



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO TURISMO E ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RADIALISMO

RONDINELE DE SOUSA BRITO

**WEB RÁDIO: FORROWEB.COM**

JOÃO PESSOA - PB

2019

RONDINELE DE SOUSA BRITO

**WEB RÁDIO: FORROWEB.COM**

Relatório Técnico apresentado à Universidade Federal da Paraíba – UFPB, em cumprimento do requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Radialismo.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo.

JOÃO PESSOA - PB

2019

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

B862w Brito, Rondinele de Sousa.

Web rádio ForroWeb.com / Rondinele de Sousa Brito. -  
João Pessoa, 2019.  
58 f. : il.

Orientação: Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo.  
Monografia (Graduação) - UFPB/CCTA.

1. Web rádio. 2. Segmentação. 3. Interatividade. I.  
Mafaldo, Norma Maria Meireles Macedo. II. Título.

UFPB/BC



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO TURISMO E ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RADIALISMO

O Relatório intitulado: Webrádio ForroWeb.com, apresentado à Universidade Federal da Paraíba – UFPB, em cumprimento do requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Radialismo, foi 10 (Dez) pela banca examinadora.

Data de aprovação: 19 / 09 / 2019 .

Banca examinadora:

-----  
Prof.<sup>a</sup> Dra. Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo - UFPB  
Orientadora

-----  
Prof. Dr. Carlos Jose Cartaxo - UFPB  
Examinador

-----  
Prof. Dr. João de Lima Gomes - UFPB  
Examinador

Dedico este trabalho aos meus familiares, minha noiva, amigos e professores (as), que colaboraram com minha trajetória acadêmica e profissional.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente a Deus, que está sempre ao meu lado nessa longa caminhada que é a vida, cheia de altos e baixos! Obrigado pelos aprendizados valiosos.

Agradeço a minha mãe, Francisca de Sousa, que amo muito, pois é uma grande e admirável mulher. Uma pessoa incrível! Igual as minhas duas irmãs, Lindiana e Fabiana, que comemoraram mais do que eu ao saberem de minha aprovação no vestibular da UFPB; “eu era um garoto recém-saído do ensino médio, que não tinha noção e nem dimensão da oportunidade e o lugar que estava prestes a adentrar.” Muito obrigado meninas, vocês são maravilhosas e sei que nossa união é bem mais antiga do que apenas nessa vida. Continuo meus agradecimentos a meu pai, Antônio Inácio (Anchieta), pelo orgulho que eu sei que sente de mim, compreendo que fez seu melhor para me criar e educar. Um dos resultados, está nesse trabalho de conclusão de um curso superior.

Meus agradecimentos seguem, agora para minha futura esposa, M. Priscylla Monteiro, que se tornou mais uma grande motivação, para que eu concluísse esse curso. Obrigado, por estar comigo durante essa minha trajetória, tentando conciliar estudos e trabalho. Não é fácil, você sabe bem disso, pois vivencia também! Gostaria que soubesse que me ajudou a continuar firme, sendo uma ótima inspiração.

Espero inspirar meus sobrinhos Alysson e a pequena Ana Livia, que vocês possam conquistar seus sonhos.

Gostaria de agradecer imensamente a minha professora Dra. Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo, por todos os conhecimentos, auxílios prestados nas orientações e todo apoio recebido. A você minha querida orientadora, muitíssimo obrigado.

Aos professores e professoras, que conheci durante minha jornada acadêmica ao longo desses anos, deixo o meu muito obrigado! Foram bons anos de muito aprendizado e enriquecimento que levarei para a vida.

## RESUMO

Este é um relatório técnico contendo os procedimentos de criação da webrádio: ForroWeb.com; uma emissora de entretenimento musical segmentada ao forró, elaborada como forma de propagar informações e a música nordestina para o mundo através de sua programação na internet. Neste relatório há discussão sobre interatividade, segmentação e o rádio na era da evolução tecnológica, onde existe um vasto campo de possibilidades para quem busca abrir um negócio digital; já que um número expressivo da população possui agora liberdade na hora de escolherem uma forma de consumir entretenimento de sua preferência. Aproveitando estas mudanças, o ForroWeb.com busca alcançar um público interessado exclusivamente em um gênero musical, que é o forró. Esta proposta de rádio, preenche uma lacuna no mercado de entretenimento musical pessoense, estando em sintonia com o desejo das pessoas, para poderem encontrar um local exclusivo onde acompanhem diariamente informações relevantes dos seus artistas preferidos, além de ouvirem uma programação exclusiva só com seu estilo musical. Este relatório percorre as experiências compartilhadas na construção desta webrádio, utilizando técnicas de pesquisa e algumas maneiras de rentabiliza-la, que poderá servir de alguma forma, para os novos alunos de comunicação e futuros empreendedores digitais. Neste trabalho é abordado algumas situações com outras duas webrádios do autor, até o surgimento do projeto ForroWeb.com; sua construção, seu processo de amadurecimento, algumas mudanças necessárias encontradas ao longo do tempo, além de todo retorno obtido entre as pessoas que ouvem e interagem pelo site e redes sociais, tornando essa webrádio a mais ouvida da Paraíba e a quinta do Brasil.

**Palavras-chave:** Web rádio; Segmentação; Redes Sociais; Interatividade.

## ABSTRACT

This is a technical report containing the webradio creation procedures: ForroWeb.com; a forró segmented musical entertainment broadcaster, designed as a way to spread information and northeastern music to the world through its internet programming. This report discusses interactivity, segmentation and radio in the age of technological evolution, where there is a vast field of possibilities for those looking to open a digital business; since a significant number of the population is now free to choose a way of consuming entertainment of their choice. Taking advantage of these changes, ForroWeb.com seeks to reach an audience interested exclusively in a musical genre, which is forró. This radio proposal fills a gap in the personal music entertainment market, being in tune with people's desire, so they can find a unique place where they can daily catch relevant information from their favorite artists, and listen to a unique programming in their own style. musical. This report goes through the shared experiences in building this webradio, using research techniques and some ways to monetize it, which may serve some way for new communication students and future digital entrepreneurs. This paper discusses some situations with the author's two other webradios, until the emergence of the ForroWeb.com project; its construction, its maturation process, some necessary changes found over time, as well as all the feedback obtained from people who listen and interact through the site and social networks, making this webradio the most heard of Paraíba and the fifth in Brazil.

**Keywords:** Web Radio; Segmentation; Social Networks; Interactivity.



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO TURISMO E ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RADIALISMO

### DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Discente: Rondinele de Sousa Brito

Matrícula: 11117817

Título do Trabalho: WEB RÁDIO FORROWEB.COM

Professora Orientadora: Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo

Declaro a quem possa interessar que o presente trabalho é de minha única e exclusiva autoria e que responderei por todas as informações e dados nele contidos, ciente da definição legal de plágio e das eventuais implicações.

Rondinele de Sousa Brito

João Pessoa, 19 de Setembro de 2019.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### FIGURAS

Figura 01 – Gráfico de estilos músicas mais procurados no Google .....	18
Figura 02 – Pesquisa da palavra forró no Facebook, filtrando apenas Grupos .....	19
Figura 03 – Busquei encontrar as Hashtags utilizadas no Instagram .....	19
Figura 04 – Procurei no YouTube e encontrei muitos canais falando de forró .....	20
Figura 05 – Paleta de cores criadas no site: Adobe Color .....	23
Figura 06 – A logomarca do ForroWeb.com .....	24
Figura 07 – Principal capa, replicada em todas as redes sociais da rádio .....	25
Figura 08 – O Aplicativo da webrádio ForroWeb.com .....	25
Figura 09 – Programação da webrádio - Segunda a Sexta-feira .....	27
Figura 10 – Programação da webrádio - Sábado e Domingo .....	29
Figura 11 – Banner para divulgar nas redes sociais o site e aplicativo .....	30
Figura 12 – Mensagem utilizada para compartilhar o App e o site da rádio .....	31
Figura 13 – Mensagem de uma ouvinte, enviada na página do Facebook .....	32
Figura 14 – Mensagem enviada diretamente pelo website .....	33
Figura 15 – Mensagem recebida no site, que fica exibida aos visitantes .....	33
Figura 16 – Algumas das mensagens que recebo através do App: Tuneln .....	34
Figura 17 – Banners criados para as redes sociais da web rádio .....	35
Figura 18 – Sequência de postagens no Instagram da web rádio .....	36
Figura 19 – Mensagem do proprietário da Banda Cascavel .....	37
Figura 20 – Assessoria da cantora Taty, querendo divulgar sua música .....	38
Figura 21 – Seguidores do perfil no Instagram da web rádio .....	39
Figura 22 – Audiência da webrádio de Agosto/2019 .....	41
Figura 23 – Audiência das rádios FM e AM de João Pessoa - Agosto/2019 .....	42

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	15
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	19
3.1. Pré-produção .....	19
3.2. Produção.....	24
3.3. Pós-produção.....	31
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	42
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	45
<b>APÊNDICE A - LISTA DOS CUSTOS DA WEBRÁDIO: FORROWEB.COM</b> .....	46
<b>APÊNDICE B - MÍDIA KIT DA WEBRÁDIO: FORROWEB.COM</b> .....	47
<b>APÊNDICE C - ESPAÇOS PUBLICITÁRIOS DA WEBRÁDIO</b> .....	52

## 1. INTRODUÇÃO

Este é o relatório técnico do projeto: webrádio ForroWeb.com; Uma emissora de entretenimento musical segmentado ao forró, que possui site e aplicativo personalizados, além de manter uma presença firme em várias plataformas importantes de *streaming* no Brasil, como nos sites *TuneIn* e *radios.com.br*, onde segue na liderança a mais de dois anos na Paraíba, compartilhando a cultura nordestina para o mundo através da internet.

A ideia desse projeto surgiu no início de maio de 2016, para o trabalho de conclusão de curso em Radialismo (não finalizado na época), quando comecei a observar a falta de espaço para as bandas, cantores e cantoras de forró nas rádios locais. Como atuo na área da comunicação, em especial nos programas de entretenimento musical a alguns anos, pude notar bem de perto toda essa falta de espaço e representatividade dos estilos musicais da nossa região nas rádios nordestinas, precisamente aqui em João Pessoa - PB.

Alguns fatores para essa falta de espaço, está vindo da metodologia empregada por muitos empresários de emissoras tradicionais, aceitando parcerias com alguns artistas que pagam bem para divulgarem seus trabalhos; Já outro ponto, que poderia ser a solução (mas ainda não é!), são os proprietários de webrádios que copiam o formato e programações das rádios convencionais, contribuindo para a predominância de outros ritmos em nossa região, como por exemplo; a música sertaneja e o funk, justamente no lugar onde predominava o forró, Axé, Frevo, entre outros estilos musicais nordestinos.

Uma vez que compreendi o mercado local e, as possibilidades de obter sucesso na criação de uma webrádio que tocasse apenas um estilo musical. Aprofundei nas pesquisas de segmentação para elaborar um projeto único, já que possuía experiências “frustradas na área”, pela falta de profissionalismo na hora da construção das minhas duas primeiras webrádios: “CorreioMix.net e RBmusic.com.br” (pretendo detalhar mais a frente), no ar entre 2013/2015; devido à baixa audiência, ambas foram encerradas.

