



## **Web Rádio Intercampus: Análise Estética do Site.<sup>1</sup>**

Karla Noronha<sup>2</sup>

Norma Meireles<sup>3</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.

### **RESUMO**

As novas tecnologias têm transformado a sociedade rapidamente fazendo com que os meios de comunicação tradicionais tenham que adaptar e se reinventar constantemente para permanecer junto as seus públicos. O rádio, meio de comunicação com quase um século de existência, tem se reinventado nas últimas décadas de tal forma que tem utilizado a internet como um novo caminho para chegar aos lugares mais distantes. As webrádios são hoje uma nova ferramenta de produção e transmissão de conteúdo para o rádio tradicional e para quem deseja produzir informação de maneira diversificada. Este trabalho analisa o site da Web Rádio Intercampus da UFPB.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Design; Internet; Novas Tecnologias; Web Rádio.

### **Introdução**

O surgimento de novas tecnologias e a fusão destas com tecnologias mais antigas fez surgir uma nova sociedade: uma sociedade da informação, com uma comunicação mais integrada, multimídia e interativa. Além disso, novos meios trazem novas implicações políticas e sociais. Castells (1999) chama essas transformações de a era da informação e do conhecimento.

No final da década de 80 surgiu o termo “tecnologias da informação” que engloba um conjunto de áreas: informática, telecomunicações, comunicação, ciências da computação, engenharia de sistemas e de software. Castells afirma que as tecnologias da informação fazem parte de um conjunto convergente de tecnologias em microeletrônica, telecomunicações, radiodifusão entre outras que usam de conhecimentos científicos para especificar as coisas de maneira reproduzível.

A popularização da internet na década de 1990 foi fundamental para criar uma rede mundial de informações com serviços disponíveis em diversos terminais de acesso

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior– Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Relações Públicas da UFPB, email: noronhkr18@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da UFPB, email: norma.meireles@gmail.com



Os serviços de voz, dados, telefonia fixa e móvel foram os primeiros a iniciar a era da convergência tecnológica mundial.

O rádio em particular avançou não apenas em termos de produção, mas principalmente tecnologicamente permitindo multiplicar seu alcance na era global da informação. A utilização da internet como meio de difusão de informação trouxe para o rádio modificações para permanecer no “agora” facilitado com os recursos de busca do ambiente virtual. De fato, uma web rádio se diferencia de uma emissora de rádio tradicional, em ondas hertzianas, ela nasce no contexto da webdifusão, como uma reconfiguração do rádio.

A web rádio vai além do uso da voz para transmitir informações. É necessário se apropriar dos recursos visuais que a internet oferece para incrementar e diferenciar ainda mais enquanto rádio e ambiente virtual para manter e aumentar o público ouvinte de rádio e os internautas.

Dentro da rede mundial de computadores uma rádio pode transmitir áudio com melhor qualidade, além de permitir aos ouvintes a recepção de três programas diferentes na mesma frequência (LOPES, 2010). Sua segunda fonte de atração de público é o recurso visual utilizado na página de internet para chamar a atenção para o conteúdo que ela quer transmitir.

Assim, não só o áudio poderá ser o único recurso para manter e atrair público para as webrádios. Elas precisam também utilizar de imagens e tipografias para compor a sua identidade e se fazer presente no ambiente virtual.

## **Comunicação Visual**

Comunicação Visual é todo processo de comunicação expresso com a utilização de componentes visuais, como: signos, imagens, desenhos, gráficos, ou seja, tudo que pode ser visto. O termo comunicação visual é bastante abrangente e não precisa ser limitado a uma única área de estudo ou atuação, embora o termo possa ter o mesmo sentido de design visual.

Com origem na Antiguidade, a comunicação visual está relacionada com a evolução do conhecimento, da tecnologia, do comércio, da política, da arte, da vida urbana e do progresso das cidades. Ela é a expressão das idéias, dos sentimentos, das emoções e reações de tudo que rodeia o homem e suas ações (AZEVEDO, 1988).



Antes do uso dos termos design visual ou programação visual serem adotados, o termo comunicação visual servia para determinar a área de atuação do designer visual (comunicador visual). Mas como alguns consideravam o termo "comunicação" muito abrangente, problema às vezes enfrentado por comunicadores sociais, o termo em inglês para projeto foi adotado. Isso foi disputado por estudiosos, mas a decisão foi mantida e, em se tratando de projeto, comunicação visual é sinônimo de design visual.

