

A PROGRAMAÇÃO E A PUBLICIDADE NA RÁDIO WEB: ESTUDO DE CASO: RÁDIO WOOD'S

STACHIN, Ana Paula (Discente de Publicidade e Propaganda/UNIBRASIL)

FONTOURA, Kátia Regina (Docente PP/UNIBRASIL)

SILVA, Lydio Roberto (Docente PP/UNIBRASIL)

Nas décadas de 30 e 40 o rádio viveu sua maior ascensão, segundo Manhães (2007), pois foi nessa época que as pessoas o incorporaram de vez em suas vidas, independente da classe social, porque trazia além de informação, o entretenimento. Com o surgimento da televisão dizia-se que o rádio acabaria, mas não foi isso o que aconteceu. Há diferença entre os dois meios, principalmente na audiência, horários, fatores estes que foram percebidos pelos empresários. Em 1960, iniciou-se a modulação em frequência que trouxe mais nitidez e qualidade de áudio para o rádio local. Mas a maioria foi para a FM, mas, apenas na década de 70, os que se mantiveram na AM perceberam rapidamente a queda na audiência. Com a chegada das novas mídias todos os meios tiveram que adaptar-se, e o rádio vem acompanhando essas alterações que se fazem necessárias, aponta Goedert (2011-12). Mudanças desde a estrutura de cabos até a forma como se anuncia. Após o desenvolvimento do *streaming*¹ e o aumento de transmissão de dados pela internet, surgiram as primeiras rádios que passaram a transmitir seu áudio, ao vivo pela rede. No Brasil, a web rádio chegou no ano de 1998 e, para iniciar uma rádio online o custo é considerado pequeno. As rádios do AM e FM têm trazido seus conteúdos para a web rádio. As web rádios são segmentadas, e sua programação é direcionada para um público específico. A Rádio Wood's de Curitiba, que tem apenas três anos de existência, nasceu direto como web rádio para levar conteúdo do sertanejo universitário ao seu público. Como a maioria, “[...] transmite exclusivamente via web, e é segmentada, ou seja, seu conteúdo e programação são direcionados para um determinado segmento da sociedade”, explica Goedert (2011-2). Sendo assim, o problema que se quer responder é: qual é e como se caracteriza a programação radiofônica e a produção dos materiais publicitários na rádio web Wood's no 1º semestre de 2016? Para isto, o objetivo geral é conhecer as características da programação radiofônica e a produção dos materiais publicitários em rádio web através de um estudo de caso. O caminho a seguir é apresentar o histórico do rádio; apontar as principais características de rádio web; conhecer a estrutura e funcionamento da Rádio Wood's de Curitiba; descrever a programação da Rádio Wood's; refletir sobre o gênero de programação radiofônica e suas relações com as peças publicitárias na Rádio Wood's. No atual cenário das mídias e dos meios de difusão radiofônica, em que, pelo crescimento e o acesso aos meios digitais, bem como pela visibilidade que a internet tem proporcionado aos anunciantes, este estudo poderá colaborar para entender a dinâmica da publicidade neste contexto, sobretudo, em rádio web. Para alcançar os objetivos descritos anteriormente serão realizadas levantamento da bibliografia e pesquisas exploratórias usando métodos como: entrevista focalizada e pesquisa de campo.

Palavras-chave: publicidade; rádio web; programação segmentada; Rádio Wood's.

¹ Streaming é uma técnica de transferência de dados, na qual os dados são processados em fluxo contínuo de forma a permitir que o conteúdo seja reproduzido antes de ser completamente enviado.(GOEDERT, 2001-2, p.77).