As experiências passadas e o conhecimento adquirido, só me fizeram ter mais vontade de possuir a própria emissora de rádio na internet, fazendo direcionar o foco do curso para a realização deste projeto com fundamentos e objetivos bem

definidos, pois a pretensão sempre foi criar algo novo para ser referência, possuindo uma ótima audiência para atender a demanda de um nicho de mercado.

Ao longo das pesquisas surgiram inúmeras perguntas, como por exemplo: “Qual estilo de forró, as pessoas estão interessadas em ouvir?” (Irei detalhar outras perguntas na área de produção). Outros pontos de interesse, são as inúmeras pessoas que buscam conteúdo específicos deste gênero musical, que está sendo pouco explorado no momento, mesmo possuindo milhares de pessoas interessadas e que comentam sobre forró em grupos e páginas no Facebook, Blogs, perfis no Instagram e canais no YouTube, compartilhando alguns vídeos ou notícias. É um nicho que possui muito espaço, uma audiência gigantesca, mas que existe pouco investimento dos empreendedores digitais, em sites e aplicativos próprios personalizados.

Apostando na segmentação, onde está evidenciado até em seu nome: a webrádio ForroWeb.com, faz uma junção do gênero musical com o meio de comunicação escolhido, pois o interesse é em atender a demanda de um público específico, já que existe essa necessidade das pessoas e um vasto espaço de atuação na área.

O nicho de mercado, é algo bem utilizado na internet, pois os usuários não precisam e não querem apenas receber o conteúdo pronto, muitos procuram se envolver na construção do conteúdo, tornando uma comunidade fiel com interação entre eles e não apenas comunicador/ouvintes, com as redes sociais é quebrado uma grande barreira na comunicação.

As pessoas não mudaram; as populações sempre foram fragmentadas. O que está mudando são seus hábitos de uso dos meios de comunicação. Agora, estão simplesmente atendendo a seus interesses fragmentados. Há tantos fragmentos quanto pessoas” (VIN CROSBIE apud ANDERSON, 2006, p. 180).

A escritora Nair Prata, fala em seus inúmeros trabalhos sobre webrádio, que o surgimento de emissoras voltadas a nichos altamente seletivos, multiplica as possibilidades para os usuários encontrarem conteúdos relevantes para o seu gosto pessoal, já que atualmente o número de emissoras online cresceu tanto, que segundo essa autora, as webrádios podem ser chamadas de “emissoras pessoais”.

O próprio modo de fazer rádio na web proporciona o surgimento de emissoras voltadas a nichos altamente seletivos, multiplicando o número de emissoras a tal ponto que cada pessoa pode montar o seu próprio arquivo de áudio, as chamadas “emissoras pessoais.” (PRATA, 2008, p. 30).

Buscando aplicar um pensamento empreendedor, fazendo com que esse projeto seja uma empresa e não um simples “*Hobby*”. Porque quando falamos em web rádio, para alguns vem logo a palavra “amadorismo”; A ideia principal na construção desta web rádio é atingir diretamente esse ponto positivamente, realizando algo diferente para mudar esse entendimento e surpreender o público que encontrar o site ou baixar o aplicativo, além de mostrar que é possível elaborar um projeto, que possa servir de inspiração para alunos de comunicação e aos entusiastas do rádio.

A pretensão geral do projeto, é contribuir para o resgate musical do forró da nossa região nordeste, além de poder servir de exemplo ou inspiração, para ajudar novas pessoas interessadas em criar seus próprios produtos digitais, levando em consideração o profissionalismo e buscando sempre a qualidade nos trabalhos, para que consigam atender a expectativa de um público que esteja esperando descobrir os produtos dos próximos empreendedores formados nos cursos de comunicação.

Estas são as metas do autor, pois em várias análises de web rádios do Brasil, é possível notar que são poucos que pensam com a mente de empreendedor nesse setor e que realmente possuem nichos específicos, para terem como base na criação de suas webrádios ou que investem em uma estrutura significativa de site, aplicativo e redes sociais ativas. O futuro do rádio já chegou e as web rádios possuem um potencial incrível, mas que precisam ser criadas visando um objetivo maior do que apenas repetirem as práticas das rádios convencionais, para poderem suprir uma necessidade de mercado, tendo possibilidades de gerar empregos e lucro para se manterem firmes, coexistindo com todas as demais rádios existentes.

O objetivo geral deste trabalho é a construção da web rádio: ForroWeb.com. Quanto aos objetivos específicos, são eles: Compartilhar as experiências deste trabalho, para contribuir com novos empreendedores digitais, que buscam possuir suas próprias empresas online; demonstrar algumas das possibilidades para as webrádios serem competitivas e autossustentáveis; Realizar análises e comparações de outras rádios e webrádios do mercado paraibano.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O surgimento do rádio no Brasil possui algumas versões, mas gostaria de ressaltar que em 1919, antes da criação da Rádio Clube<sup>1</sup> de Pernambuco (1919-2014), pelo radiotelegrafista Antônio Joaquim Pereira, ele e seus amigos realizaram improvisadamente uma transmissão na Ponte d'Uchoa no Recife, antes da primeira transmissão oficial em 1922 do presidente e também paraibano, Epitácio Pessoa, ou até da implementação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro em 1923, de Edgard Roquette Pinto.

Esse maravilhoso invento do século 19, continua se transformando e ainda é um grande sucesso de entretenimento e confiança no país, talvez não com as mesmas proporções de outras épocas, mas desde o surgimento da era de ouro do rádio brasileiro em 1930, com a permissão de comerciais na programação, as radionovelas e a popularização dos aparelhos crescendo entre os brasileiros. A era de ouro do rádio, proporcionou as diretrizes que vemos até hoje.

O impacto do rádio sobre a sociedade brasileira a partir de meados da década de 30 foi muito mais profundo do que aquele que a televisão viria a produzir trinta anos depois. De certa forma, o jornalismo impresso, ainda erudito, tinha apenas relativa eficácia (a grande maioria da população era analfabeta). O rádio comercial e a popularização do veículo implicaram a criação de um elo entre o indivíduo e a coletividade, mostrando-se capaz não apenas de vender produtos e ditar “modas”, como também de mobilizar massas, levando-as a uma participação ativa na vida nacional. (MIRANDA, s/d, p. 72).

O rádio comercial possui mais audiência na atualidade, especialmente as rádios de entretenimento musical, seguidas pelas rádios jornalísticas e esportivas, que em outras épocas eram exclusivas nas rádios AMs, mas com a transição para o FM, elas estão presentes em um número maior de emissoras pelo Brasil. Essas informações de audiência ficam claras, quando analisamos a divulgação das pesquisas de IBOPE, que são realizadas todos os anos entre as rádios da cidade.

Hoje, as rádios tradicionais possuem mais concorrência devido a popularização da internet. O público que em outros momentos, precisavam esperar o locutor tocar sua música na rádio, agora possuem o poder de escolha; tudo por conta da popularidade dos aplicativos de música, YouTube e transmissões via streaming das webrádios. É nítido toda essa evolução, mas o rádio continua a se destacar,

---

<sup>1</sup> Rádio Clube, a pioneira do Brasil, comemorou 100 anos em 6 de abril de 2019.

Link: [https://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2018/04/06/internas\\_viver,747739/radio-clube-a-pioneira-do-brasil-comemora-100-anos.shtml](https://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2018/04/06/internas_viver,747739/radio-clube-a-pioneira-do-brasil-comemora-100-anos.shtml). Data de acesso: 30/06/2019.

principalmente a sua integração junto às novas tecnologias que vão surgindo a cada momento. O rádio é como um “camaleão”, que vai se adaptando ao ambiente que lhe é proposto ao longo dos anos, ou, sua transformação é uma espécie de “radiomorfose”, como bem diz a Nair Prata, (2008, p.75) em sua tese de Doutorado; “Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação.

Toda essa transformação do rádio na internet, fez surgir inúmeras emissoras online pelo mundo, sejam vindas das ondas hertzianas ou nativas da própria rede. Um grande reflexo desse crescimento de emissoras, é devido a popularização do acesso à internet e dos Smartphones, pois segundo a “30º Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia, realizada pela Fundação Getúlio Vargas<sup>2</sup> de São Paulo, mostrou que em 2019 o número de aparelhos alcançou 230 milhões em uso só no Brasil.” Esses números, aliados a popularidade dos aplicativos e redes sociais, encurtou a barreira das comunicações, fazendo existir o poder de escolha das pessoas através dos serviços de streaming, já que os custos para possuir esses serviços são bem acessíveis.

Após todo esse avanço tecnológico, começou a surgir inúmeras perguntas a respeito do futuro do rádio; como é bem perceptível por muitos, ele continua a se transformar, mas não é suficiente ainda, já que a maneira de consumir rádio, seja as convencionais ou as nativas da internet estão ficando para trás, pois precisam investir cada vez mais em pesquisas de mercado, para compreender a mudança na forma de consumo do seu público, além de perceber o crescimento das buscas por conteúdo específicos, seja de entretenimento ou apenas jornalístico. Barbeiro e Lima, abordam bem sobre algumas mudanças importantes que os (as) proprietários (as) de rádios precisam começar a fazer em suas emissoras, para atender esse novo poder de consumo das pessoas:

O novo rádio tem que se transformar para sobreviver no mercado em que a web está se convertendo, através de uma explosão acelerada. O velho esquema do “eu falo e você me escuta” será substituído pelo diálogo com o público-alvo da rádio, no qual a cumplicidade e a busca do interesse comum serão essenciais. (BARBEIRO; LIMA, 2001, p. 39).

Todas essas informações citadas, são muito importantes para começar a entender o que vem acontecendo com o público presente na internet, já que ele cada vez mais busca participar da construção de conteúdo, comentam sobre os assuntos

---

<sup>2</sup> EPOCA NEGOCIOS - Brasil tem 230 milhões de smartphones em uso, 2019. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/04/brasil-tem-230-milhoes-de-smartphones-em-uso.html>. Data de acesso: 14/08/2019.

debatidos na atualidade ou de seu interesse. Essas mudanças na forma de interação das pessoas, fazem surgir inúmeras empresas voltadas às preferências de cada público alvo, onde a segmentação se torna presente basicamente em todos os meios, principalmente no digital.

Abordando especificamente a segmentação em rádio; essa é uma maneira significativa de mudança positiva que pode ser inserida em mais emissoras de rádios tradicionais ou nas webrádios, pois analisando o comportamento do mercado no meio digital, cada vez mais encontramos pessoas buscando por assuntos apenas de seu interesse, onde até poucos anos atrás, precisavam esperar um determinado programa para se informar. Algo, que é bem estranho para muitos hoje no Brasil, principalmente nas grandes cidades e com as novas gerações nascidas na era da informática; já que segundo as informações da pesquisa citada anteriormente, pela “Fundação Getúlio Vargas”; possuímos mais celulares do que habitantes no país e não tem mais lógica para muitas pessoas, esperarem um determinado programa te informar sobre algum assunto, já que você pode pesquisar no momento exato que surge uma pergunta ou dúvida. Então, para se diferenciar em meio a toda essa nova forma de consumir conteúdo, os programas precisam aprofundar mais nos assuntos e o comunicador, precisa se transformar em um amigo de sua audiência, dessa forma os ouvintes se sentem mais próximos da emissora e irão interagir cada vez mais.