Já o design gráfico, segundo Monat é uma forma de comunicar visualmente um conceito, uma idéia, através de técnicas formais. Podemos ainda considerá-lo como um meio de estruturar e dar forma à comunicação impressa, em que, no geral, se trabalha o relacionamento entre 'imagem' e texto. Ainda segundo Monat um designer gráfico é, convenientemente, um conhecedor e utilizador das mais variadas técnicas e ferramentas de desenho, mas não só. O Designer Gráfico tem como principal moeda de troca a habilidade para aliar a sua capacidade técnica à crítica e ao repertório conceitual, sendo fornecedor de matéria-prima intelectual, baseada numa cultura visual, social e psicológica. Não é apenas um mero executante, mas sim um condutor criativo que tem em vista um objetivo comunicacional (MONAT, 2008).

Mas e o que é design, onde ele se encaixa? Este termo está presente no nosso dia-a-dia a muitos séculos e quer dizer projetar, compor visualmente ou colocar em prática um plano intencional. Ou seja, todos os materiais que usamos diariamente são manifestações gráficas da nossa realidade, dos nossos desejos.

O design se dá nas passarelas e ocupa lugar nas ruas. Tudo é absorvido rapidamente, a moda criando design para pegar avião, trem, metrô, ir à festa, estudar e dormir. O mundo visual não nos deixa em paz nem quando fechamos os olhos para dormir: sonhamos com a funcionalidade do nosso ego (AZEVEDO, 1988, p. 77).

Wilton Azevedo (1988) diz que pensar o design não se restringe aos objetos utilitários ou a arquitetura, mas abrange a palavra escrita. Ainda segundo o autor para ser comunicada palavra deve ser necessariamente partir de um alfabeto, e estão contidos nesse alfabeto os desenhos de letras, seu estilo, a forma da letra.

O projeto desenvolvido por um designer também necessita de um logotipo que é a identidade de um produto pensado a partir de uma palavra. Esta por sua vez é trabalhada até adquirir um aspecto de desenho de forma que as pessoas possam identificá-la com algo que elas já sabem. Os objetos produzidos estão em constante evolução devido ao crescimento das cidades e as alterações no modo de vida das pessoas que moram em centro urbanos.



[...] o design, tanto nos objetos utilitários quanto na arquitetura, assume papel fundamental na vida moderna. Cabe aos designers uma responsabilidade social, pois é de seus projetos que saem os objetos que usaremos na nossa vida diária. Isso acontece não só na busca de uma nova estética, mas principalmente procurando cumprir as finalidades práticas quanto ao uso do objeto utilitário (AZEVEDO, 1988, p. 50).

Na comunicação visual existem elementos básicos para compor os projetos criados pelos designers. Esses elementos são o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento. Estes são a matéria-prima necessária para se construir uma informação visual a partir de opções e combinações seletivas entre os elementos.

O ponto é a menor unidade e o elemento mais simples da comunicação visual. Dois pontos podem medir o espaço no meio ambiente ou no desenvolvimento de qualquer tipo de projeto visual. A linha é um ponto em movimento, ela nunca fica estática. A forma surge a partir da linha que articula a complexidade da forma. Já a direção é a expressão da forma que serve de instrumento para a criação de mensagens visuais (DONDIS, 1997). O tom é a intensidade da obscuridade ou claridade de qualquer coisa viva e está associado a questões de sobrevivência. A cor por sua vez é uma representação monocromática das nossas emoções e está impregnada de informações. A textura faz referência a experiências com o sentido do tato e no caso da comunicação visual ela pode ser percebida com um simples olhar. Se relaciona com a composição de uma substância através de variações mínimas na superfície do material.

A escala é a capacidade dos elementos visuais de se modificar e se definir uns aos outros. A dimensão pode ser sentida e vista, mas em desenhos, pinturas e fotografias não a percebemos de forma implícita, a partir do conhecimento adquirido sobre as formas que a dimensão pode ter. O movimento em si só existe no cinema e na televisão, é derivado das nossas experiências completas de movimento de vida, está implícito na informação visual estática. Aliado a esses elementos existem técnicas visuais que são estratégias de comunicação utilizadas para compor e fazer entender a mensagem visual.

