividade relacionada com essa colaboração.

VII- Vigência e alterações

O presente Estatuto Editorial entra em vigor na data da sua homologação pelo Reitor da Universidade de Aveiro. Qualquer alteração ao presente necessitará do prévio acordo do Conselho Editorial, condicionado à alteração da redação do texto agora aprovado.

Aveiro, 21 de Abril de 2013

Anexo 8 – Número de visitantes da plataforma web no período compreendido entre os dias 3 de abril de 2013 e 29 de maio de 2013, e que corresponde a um total de 57 dias



Anexo 9 – Notícia publicada no jornal online da UA referente à fase de validação da DeCA_WebEx

Campus

Através de questionário dirigido a ouvintes e famílias
Mentores da webrádio avaliam qualidade do serviço prestado

12.6.2013



O projeto de conceção e criação da webrádio DeCA_WebEx, desenvolvido no âmbito de três projetos de dissertação do mestrado em Comunicação Multimédia - Audiovisual Digital, encerrou a sua fase experimental. Em tempo de balanço, os mentores da webrádio avaliam a qualidade

do serviço prestado, ao longo de cerca de dois meses de emissão, através de um questionário dirigido aos ouvintes e respetivas famílias.

O questionário incide sobre o conhecimento e satisfação da comunidade da UA em relação à DeCA_WebEx incluindo aspetos relacionados com as emissões, os conteúdos e as interfaces de comunicação. Como complemento ao trabalho de investigação, os estudantes pedem também o contributo dos familiares sobre os programas e conteúdos disponibilizados.

Recorde-se que a DeCA_WebEx, alojada em decawebex.web.ua.pt, começou a emitir a 3 de abril e surgiu no âmbito da dissertação do 2º ano do mestrado em Comunicação Multimédia - Audiovisual Digital. Neste projeto foi desenvolvido um estudo sobre as novas potencialidades da rádio na internet em três perspetivas diferentes: docentes; estudantes e famílias dos estudantes.

O trabalho foi orientado por Fernando Ramos e Hélder Caixinha, professores do Departamento de Comunicação e Arte da UA.

Anexo 10 – Formulários da sessão de colaboração

Formulário de participação

Nome: _____

Correio eletrónico: _____

Telemóvel: _____

Proposta de colaboração com a DeCA WebEx

Locutor ____

Produtor ____

Entrevistador ____

Entrevistado ____

Outro: _____

Descrição:

Anexo 11 – As nove emissões, o teaser e o vídeo de despedida da fase experimental da DeCA_WebEx (só disponível no CD-ROM)