A segmentação está tão presente na comunicação que ela é fundamental para o entretenimento, pois existem públicos interessados em consumir e participar especificamente destes formatos mais exclusivos. Alguns exemplos de rádios segmentadas: são as intituladas “Jovens”, “Adultas”, *All News* e Esportivas. É um formato, que pode até limitar a abrangência dos ouvintes, mas a fidelidade do público e sua interação é maior devido a comunicação mais direta para seu público. Dessa forma, a audiência das rádios segmentadas se sentem tão próximas que auxiliam na produção e divulgação dos conteúdos das emissoras, já que com o advento da internet o rádio não se limita mais as suas ondas sonoras: Os sites, redes sociais, transmissões por imagem; fez o rádio se transformar e ter que se adaptar a essa evolução tecnológica.

O advento da internet, porém, faz surgir uma nova forma de radiofonia, onde o usuário não apenas ouve as mensagens transmitidas, mas também as encontra em textos, vídeos, fotografias, desenhos, hipertextos. Além de áudio, há toda uma profusão de elementos textuais e imagéticos que ressignificam o velho invento de Marconi. (ORTIZ; MARCHAMALO, apud PRATA, 2012, p. 43).

O rádio vem se renovando ou pelo menos deveria estar realizando mudanças constantes, pois existe uma nova linguagem, unindo palavras faladas e textos escritos, o rádio é multimídia agora. Indo nesse caminho da rádio multimídia; existem as web rádios, que ainda possuem pouco investimento e credibilidade no mercado, mas entre os ouvintes, sua audiência cresce constantemente devido a segmentação e a convergência midiática em seus sites, aplicativos e páginas nas redes sociais; onde o ouvinte busca muito mais do que uma programação sonora, ele interage com os vídeos e textos, que complementam notícias ou o lançamento de uma nova música, por exemplo.

Lúcia Santaella (2004, p. 33) fala sobre os perfis dos usuários de acordo com a mídia, onde as pessoas conectadas na Internet não são meros leitores contemplativos, trata-se de usuários “em estado de prontidão, conectando-se entre nós e nexos, num roteiro multilinear, multisequencial e labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, vídeo, etc.” Em outro trabalho, ela diz o seguinte:

na medida em que o usuário foi aprendendo a falar com as telas, através dos computadores, telecomandos, gravadores de vídeo e câmeras caseiras, seus hábitos exclusivos de consumismo automático passaram a conviver com hábitos mais autônomos de discriminação e escolhas próprias. (SANTAELLA, 2003, p. 82)

Levando em consideração todos esses pensamentos de autores que tratam em inúmeros trabalhos sobre web rádio, interatividade, comportamento da audiência, as mudanças na forma de consumir conteúdos de entretenimento devido os avanços tecnológicos e toda essa acessibilidade dos meios digitais, é que esse projeto foi idealizado, para demonstrar a importância em realizar uma pesquisa de mercado, antes de dar início a qualquer trabalho, pois sem fundamentos e estudos de um determinado tema, não seria possível a criação de uma emissora de rádio nativa na internet, com intuito de preencher um espaço visto no mercado, onde a webrádio ForroWeb.com, já está devidamente realizando o seu papel em informar e ser companheira de sua audiência todos os dias.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho é descritivo, com fontes primárias e secundárias, possui uma abordagem qualitativa e quantitativa nas pesquisas, além de análises com o método hipotético-dedutivo. A seguir, será compartilhado em detalhes os processos de criação da webrádio até o formato atual.

#### 3.1. Pré-produção

A partir do momento que surgiu a ideia de criar esse projeto de webrádio para o trabalho de conclusão de curso, comecei uma pesquisa na ferramenta *Google Trends*, que informa a relevância das palavras no buscador do *Google*. Adicionando os principais gêneros musicais, que são ouvidos nas rádios FMs; Forró, Música Sertaneja, Funk e Samba. O resultado foi o seguinte: Forró, é o gênero musical mais buscado no “Google” em toda região nordeste, além dos estados de Roraima e Amazonas, como pode ser observado na imagem abaixo;

Figura 01: Gráfico de estilos músicas mais procurados no Google.



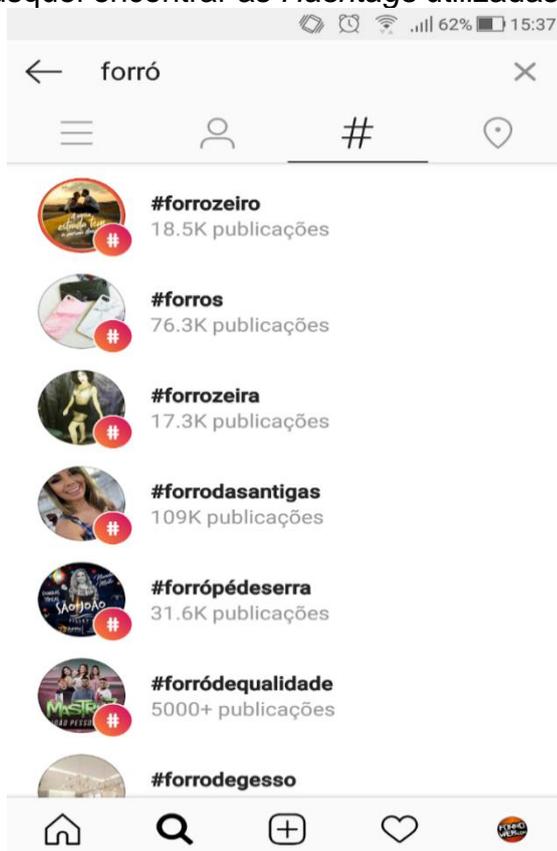
Fonte: Pesquisa no Google Trends: <https://trends.google.com.br>

Depois de obter esse resultado no *Google*, as pesquisas continuaram nas redes sociais, para tentar encontrar um número significativo de pessoas interessadas que comentam sobre o assunto. O resultado continua o mesmo, com uma simples pesquisa da palavra “Forró” no *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*, é possível encontrar centenas de perfis, páginas, grupos e canais, com milhares de seguidores comentando diariamente as publicações relacionadas ao Forró.

Figura 02: Pesquisa da palavra forró no Facebook, filtrando apenas Grupos.

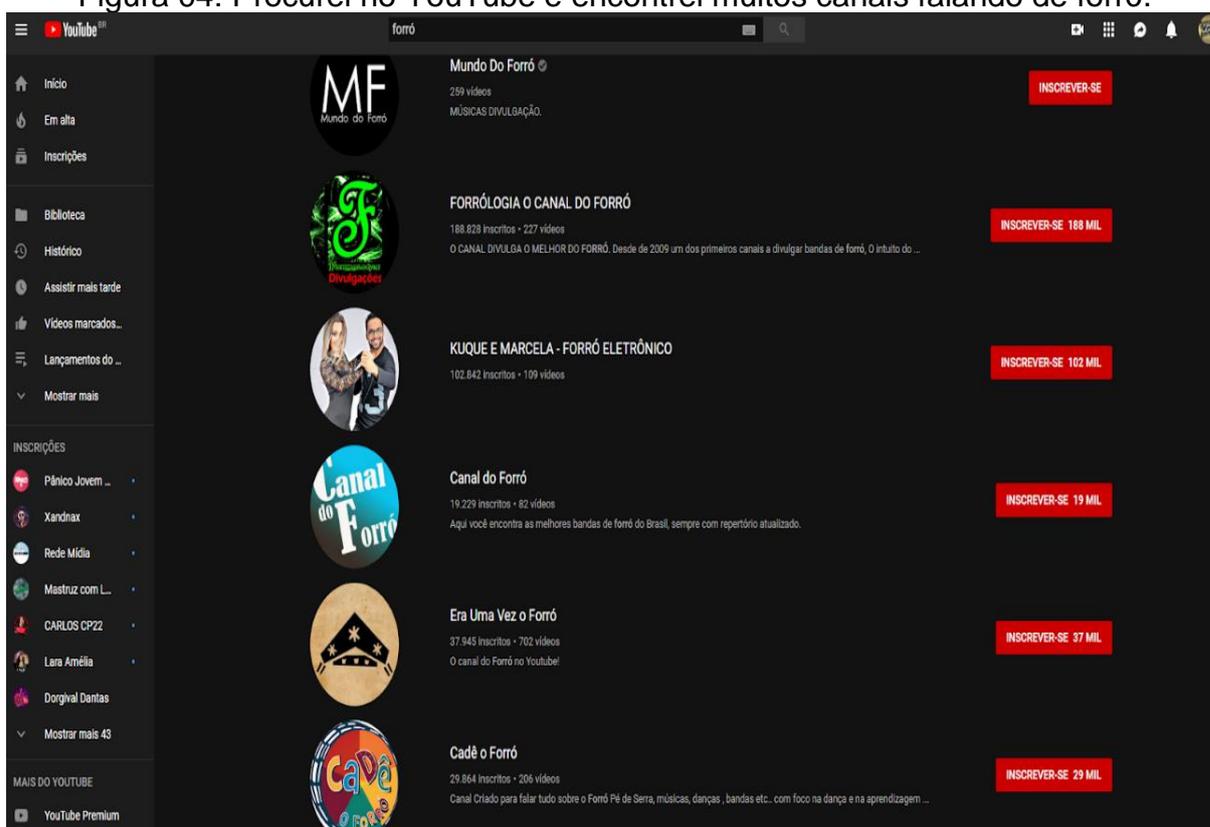


Fonte: Printscreen no Facebook, com alguns dos inúmeras grupos encontrados.

Figura 03: Busquei encontrar as *Hashtags* utilizadas no Instagram.

Fonte: Printscreen do Instagram, com várias hashtags relacionadas a forró.

Figura 04: Procurei no YouTube e encontrei muitos canais falando de forró.



Fonte: Printscreen de canais no YouTube: <https://www.youtube.com/forró>

Com estas pesquisas iniciais, obtive a resposta de minha pergunta inicial: “se existia um público significativo, para consumir conteúdos relacionados ao forró;” para seguir os planejamentos.

Com o estilo musical da rádio encontrado, a próxima etapa foi a escolha do nome para o projeto. Após uma longa pesquisa de combinações de nomes, o campeão foi esse: ForroWeb.com, fazendo uma junção do gênero musical escolhido, com a plataforma a ser utilizada pelo projeto, para ficar evidente que é uma emissora de rádio nativa da internet e com conteúdo segmentado disponível a um clique no Smartphone ou Computador, já que possui a palavra ‘Web’, que é facilmente relacionada ao meio digital. Além da junção destas duas palavras, está evidenciado em seu nome uma terceira palavra, que é o “.COM”, uma analogia ao que é feito em várias rádios tradicionais, onde utilizam o prefixo da rádio como nome fantasia; um exemplo aqui da cidade é a rádio 100.5 FM, que utiliza a sintonia como nome da emissora. Por este motivo o nome desta webrádio não é apenas “Forró Web” e sim ForroWeb.com, tudo junto da mesma forma que é o endereço do website. Esta foi uma das maneiras de chamar atenção dos ouvintes, para fazê-los lembrar dela quando forem pesquisar novamente essa emissora de rádio online.