As técnicas visuais oferecem ao *designer* uma grade variedade de meios para a expressão visual do conteúdo. Existem como polaridades de um *continuum*, ou como abordagens desiguais e anatômicas do significado (DONDIS, 1997, p. 139).



## Análise do site da Webradio Universitária Intercampus

Para realizar a análise do site da Webradio Intercampus usamos conceitos e técnicas apresentados por Petrônio A. Bendito em seu livro *Website Design e Comunicação Visual – Metodologia crítica e prática para a Internet*. A escolha desse autor se deve ao fato dele demonstrar em seu livro um método simples e prático para elaborar sites, além desse mesmo método servir para realizar análise críticas quando necessário.

Antes é necessário explicar as logomarcas criadas para a Intercampus. A primeira logomarca (Figura 1A) segundo Rafael Miranda<sup>4</sup> foi criada pensando numa linguagem universitária, divertida e mais espontânea por estar voltada para os estudantes universitários. A segunda logomarca (Figura 1B) foi criada recentemente por Mafaldo Júnior (2009). Ele afirma que a elaboração da nova logomarca começou pela elaboração de um estilo gráfico para as letras I e C nome da web rádio a fim de oferecer uma sensação de movimento no ar. Essas letras também produzem um efeito ótico de rapidez, enquanto que os demais elementos que compõem a palavra funcionam como suporte de sustentação de um microfone numa perspectiva real segundo seu criador e representando também o “fazer radialístico”.

Mafaldo Júnior (2009) afirma ainda que:

As cores verde (da letra C) simbolizam de algo novo, fértil, rebento; preta (da letra I) suporte real do microfone e vermelho simboliza o movimento, rapidez, energia, vida etc. As cores pigmento verde e vermelho são complementares entre si. Já a cor preta traz em si o contraste que em consonância com as demais traz destaque e distinção visual.



Figura 1A

<sup>4</sup> Em entrevista a Pimenta (2010)



Figura 1 B

Para a análise do layout do site utilizamos como referência às cinco perspectivas de design apresentadas por Bendito (2006). São elas: o design de conteúdo, design gráfico, design de navegação, design de performance e design de experiência. O primeiro faz referência ao conteúdo a ser colocado dentro do um site. O autor diz que é necessário fazer uma pesquisa a partir do público-alvo a ser atingido para elaborar o conteúdo e principalmente pensar na possibilidade de uso pelo usuário do conteúdo. Dessa forma, haverá uma comunicação efetiva entre o site o a pessoa que está utilizando o mesmo.

O design gráfico é responsável por criar a identidade e a personalidade site a partir de uma linguagem visual. Deve fazer uso de estratégias de comunicação para atender as necessidades da audiência para direcionar a percepção desta para criar a interface design do projeto. Design de navegação comunica a estrutura do conteúdo criando elementos que facilitem a navegação dentro do site. Caso haja alguma dificuldade o usuário abandonará o site.

O design de performance é o desenvolvimento e a implementação técnica do Website. É necessário ter um profundo conhecimento sobre aspectos técnicos de criação desse tipo de projeto e estar bem atualizado para poder usar de criatividade e informação para elaborar sites de qualidade que atendam a necessidade do público-alvo.

O design de experiência é a parte que deve fazer despertar no usuário ações e sentimento quando ele entra em contato com o site. Ou seja, instigar a participação e a curiosidade do usuário.



A partir das definições apresentadas acima pode-se então fazer a análise do site da Web Rádio Intercampus, figuras 2 e 3 respectivamente.



Figura 2

Segundo a perspectiva do design de conteúdo o site demonstra nitidamente o seu público-alvo que são os jovens universitários. A linguagem utilizada nos títulos dos tópicos do site é simples e as informações se referem ao ambiente universitário. Mas há um uso excessivo de imagens e ícones que confunde o usuário ao acessar o site. O menu de opções está pouco visível em relação as figuras colocadas na página. O cabeçalho da universidade acompanha o usuário durante toda a navegação, ou seja, ao utilizar a barra de rolagem para visualizar os recursos que estão no fim do site, o cabeçalho se moverá à medida que o usuário navega pela página do site.