Depois da escolha do nome, a próxima etapa foi registrar o domínio da rádio: a empresa escolhida foi a *UOL Hosting*, pagando o valor de R\$44,90; registrando devidamente o domínio “ForroWeb.com” em maio de 2016. Infelizmente, não estava disponível na época o domínio “.com.br”, mas consegui felizmente registrar em dezembro de 2016, pagando R\$40,00 no site “Registro BR”. Estes são os registros mais importantes atualmente para se ter na criação de um website (“.com” e “.com.br”), pois são os mais conhecidos e podem ser inseridos juntos direcionando para o site.

Seguindo com a criação da webrádio, faltava contratar um bom serviço de *streaming* que oferecesse o melhor custo benefício; a empresa escolhida por conta do Plano inicial, foi a “Sete *Hosting*,” que disponibiliza uma boa autonomia para modificar todo site, além do preço acessível por tudo isso. No plano está disponível um aplicativo *Android* personalizado; 30GB de espaço em nuvem para armazenar músicas, vinhetas e comerciais; É disponível ainda programas prontos, que são atualizados diariamente e vinhetas neutras, onde é preciso acrescentar apenas o nome da própria rádio; Tenho *AutoDJ* e até Dois mil ouvintes simultâneos; além de outros detalhes interessantes ao custo de R\$44,90 mensais.

Após a contratação do domínio e o serviço de *streaming* da webrádio, algumas perguntas precisavam ser respondidas para começar a elaborar os programas e principalmente a programação da rádio. Como existem inúmeros estilos dentro do forró, por exemplo; Pé de Serra, Xote, Baião, Xaxado, Forró Eletrônico, Forrónejo, Forró Gospel, dentre outros. Para chegar a uma programação popular entre os ouvintes, algumas respostas precisavam ser obtidas pelas redes sociais, sites e nos canais do *YouTube*. Então, elaborei estas perguntas principais;

- Qual estilo de forró, as pessoas mais comentam nas redes sociais?
- Existem muitos perfis falando sobre forró?
- Qual é o número de acessos e visualizações destes perfis?
- Existem muitas webrádios que tocam ou falam de forró?
- Quem são os maiores concorrentes na área?

Estas foram as perguntas principais, para buscar além de uma programação competitiva, entender o público e os futuros concorrentes da web rádio. Aos poucos consegui obter as respostas de cada pergunta de maneira bem simples, pois na internet as informações são fáceis de encontrar; Então, o estilo musical que mais movimentava as buscas das pessoas durante todo ano, é o forró eletrônico

(também conhecido como forró das antigas ou forró romântico), em segundo o forrónejo, que é mais ouvido em shows ao vivo; já o forró pé de serra, pode perceber que é mais ouvido e comentando nos meses que antecedem o São João e principalmente durante o mês de Junho.

Seguindo o questionário, cheguei aos principais concorrentes: Se tratando apenas de website existem o Diários do Forró e o Sua Música, ambos com inúmeros acessos e de longa data no mercado. O Sua Música<sup>3</sup>, por exemplo: foi criado em 2011, aqui em João Pessoa - PB. Atualmente a operação da empresa está no Rio de Janeiro. Um dos diferenciais deles, é que a maioria dos artistas que publicam suas próprias músicas na plataforma, para que as pessoas façam downloads grátis.

Os concorrentes em webrádio são inúmeros pelo mundo. Então, utilizando o site “radios.com.br<sup>4</sup>”, que atualmente é o principal do país, existem mais de 14 mil web rádios cadastradas só nesta plataforma; filtrando apenas para o estado da Paraíba, são mais de 310 concorrentes e, uma delas me chamou atenção na época pela liderança durante muitos meses no estado; seu nome era Portal Mix Forró. Utilizei a palavra “era”, pois não está mais em atividade. Sua programação era diversificada, mas possuíam um site desorganizado e as músicas não eram equalizadas, já que existiam muitas oscilações no áudio; mesmo assim, possuíam uma audiência entorno de uns Dois mil acessos mensais, ficando na liderança do estado, até a chegada da web rádio deste autor. O diferencial deles na época, era sua programação ao vivo.

Depois de realizar pesquisas da existência de um público interessado no tema, encontrar uma empresa de *streaming* com um bom custo benefício, escolher o nome da webrádio, descobrir as preferências musicais da grande maioria e conhecer mais a concorrência. Surgiu uma necessidade de mercado com um vasto campo de atuação, onde este projeto poderá ser apreciado ao preencher esse vazio. Então, o foco do projeto se tornou a realização de uma emissora de rádio nativa da internet, com um portal de entretenimento musical, tendo como ponto chave em sua criação o empreendedorismo, para atender as perspectivas dos consumidores, além de buscar possuir maneiras autossustentáveis para sua duração.

---

<sup>3</sup> PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS - Sua Música ajuda na divulgação de artistas independentes, 2016. Disponível em:

<https://revistapegn.globo.com/Emprendedorismo/noticia/2016/04/sua-musica-ajuda-na-divulgacao-de-artistas-independentes.html>. Data de acesso: 16/08/2019.

<sup>4</sup> RADIOS.COM.BR - Relatório do estado da Paraíba, 2019 - Disponível em:

[https://www.radios.com.br/relatorios/stat\\_2019-08\\_webregiao\\_15-118](https://www.radios.com.br/relatorios/stat_2019-08_webregiao_15-118). Data do acesso: 08/09/2019.

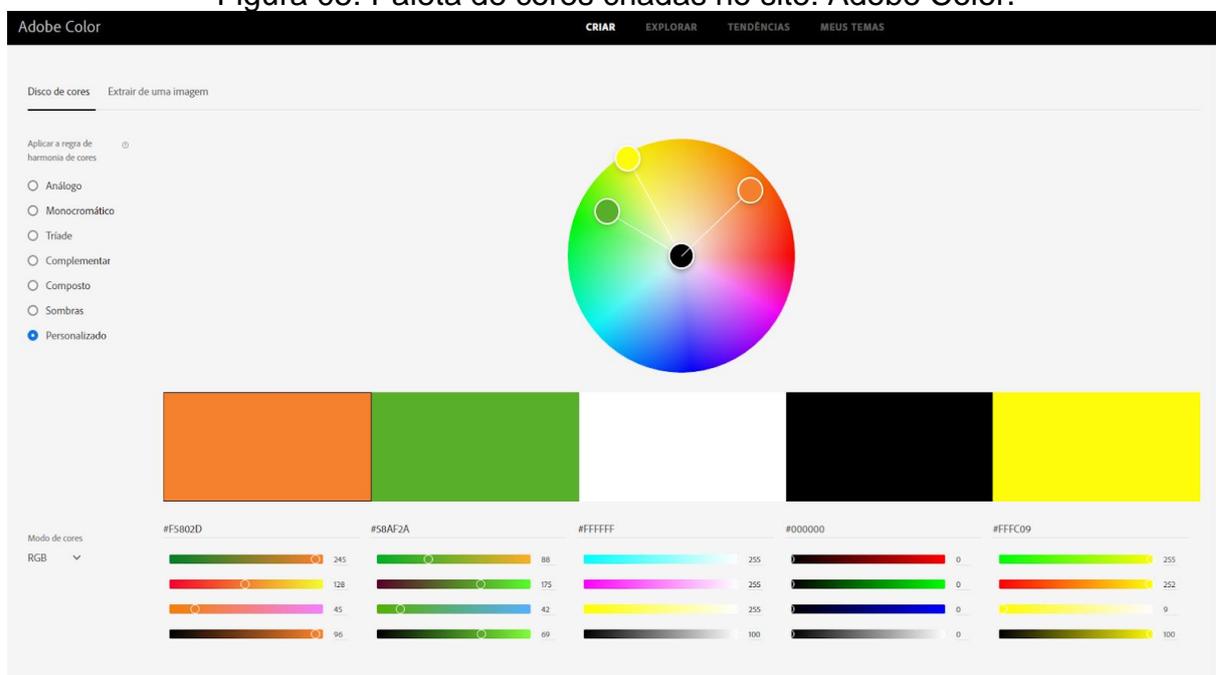
### 3.2. Produção

Depois de todo procedimento de pesquisa inicial, é dada sequência na estruturação do site e aplicativo da webrádio, pois a meta foi lançar o “ForroWeb.com” em junho, mês ideal para dar início ao projeto que aborda esse gênero musical tão popular entre nós nordestinos. Uma meta cumprida, mas que não foi simples; pois todos os procedimentos fundamentais foram realizados em menos de 30 dias. Um tempo curto, mas intenso devido o foco em lançar no dia primeiro de junho de 2016.

Após a pesquisa de comportamento do mercado e a contratação do serviço de *streaming*, era hora de começar as modificações no site, para obter um atrativo “*layout*” com poucos detalhes e cores que chamassem atenção, mas nem tanto, pois o conteúdo é a prioridade visual e o interesse da criação estava no conforto aos olhos de quem acessa o website.

As cores do site foram pesquisadas utilizando o “Google Imagens” e uma ferramenta disponível no site *Adobe Color*, onde experimentando as cores que achava interessante cheguei a estas cinco: Laranja, Verde, Branco, Preto e Amarelo.

Figura 05: Paleta de cores criadas no site: Adobe Color.



Fonte: Acervo da paleta de cores da rádio criada no site Adobe Color: <https://color.adobe.com>

As duas cores principais do website nesta paleta: é o verde e a cor branca, pois transmite conforto aos olhos do visitante e facilita a leitura das matérias; As

demais cores foram utilizadas para harmonizar o “*layout*” por serem agradáveis a todo conjunto criado, estando presentes nas letras e em algumas bordas das páginas.

Depois da escolha e aprovação da paleta de cores do website, começava a criação da logomarca. Como na época não possuía conhecimento de edição de imagens, contratei os serviços de um colega de empresa, Williams Campos, que trabalhava com edição de vídeos na TV Arapuan. Para auxiliar o trabalho dele foi enviado algumas descrições de preferências, como por exemplo: A importância do nome “ForroWeb.com” estar em destaque na arte. Ele, enviou a seguinte logomarca para análise:

Figura 06: A logomarca do ForroWeb.com



Fonte: Acervo da webrádio ForroWeb.com

A princípio não agradou, mas depois de vários testes no site e nos banners, ficou interessante. A partir da aprovação, foi fechado a criação das artes de todas as redes sociais da webrádio. Uma das informações para auxiliar em sua criação, é que estivesse presente nas capas todos os links das outras redes sociais, distintas a que estava sendo exibida em determinado site ou aplicativo. Demorou um pouco, pois solicitei várias alterações até ficarem com os detalhes imaginados. A próxima imagem é a principal capa da webrádio, que foi replicada em tamanhos diferentes no Facebook, Twitter, Site e YouTube:

Figura 07: Principal capa, que foi replicada em todas as redes sociais da rádio.