Quanto ao design gráfico, responsável pela identidade e personalidade do site, os únicos elementos que identificam a página como web rádio é a logomarca e o playlist no topo da página. Aliás, a primeira logomarca, presente na figura acima nem sequer se refere a web rádio. A homepage de maneira geral parece um site de notícias variadas. Se



o internauta se interessar pelo site e começar a navegar pelos menus é que ele vai perceber que se trata de uma web rádio universitária.

Abordando agora o design de navegação percebe-se que a barra de menu que possui o conteúdo da web rádio perde-se diante dos outros elementos gráficos. Ela precisa ter maior destaque para que o usuário possa navegar pelas opções e conhecer plenamente a web rádio e deseje acessar o site outras vezes.

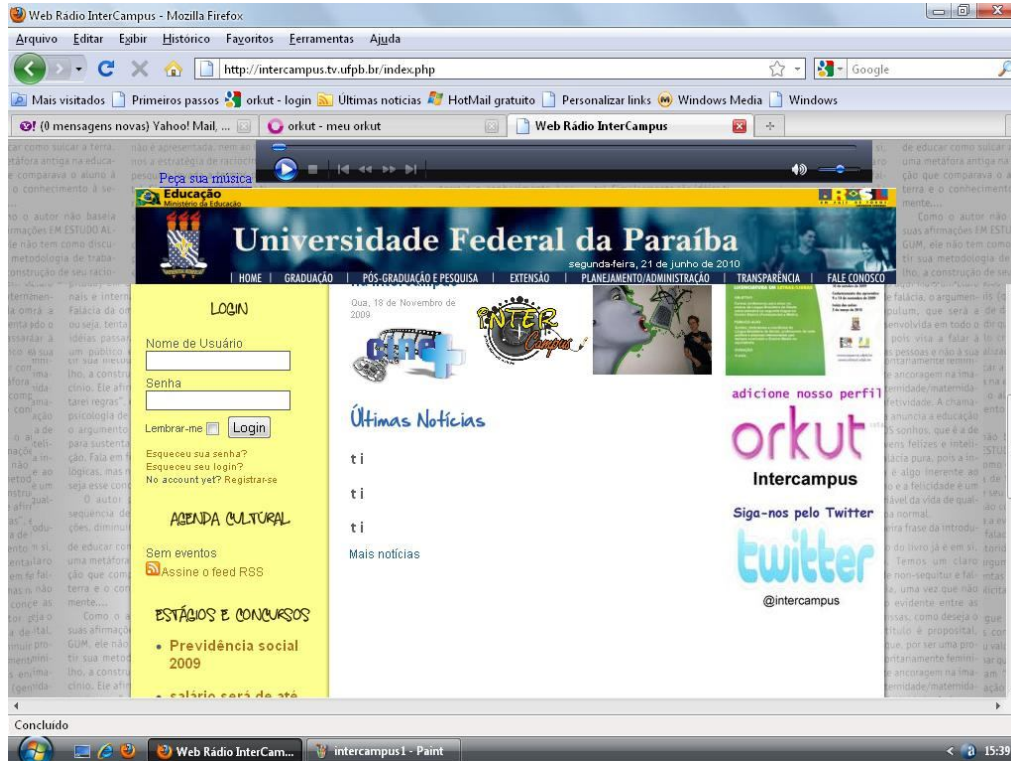


Figura 3

Sob a perspectiva do design de performance, o acesso é limitado a 32 pessoas simultaneamente, pois o servidor em que o site está incorporado permite no momento e não há suporte para transmissão ao vivo. Atualmente a homepage pode ser acessada, mas as atualizações estão suspensas porque o projeto<sup>5</sup> está passando por uma reestruturação, que inclui a mudança de servidor, reformulação geral da programação e incorporação da nova logomarca (Figura 1B). Desta forma, o website irá funcionar em outro servidor que aumentará a capacidade de acesso pelos usuários com uma interface mais simples que realmente lembre uma rádio e mais especificamente uma web rádio.

<sup>5</sup> Projeto de Extensão Web Rádio Intercampus – PROBEX - UFPB 2010





De acordo com a coordenação do projeto (apud PIMENTA, 2010) o novo website está sendo pensado para despertar o interesse em ouvir a Web Rádio Intercampus e navegue pela página, com uma interface simples, visualmente “limpa”. Interface simples e “limpa” é o que chamamos de design de experiência que na homepage atual encontra-se prejudicado devido à quantidade exagerada de informações que não estão totalmente focadas no público universitário e em programas de entretenimento. A expectativa é de mudança de identidade visual a partir da própria reestruturação da linha editoria do veículo, que passou a focar mais a educação, a cultura e a ciência (MEIRELES, 2010).

### **Considerações Finais**

Hoje, todas as formas de comunicação podem ser mediadas pelo computador permitindo as pessoas maior interação e aprendizado com a utilização dessa ferramenta tecnológica. Mas para que haja de fato essa interação é necessário instigar usuário a ter a curiosidade suficiente para que ele possa se envolver com os recursos de tecnologia que temos.

Na era da sociedade da informação é essencial o compartilhamento do conhecimento que agregado as tecnologias digitais amplia o espaço para diálogo e para a troca de conteúdo entre as pessoas permitindo que outras ainda não incluídas nesse campo possam inserir-se, adquirir e contribuir para a formação de uma população mais crítica e desenvolvida.

O desenvolvimento e aplicação de websites deve apresentar as mudanças incorporadas pela sociedade atual, transformando o novo e diferente em algo atrativo para que as pessoas se identifiquem com os que estão vendo. Assim, poderemos criar conteúdos focados no real interesse dos usuários que acessam a rede mundial.

O rádio começou a utilizar essa tecnologia a algum tempo. O resultado tem sido bastante positivo. Mas para que um projeto de web rádio realmente funcione temos que fazer uma convergência entre o conteúdo sonoro e os recursos oferecidos pela internet. Devemos ter em mente quais usuários iremos direcionar a produção estética para atraí-lo até a mensagem que desejamos transmitir por este “novo rádio” mediado pelo computador.

Criar e manter uma web radio e principalmente aquela que é universitária é um desafio que poucos têm coragem de enfrentar. As dificuldades dentro da academia para



estabelecê-la enquanto um projeto acadêmico e de extensão não podem ser expressas em palavras, mas a cada experiência vivida encontramos novos caminhos que nos mostram que podemos continuar a desenvolver o projeto porque estamos ganhando espaço a cada dia.

Esta análise permitiu perceber o quanto é importante construir um projeto para desenvolver um site com qualidade. Além disso, outro fator tão importante quanto à estética de apresentação do site é o objetivo da homepage, ou seja, a quem ela se destina, seu público-alvo. Se tivermos em mente estes dois aspectos quando pensarmos em construir um website com certeza nós iremos elaborar um produto de qualidade capaz de instigar o usuário a conhecê-lo e utilizá-lo diariamente.

### **Referências Bibliográficas**

AZEVEDO, Wilton. **O que é Design**. São Paulo: Ed Brasiliense, 1988.

BENDITO, Petrônio A. **Website Design e Comunicação Visual: Metodologia crítica e prática para internet**. João Pessoa: Editora Universitária, 2006.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

LOPES, Diórgenes. **Rádio Digital**. Disponível em: <<http://www.tudoradio.com/conteudo.php?conteudo=2>>. Acesso em: 20 de junho de 2010.

MAFALDO JÚNIOR, João Batista. **Descrição da Logomarca Web Rádio Intercampus**. Texto de circulação interna do projeto de Extensão Web Rádio Intercampus UFPB, 2009.

MEIRELES, Norma. **Linha editorial da Web Rádio Intercampus** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <[norma.meireles@gmail.com](mailto:norma.meireles@gmail.com)> em 10 mai. 2010.

MONAT, André Soares; CAMPOS, Jorge Lucio de; LIMA, Ricardo Cunha . Metaconhecimento - Um esboço para o design e seu conhecimento próprio. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 03, p. 01-12, 2008.

PIMENTA, Rodolfo Maia. **Programa de rádio-documentário conhecendo a Intercampus**. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Comunicação Social. Universidade Federal da Paraíba, 2010.

PRATA, Nair. **A Webradio e geração digital**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3652-1.pdf> Acesso em: 15 Jul. 2010.