Fonte: Acervo da webrádio: ForroWeb.com

A ideia da imagem, foi recriar uma festa de forró em um fim de tarde no interior, com pessoas dançando ao som de um trio Pé de Serra; no céu pássaros voando, balões, um belo pôr do sol e o surgimento das primeiras estrelas. Uma imagem interessante para o visitante do site ou redes sociais, quando descobrir nas mídias o ForroWeb.com, poder apreciar e talvez relembrar algo bom vivido no interior. Além de todas estas ilustrações, está evidenciado a logomarca e as redes sociais que a webrádio está presente.

O valor do trabalho dele foi R\$300,00; para criar todas as artes do projeto. No total, foram umas 10 imagens, dentre elas; Logomarca, as capas das redes sociais e toda arte mais Plano de fundo do aplicativo *Android* da webrádio, que ficou assim:

Figura 08: Aplicativo da webrádio ForroWeb.com



Fonte: Acervo da webrádio: ForroWeb.com

Enquanto o processo de criação das artes estava em andamento, começavam as pesquisas das músicas a serem inseridas na programação da webrádio. Pesquisando em alguns blogs, grupos no Facebook, perfis do Instagram e principalmente no YouTube, pude acompanhar o número de visualizações, likes e comentários sobre as músicas, facilitando a minha percepção, com a receptividade das pessoas por determinadas bandas e vocalistas. Para a escolha dessas músicas durante as pesquisas, levei em consideração o meu próprio repertório em mente quando lembro de forró, pois minhas irmãs sempre gostaram de ouvir, desde que eu era criança. Então, possuo guardado em mente uma vasta lista de bandas e músicas que poderiam ser baixadas para dar início a programação da webrádio.

Um problema enfrentado, era com a qualidade das músicas baixadas ou em conseguir encontrá-las online, por serem boa parte antigas. Revertendo toda essa situação, consegui a ajuda de um colega de trabalho, Abel Karrara, que possui um grande acervo de músicas de todos os gêneros e para felicidade do projeto ele tinha disponível inúmeros CDs de forró, desde os clássicos do Pé de Serra ao início do forró eletrônico, com a banda cearense Mastruz com Leite e todas as outras bandas posteriores, que fazem sucesso até hoje nas rádios nordestinas. Aproveitando todo esse repertório, passei uma lista de bandas que estava interessado, principalmente com músicas que tocavam nas rádios dos anos 90 pra cá. Ele passou centenas de músicas, que fui ouvindo e analisando cada uma durante alguns dias, para somar com as outras baixadas através do *YouTube* e pelo site 'Sua Música.'

Antes de começar a montar as *playlists* com a programação, foram editadas cada uma das faixas escolhidas no programa de edição "*Reaper*", pois como em sua maioria são músicas dos anos 90 e início dos anos 2000, possuem volumes diferenciados e, para equilibrar o som evitando volumes distintos no ar, que causaria incômodo ao ouvinte, foi revisado cada música selecionada e equalizadas em 320Kbps que é a qualidade máxima do MP3, obtendo um som sem perdas sonoras da faixa musical. Essa escolha deixa o arquivo pesado, mas como é utilizado a transmissão em *aacPlus*: 64 Kbps, consome pouca banda de internet e a qualidade continua excelente no computador ou *Smartphone* do ouvinte. É bom ressaltar que esse problema de oscilações entre uma música e outra, poderia ser evitado com um aparelho de processamento de músicas em tempo real, como não possuo ainda a solução foi essa citada acima.

Depois de todas as músicas editadas (atualmente a *playlist* principal possui mais de 500 músicas), foi elaborado os programas e horários a serem colocados no ar. Para ajudar na criação, foi pesquisado no *Google* algumas palavras que mais são buscadas sobre forró ou que mais aparecem no *YouTube* e Redes Sociais. Demorou um pouco para realizar as junções de palavras e simulações dos programas ao vivo utilizando os nomes escolhidos para sentir a sonoridade, a sua pronúncia pelo ouvinte e também pelos locutores, além de criar associações de palavras com os nomes. Um ponto principal é se seriam comerciais.

Após esta longa análise e pesquisa, foram escolhidos 6 nomes de programas para serem distribuídos de Domingo a Domingo em horários específicos. A programação foi pensada para tocar músicas de forró eletrônico durante todo dia, exceto em um deles, que foi mesclado com o forró Pé de Serra, para sentir a recepção dos ouvintes. Os nomes dos programas, são os seguintes:

Figura 09: Programação da webrádio - Segunda a Sexta-feira.

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

\* Programação no horário local: **João Pessoa**

Horário	Programa	Apresentador
00:00	ForroBodó	
05:00	Forrózin do Bom	
08:00	Forrozão das Antigas	
13:00	Só Forró	
18:00	Ave Maria	
18:05	Forrozão das Antigas	

ForróBodó - É o programa da madrugada, com duração de 5 horas e uma programação leve, focada em músicas mais românticas para atingir um público que possa deixar a rádio tocando sem sustos antes de dormir. O objetivo inicial com esse programa é apenas tocar uma *playlist* relaxante nas madrugadas para os ouvintes da webrádio, mas adicionando publicidade em momentos específicos da programação.

Forrózin do Bom - Este programa possui 3 horas de duração e tem uma proposta diferente, pois foi realizado nele uma mesclagem com sucessos do forró eletrônico e Pé de Serra, para que os ouvintes da rádio comecem o dia resgatando na memória as canções do forró tradicional. Assim, como no primeiro programa o foco é na programação musical e a publicidade em momentos específicos.

Forrozão das Antigas - É um programa com duas edições, focado nos grandes sucessos que tocaram nas rádios dos anos 90 e 2000, esse é o momento de nostalgia da programação da webrádio, com duração de 5 horas começando pela manhã, até as 13:00 horas e a segunda edição a noite, a partir das 18:00 horas. Este programa é para ter locução ao vivo, onde o (a) apresentador (a), irá informar sobre as músicas tocadas, falar sobre o momento da banda na época do lançamento da música, além de atender os pedidos dos ouvintes nas redes sociais, receber bandas para serem entrevistadas, falar com os ouvintes através de ligações ou via WhatsApp, abrindo espaço para eles escolherem uma música, além de poderem falar um pouco do motivo da escolha musical. O objetivo é proporcionar uma interação mais intimista com todos os ouvintes e a publicidade pode ser lida pelo locutor num formato testemunhal, em tom de naturalidade como se estivesse conversando.

Só Forró - A ideia deste programa é tocar qualquer tipo de forró pedido pelos ouvintes no site e nas redes sociais da webrádio. Sua duração é de 5 horas, com transmissão simultânea para o Instagram, YouTube e Facebook, para movimentar as redes sociais e atrair mais ouvintes interessados em curtir as músicas da programação, além de saberem um pouco mais sobre notícias relacionadas ao forró, sobre as bandas, cantores e cantoras, lançamentos musicais, agenda de shows, histórias das bandas e as fofocas dos bastidores, que normalmente chamam muita atenção do público. A publicidade deve ser inserida em formato lido pelo locutor e gravados, como oferecimento do programa.

Todos estes programas semanais se repetem no final de semana, mas com algumas mudanças de horários, como é possível ver na imagem seguinte:

Figura 10: Programação da webrádio - Sábado e Domingo.

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
* Programação no horário local: <b>João Pessoa</b>						
Horário	Programa	Apresentador				
00:00	ForroBodó					
05:00	Forrozão das Antigas					
07:00	Asa Branca					
09:00	Forrózin do Bom					
13:00	Só Forró					
18:00	Ave Maria	Luiz Gonzaga				
18:05	Forrozão das Antigas					

Fonte: Printscreen da programação cadastrada no Radios.com.br

As alterações foram apenas nos horários dos programas: Forrozão das Antigas, que começa a partir das 05h00 da manhã e tem duração de 2 horas sem locução neste horário, pois a ideia é realizar uma programação com os sucessos pedidos durante a semana; E o programa Forrózin do Bom, que passa para as 09h00 horas da manhã, com 4 horas de duração e uma programação focada em tocar forró eletrônico e Pé de Serra, basicamente a ideia é tocar a cada três músicas da programação normal, uma do forró tradicional atendendo os pedidos dos ouvintes pelo site ou rede sociais. A publicidade é inserida, apenas gravada como oferecimento.

A maior novidade do final de semana, é o programa Asa branca - Onde seu foco é exaltar o grande Rei do Baião e os artistas que já cantaram seus sucessos. O programa ainda não possui locução, mas a pretensão é realizar programas ao vivo ou em formato de Podcast, com um (a) comunicador (a) que entenda a importância desse programa e possua um bom conhecimento sobre este grande artista nordestino, pois não é relevante ficar apenas desanunciando músicas ou só atendendo os pedidos dos ouvintes. Esse programa necessita de uma produção maior, para receber entrevistados que possam contribuir compartilhando histórias do Rei do Baião e de sua discografia. É possível oferecer os espaços publicitários para negócios que lidam diretamente com a cultura, como artesanatos, restaurantes típicos ou hotelaria.

Após a criação dos programas e a definição de seus horários, a próxima etapa foi a criação das vinhetas. Algo bem simples e padrão; Vinheta de Abertura do programa, Vht de passagem, Vht de Redes sociais e Vht de Encerramento do programa. Boa parte das gravações foram na minha voz, mas também foi utilizado vozes de colegas da comunicação, que disponibilizaram gratuitamente.

Depois de possuir todos os áudios gravados, começou o processo de edição no programa “*Reaper*”, onde foi realizado todo procedimento de equalização, compressão e mixagem da voz com trilhas e efeitos sonoros.

### 3.3. Pós-produção

No dia 01 de Junho de 2016, depois de concluir toda estrutura do website, ter adicionado o aplicativo *Android* na loja da *Play Store*, preparar todas as Vinhetas e montar as *playlists* da rádio: Foi lançado oficialmente a webrádio ForroWeb.com, uma data memorável para dar início a este projeto radiofônico, logo no primeiro dia do mês mais importante das festas nordestinas e do principal gênero musical escolhido da webrádio, que é o Forró.

Figura 11: Banner, para divulgar nas redes sociais o site e aplicativo.

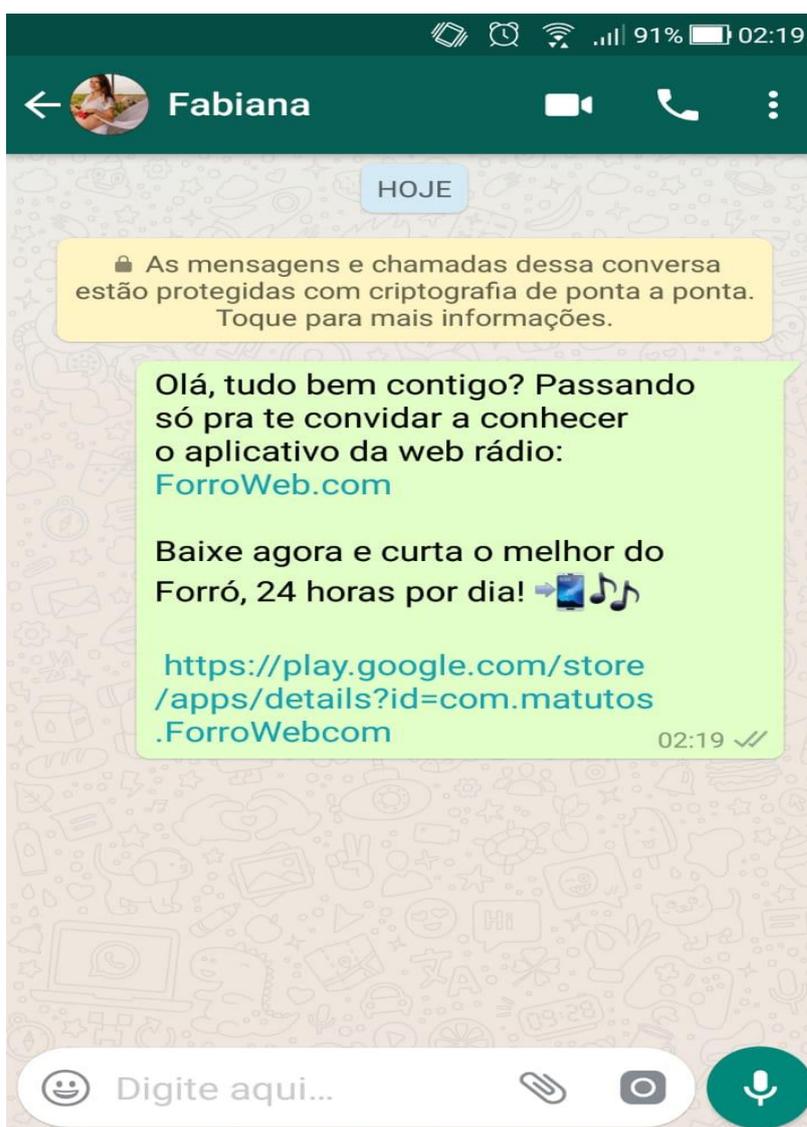


Fonte: Acervo da webrádio: ForroWeb.com

O procedimento de divulgação foi o seguinte: Comecei compartilhando os links da webrádio e do aplicativo com alguns amigos e ouvintes, que me acompanham nas rádios FMs e estão em minha página profissional no facebook, para que

pudessem ouvir e compartilhar com seus conhecidos que curtem o gênero musical da webrádio. Procurei começar dessa forma, para receber os primeiros feedbacks e depois compartilhar de maneira mais ampla, gerando uma grande ação publicitária entre amigos e conhecidos.

Figura 12: Mensagem usada para compartilhar o App e site da rádio.



Fonte: Acervo da webrádio: ForroWeb.com

Os primeiros “*Feedbacks*” foram bem positivos, pois em menos de ‘Dois’ meses da web rádio no ar; ela alcançou a liderança do segmento forró na cidade de João Pessoa, através da plataforma “[rádios.com.br,](https://www.rádios.com.br/)” que é referência no país como já foi citado anteriormente. O crescimento da webrádio continuou nos meses seguintes, onde sua liderança no segmento passou para todo estado, até chegar em menos de 6 meses a primeira colocação em todos os segmentos musicais na Paraíba.

Essa liderança foi mantida por quase dois anos, mas perdida devido alguns testes na programação musical, quando foi adicionado apenas Forró Pé de Serra no programa “Forrózin do Bom”, onde já tocava algumas músicas, mas sempre eram mescladas com a programação padrão de forró eletrônico. Foram ‘Dois’ meses testando essas músicas, que fizeram a webrádio perder sua liderança geral no estado, ficando em quarto lugar na Paraíba. Para reverter essa situação, foi retirado 95% da programação de Pé de Serra dos programas, deixando a rádio com a programação mais bem recebida pelos ouvintes desde o seu lançamento em junho de 2016.

Este foi um importante aprendizado obtido sobre o público da webrádio, onde a preferência da maioria dos ouvintes é o forró eletrônico. A partir desta experiência, o foco na programação começou a ser 85% de forró eletrônico (Forró das antigas), 5% de Pé de Serra e 10% com os lançamentos que tiverem uma letra bacana e que os ouvintes comecem a pedir através dos canais de interatividade.

Após estas alterações o resultado foi ótimo, pois a webrádio começou a receber mais *Feedbacks* dos ouvintes elogiando através das redes sociais, no próprio website e também na plataforma ‘Tuneln’. Foram muitas mensagens, abaixo compartilho algumas para demonstrar um pouco do retorno dos ouvintes:

Figura 13: Mensagem de uma ouvinte, enviada na página do Facebook.

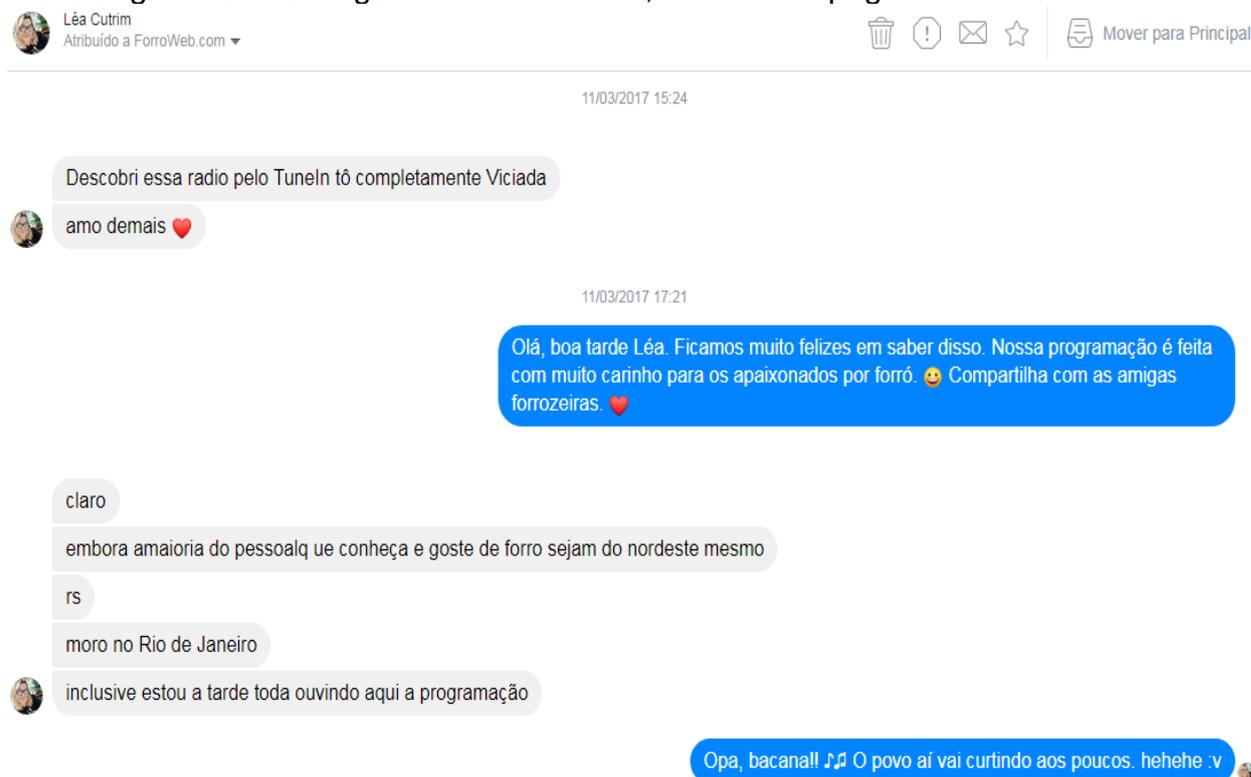


Figura 14: Mensagem enviada diretamente pelo website.

**Menu**

- INICIAL
- CONFIGURAÇÕES
- LAYOUT
- MÓDULO
- CONTEÚDO
- USUÁRIOS

**Mural**

Abaixo você verá os recados que os internautas

**Ler Recado**

Enviado em 22/08/2016 as 21:03h

**Nome:** Rejane maria da silva  
**Para:** forroweb.com  
**Cidade:** João Pessoa  
**Email:** rejane\_pb9@hotmail.com  
**Mensagem:** programação de primeira amo forró!!e essas músicas de calcinha preta! então aí não dá pra desgrudar!!vou dormir ouvindo todas as noites!!

Fonte: Acervo da webrádio ForroWeb.com

Figura 15: Mensagem recebida no site e a maneira que é exibida aos visitantes.

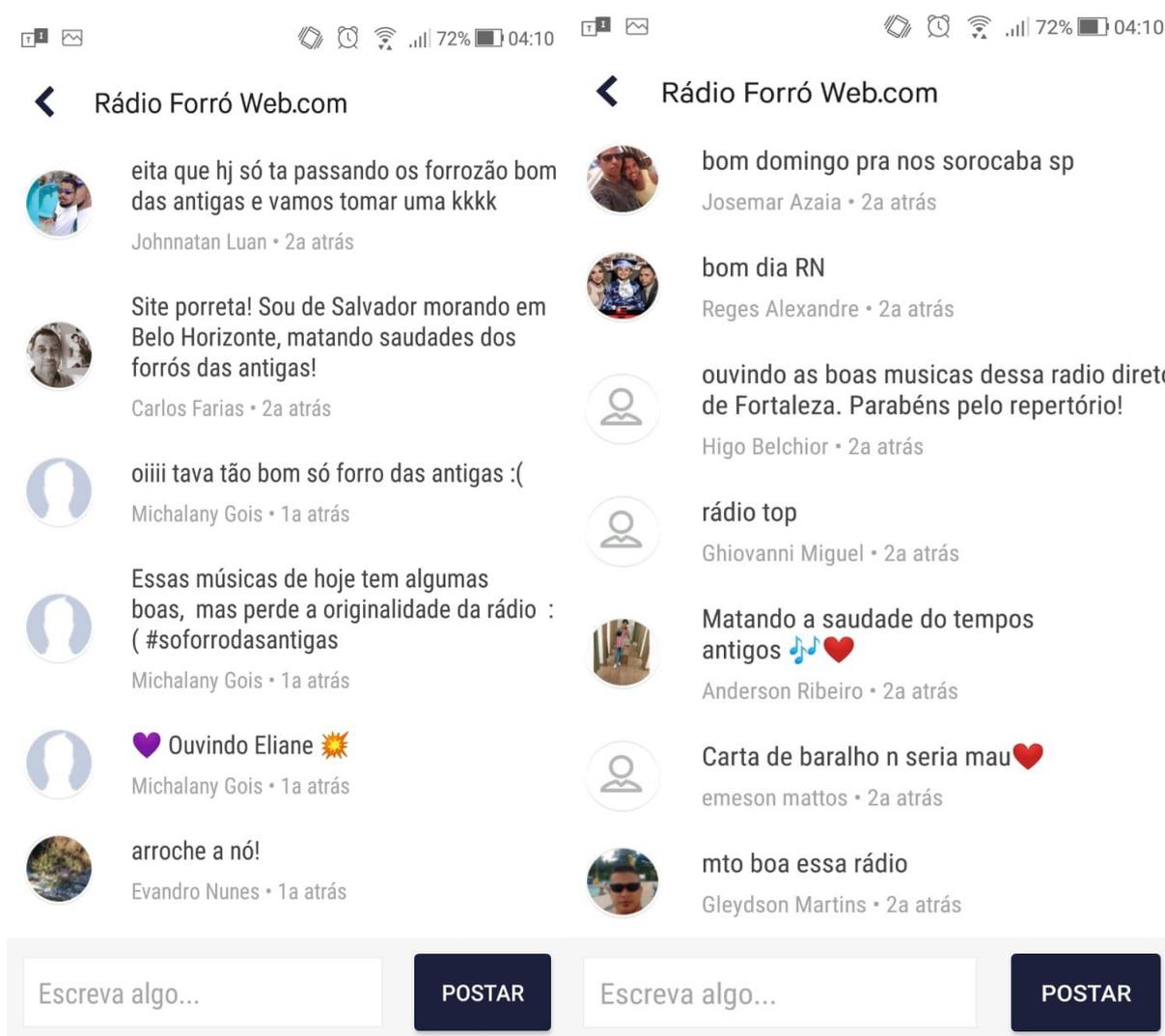
**MURAL DE RECADOS**

"OLÁ PESSOAL DA FORRÓWEB,VOCÊS NÃO SABEM DA ALEGRIA QUE ESTOU SENTINDO AO OUVIR ESSA RÁDIO MARAVILHOSA."

**ANTONIO BERNARDO DO NASCIMENTO**

Fonte: Acervo da webrádio ForroWeb.com

Figura 16: Algumas das mensagens que recebo através do App: Tuneln.



Fonte: Acervo da webrádio: ForroWeb.com

No início do projeto, pensei em focar apenas na cidade de João Pessoa, mas depois de receber várias mensagens, acompanhar a audiência da webrádio e os seguidores nas redes sociais; sua comunicação não poderia ser limitada para uma única cidade. Esse projeto, passou a ser considerado sem fronteiras realmente, até por se tratar de uma emissora de rádio nativa da internet. Desta forma, ela abrange mais pessoas e até comercialmente falando, é possível oferecer os espaços publicitários a empresas que tenham desejo em divulgar seus produtos e serviços, para um público que abranja outras cidades e estados. Aproveitando justamente o fato de boa parte das empresas de rádios tradicionais serem limitadas a uma única cidade e principalmente por cobrarem um valor elevado nos anúncios, devido os seus altos custos mensais. Boa parte desses custos, não existem para manter uma webrádio.

O diferencial e os custos entre as duas é possível mensurar, mas o tempo de existência e a confiança nas rádios tradicionais, fazem elas serem mais buscadas na hora do cliente decidir investir em publicidade.

Para conquistar clientes, que possam confiar investindo na webrádio; a estratégia utilizada foi em aumentar os números de ouvintes e seguidores das redes sociais, com campanhas de marketing através de publicações contendo videoclipes de shows das bandas mais conhecidas entre os ouvintes e *Banners* com frases ou letras de músicas famosas entre os seguidores:

Figura 17: Banners criados para as redes sociais da web rádio.



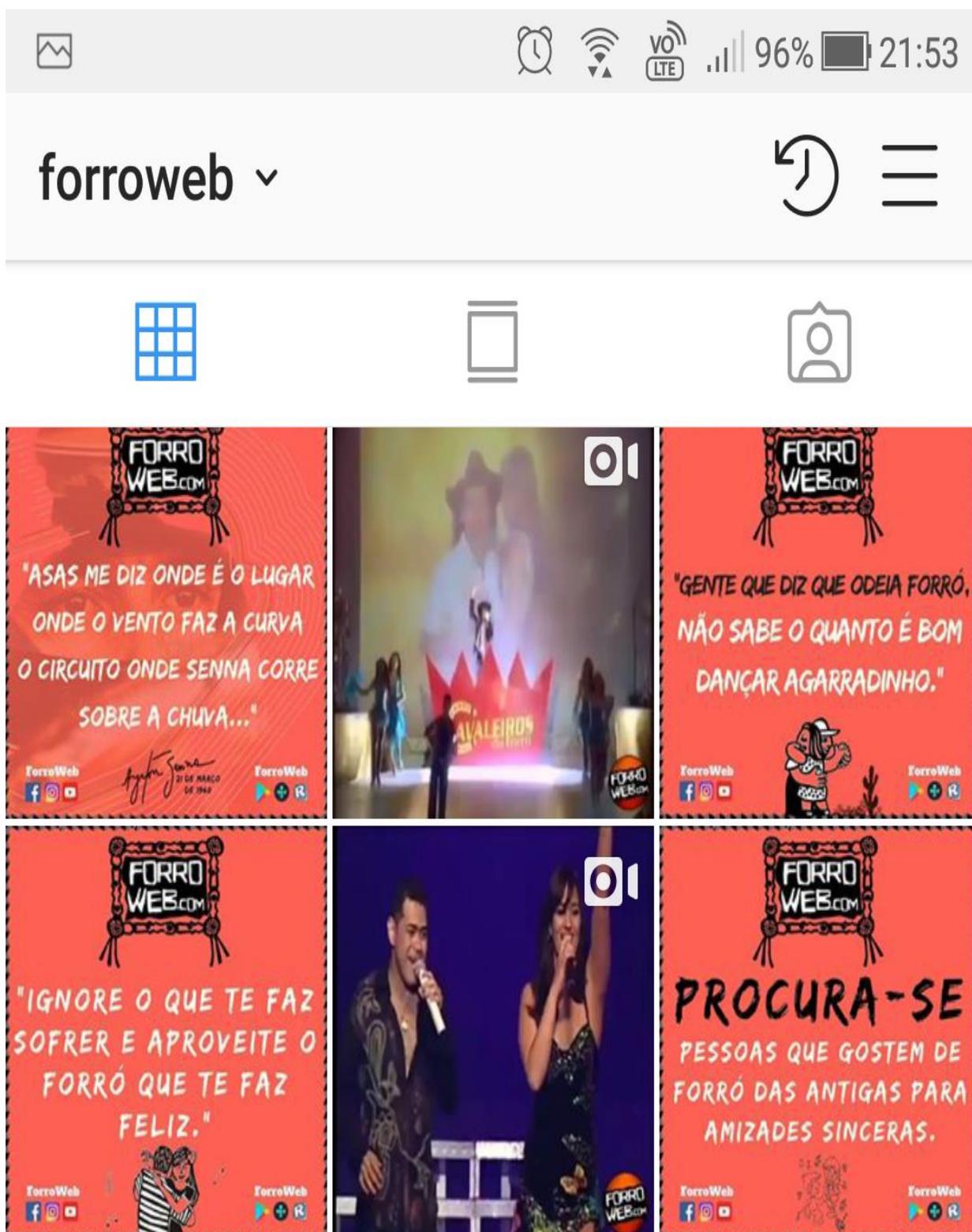
Fonte: Acervo da webrádio: ForroWeb.com

Todas as imagens foram criadas no site “CANVA”, (que é gratuito, fácil de utilizar e só precisa ter criatividade). Para continuar a identidade visual da marca, estes *banners* possuem o mesmo formato, além das cores presentes na logomarca do perfil das redes sociais da webrádio. O padrão das imagens é o seguinte:

- Logomarca principal no topo;
- Frase ou letra de música no meio do banner;
- Uma imagem abaixo das frases;
- Nos cantos inferiores:
  - Esquerdo: Redes sociais da webrádio.
  - Direito: Plataformas de *Streaming* e *Aplicativo*.

As publicações de vídeos são várias, já que o foco hoje em dia nas redes sociais são justamente essas postagens, onde foram publicadas de maneira alternada com os *banners*, para ir criando um perfil padrão e bacana visualmente.

Figura 18: Sequência de postagens no Instagram da web rádio.



Fonte: Algumas das publicações realizadas no Instagram da webrádio.

Essa estratégia foi muito bem recebida pelos seguidores, fazendo o perfil aumentar o número de curtidas e visitantes nas redes sociais da webrádio. A ideia foi boa, mas não consegui manter essa sequência, devido à falta de tempo na hora de produzir, pois realizava as edições durante a madrugada. De toda forma, serviu de experiência e sei que vai dar certo, quando voltar a realizar este tipo de publicações mais elaboradas com o estilo da webrádio.

Fazendo um levantamento sobre os seguidores e audiência da webrádio; atualmente nas redes sociais do ForroWeb.com, possui um público presente em todos os estados do Nordeste, além de outros estados significativos, como São Paulo e Rio de Janeiro. Os seguidores possuem idades entre 13 e 65+, mas o maior número está entre 18 a 44 anos, sendo 52% composto pelo público feminino e 48% pelo masculino; mais detalhes estão presentes no apêndice B.

O ForroWeb.com já tem mais de 410 MIL Acessos e segue em primeiro lugar na Paraíba no segmento a quase três anos e já é a Quinta mais ouvida do Brasil. (Informações obtidas no portal Radios.com.br). Toda essa audiência e presença nas redes sociais, faz o projeto já ser reconhecido por donos de bandas, cantores, músicos e seus fãs, que interagem com as publicações ou envia mensagens via e-mail e *Direct* no Instagram, Twitter ou Facebook.

Figura 19: Mensagem do proprietário da Banda Cascavel, uma das mais antigas.



Fonte: Printscreen da mensagem recebida do proprietário da banda Cascavel.

Está é apenas uma das várias mensagens recebidas de agradecimento ou parabenizando a programação existente na webrádio. É recebido também por e-mail,

informativos sobre algumas bandas, para adicionar no “Mundo Forrozeiro”, que é o local onde são divulgados todos os assuntos relacionados e relevantes ao público que aprecia o forró da região, como foi o caso desta imagem abaixo:

Figura 20: Assessoria da cantora Taty, querendo divulgar sua música e videoclipe.

**Déles Comunicação** <delescomunicacao@gmail.com>  
para eu ▾

qu, 16 de mai 13:51

### Taty Girl grava clipe novo em galpão

Uma das vozes femininas mais conhecidas do forró, a cantora Taty Girl, lança clipe com música autoral. *Seja o homem que sonhei pra mim*, é o nome da nova composição. A gravação aconteceu dentro de um galpão, no quintal da casa de sua sogra. Detalhe, com ideias do filho mais novo, de apenas 10 anos. “Eu estava com a ideia de gravar um clipe em um galpão abandonado nos Estados Unidos, aí, meu filho falou mamãe, faz lá na vovó que você não vai ter gastos”, justificou Raylinho. “A senhora lembra que tem o galpão da vovó? A gente vai gravar lá e fica lindo. A senhora bota as luzes, as câmeras, inventa umas coisas na parede, faz uns desenhos!”, sugeriu. Taty compartilhou a ideia com o seu produtor musical que aprovou e logo gravaram.

O vídeo foi lançado nesta semana, nas redes sociais. A letra apresenta um pedido romântico de uma mulher. “A música fala do sonho de toda mulher, ter aquele homem perfeito, que seja principalmente carinhoso”. É uma das minhas músicas de letra intensa, mais apaixonada. As cenas acontecem em um imóvel simples, que mostra o telhado e as paredes repletas de pichações do nome da cantora, da composição e, símbolos da internet, como arrobas e hashtags.

Apesar de o espaço ter sido produzido para essa gravação, tinha outra utilidade. “O espaço foi construído para ser uma facção de costura. Mas resolvemos usar para gravar o vídeo. Mudamos um pouco o ambiente para ficar esse estilo rústico, simples. Colocamos também umas folhas no chão. Ficou bem diferente”, explica. Durante o vídeo, Taty Girl aparece cantando acompanhada pela banda e, sozinha, deslizando no chão repleto de folhas. A produção artística é assinada por Marcello Almeida e musical pelo Nando Abreu. O vídeo completo, você confere no canal oficial da cantora, no Youtube.

Taty Girl grava clipe em galpão, com ideias do filho mais novo

[Youtube](#) - [Instagram](#) - [Facebook](#)

Assessoria de Imprensa – Darlyson Déles  
(85) 991609834 (Whats App) / 987396051  
E-mail: [darlysondeles@gmail.com](mailto:darlysondeles@gmail.com)  
Observação: Imagens de Rudeggy Lima

5 anexos



A ideia do projeto, é ser referência para os ouvintes que buscam conteúdos relacionados ao seu gênero musical preferido, além de propagar a música nordestina e abrir espaço para novos artistas. Por e-mail ou redes sociais, é recebido várias músicas de bandas e cantores (as) que estão começando para que sejam divulgados seus trabalhos. Antes de atender essa demanda, é realizado uma análise, para colaborar de alguma forma com as pessoas que estão buscando espaço.

Além de músicas de forró, recebo de outros estilos como Sertanejo e Calypso, mas dispenso informando que a webrádio é segmentada.

Sei que a música Sertaneja está em alta, mas seguindo com este projeto da forma que está, é possível visualizar facilmente seu crescimento de público nas redes sociais, principalmente no Instagram que é a mídia onde mais tenho focado os esforços, já que o Facebook possui uma grande limitação quando entrega as publicações aos seguidores das páginas, porque seu intuito é que o usuário pague por mais visualizações. Como ainda não é perceptível esta prática no Instagram, o perfil da webrádio “@FerroWeb” já alcançou mais de 9K400 seguidores, além de possuir uma média de 100 curtidas por publicação ou visualizações nos Stories, fora as marcações recebidas nos *Stories* dos seguidores.

Figura 21: Seguidores do perfil no Instagram da web rádio.



Fonte: Printscreen do Instagram da webrádio.

A segunda rede social utilizada, mesmo com a limitação de entrega de conteúdo é o Facebook, mas a estratégia de marketing utilizada, é apenas no compartilhamento das postagens do *Instagram* e em notícias publicadas no *website*.

Desta forma é mantido ativo a página, fazendo ela crescer aos poucos, atualmente segue com mais de 900 seguidores. Já o *Twitter*, utilizo no momento apenas para replicar as informações de todas as redes sociais, por este motivo ela possui apenas 40 seguidores. Agora o canal no *YouTube* da webrádio, possui um pouco menos de inscritos, uns 33 por enquanto, pois é uma plataforma que vem sendo construída ao longo do tempo em um ritmo curto ainda; Nele venho criando *playlists* e adicionando matérias, documentários e videoclipes de forró, para que os ouvintes possam conhecer um pouco mais da música e dos cantores nordestinos.

Este projeto possui um foco na programação musical para os ouvintes, no conteúdo das matérias publicadas no website, além das postagens nas redes sociais, o crescimento dos seguidores e na audiência da webrádio, para conseguir ter competitividade e poder apresentar bons números aos clientes que possam se interessar em anunciar nesta plataforma de comunicação.

Existem inúmeros detalhes realizados ou que estou em mente ainda para serem inseridos neste projeto, mas para concluir essa etapa deste relatório de conclusão de curso, gostaria de informar que foi elaborado um *Mídia Kit*, onde é atualizado mensalmente os dados contidos para serem utilizados na hora de mostrar o projeto e os números da webrádio para os clientes interessados em divulgar sua empresa. Depois desta primeira conversa, é apresentado uma tabela de serviços, onde mostro com detalhes todas as possibilidades dos espaços publicitários da webrádio; seja na programação, redes sociais ou no website, além dos valores cobrados pelo serviço. Estes dados estão disponíveis no Apêndice: O *Mídia Kit* e a tabela de serviços publicitários da webrádio: ForroWeb.com.

Estas são as formas de acessar e acompanhar os conteúdos do projeto. Clique nos *links* e saiba mais detalhes:

- Site da webrádio: <http://www.forroweb.com/>
- Twitter: <https://twitter.com/ForroWebBrasil>
- YouTube: [http://bit.ly/2kf5QS\\_TVForroWeb](http://bit.ly/2kf5QS_TVForroWeb)
- Instagram: <https://www.instagram.com/forroweb/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/ForroWeb/>
- Aplicativo no Google Play: [http://bit.ly/2Ql8X\\_ForroWeb](http://bit.ly/2Ql8X_ForroWeb)
- Plataforma de Transmissão TuneIn: [http://bit.ly/2lwkL\\_ForroWeb](http://bit.ly/2lwkL_ForroWeb)
- Plataforma de Transmissão RadiosNet: [http://bit.ly/2QDsuh\\_ForroWeb](http://bit.ly/2QDsuh_ForroWeb)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito do trabalho, é a webrádio: ForroWeb.com, um produto criado com a visão de um empreendedor digital, para que possa motivar novas pessoas a buscarem elaborar seus próprios projetos, suprimindo as necessidades encontradas por elas no mercado, como foi o caso da elaboração dessa emissora de rádio nativa na internet, onde o pensamento desde o início foi empreender, buscando atender as necessidades das pessoas com todas as pesquisas realizadas, até finalmente lançar um produto único e, em crescente evolução.

Atualmente a webrádio, segue em primeiro lugar na Paraíba e está na 'Quinta' colocação no segmento, quando comparada entre as webrádios do país, através do site Radios.com.br; e se comparada entre as rádios FM e AM só de João Pessoa – PB, a sua audiência se mantém a mais de 2 anos na 'Quarta' colocação, superando grandes rádios Paraibanas, como é demonstrado nas próximas imagens:

Figura 22: Audiência da webrádio de Agosto/2019

**Por Localização**

País: Brasil

Estado: Paraíba

Região: Capital João Pessoa

Cidade: João Pessoa

**Por Segmentos**

Todos Segmentos

Forró

**Por Modulação**

WEB

\* O percentual leva em consideração o total (100%) de rádios processadas de acordo com a combinação de filtros.

Acessos de Agosto / 2019					
#	Emissora	Cidade	País	Acessos	%
1º	ForroWeb	João Pessoa (PB)	Brasil	20.916	8,468%
2º	Rádio Brega Show	João Pessoa (PB)	Brasil	13.865	5,613%
3º	Rádio O Melhor Do Forró	Patos (PB)	Brasil	9.370	3,793%
4º	A Voz de Pocinhos	Pocinhos (PB)	Brasil	8.532	3,454%
5º	Rádio JB Brega	Uirauna (PB)	Brasil	8.041	3,255%

Fonte: Printscreen do site: <https://www.radios.com.br/graficos/forroweb/38677>

Figura 23: Audiência das rádios FMs de João Pessoa - Agosto/2019

**Por Localização**

País: Brasil

Estado: Paraíba

Região: Capital João Pessoa

Cidade: João Pessoa

**Por Segmentos**

Todos Segmentos

Hits

Forró

**Por Modulação**

AM

FM

Gerar gráfico

\* O percentual leva em consideração o total (100%) de rádios processadas de acordo com a combinação de filtros.

Acessos de Agosto / 2019					
#	Emissora	Cidade	País	Acessos	%
1º	Rádio Arapuan 95.3 FM	João Pessoa (PB)	Brasil	63.970	23,384%
2º	Rádio 98 Correio FM	João Pessoa (PB)	Brasil	55.422	20,259%
3º	Rádio Tabajara 1110 AM 105.5 FM	João Pessoa (PB)	Brasil	36.024	13,168%
4º	Rádio Cabo Branco 91.5 FM	João Pessoa (PB)	Brasil	15.351	5,611%
5º	Rádio Pop FM 89.3	João Pessoa (PB)	Brasil	14.458	5,285%
6º	Rádio CPAD 96.1 FM	João Pessoa (PB)	Brasil	13.365	4,885%
7º	Rádio Mix 93.7 FM	João Pessoa (PB)	Brasil	13.321	4,869%
8º	Rádio Sucesso 92.9 FM	João Pessoa (PB)	Brasil	10.233	3,741%
9º	Rádio BandNews Manáira 103.3 FM	João Pessoa (PB)	Brasil	6.507	2,379%

Fonte: Printscreen do site: <https://www.radios.com.br/graficos/radio-arapuan-953-fm/9627>

O ForroWeb.com, se mantém na quarta colocação, entre as emissoras Cabo branco FM e Rádio Tabajara. Isso mostra, que o projeto foi bem elaborado desde sua base e segue sendo aperfeiçoado ao longo do tempo; seja atendendo os inúmeros pedidos dos ouvintes ou com a elaboração das publicações de conteúdos relevantes no website e nas redes sociais. Toda essa similaridade ou superioridade em sua audiência, mostra que esse produto está fazendo a diferença e sendo bem recebido pelo público-alvo. Todos os princípios abordados no decorrer deste relatório

técnico, foram bem aplicados nesta webrádio, que não para de crescer em audiência no site, webrádio e redes sociais.

As próximas metas para o projeto, é fechar parcerias com pessoas que possam realmente contribuir com o crescimento da webrádio; seja na área comercial, na produção de conteúdo ou nos programas realizados.

Outro ponto que pretendo dar ênfase, é na construção de um novo site no “WordPress<sup>5</sup>” e lançar um novo aplicativo, que estou elaborando com mais funções para avançar na interatividade, onde os ouvintes poderão pedir músicas direto pelo aplicativo da rádio, não precisando utilizar mais o site, *WhatsApp* ou *Instagram*, por exemplo. A ideia é que o ouvinte não precise sair do aplicativo para interagir com a webrádio. Então, as pretensões são de lançar antes do São João de 2020, juntamente com um o novo site, que será integrado com a plataforma comercial do *Google AdSense*<sup>6</sup>, para exibir anúncios e gerar receita com publicidade entre as notícias compartilhadas no site e no aplicativo da webrádio.

Acredito que após estas mudanças o projeto irá aumentar 50% dos seus números compartilhados acima neste trabalho. Desta forma, será possível demonstrar cada vez mais a força que as webrádios possuem com a constante evolução da internet, para que sirva de exemplo aos futuros empreendedores; pois quando é realizado um projeto com princípios sólidos, poderão ser donos da própria emissora de rádio e principalmente, poderão contribuir de alguma forma com o entretenimento das pessoas.

Concluo este relatório com total satisfação pessoal e profissional, pois alcancei todos os objetivos iniciais, superando minhas expectativas com o alcance que o projeto obteve. Espero ter contribuído de alguma forma com todas as experiências compartilhadas neste trabalho, pois foram aprendizados importantes para mim e que serviram para alcançar as metas e respostas na construção deste trabalho de conclusão de curso.

---

<sup>5</sup> WordPress é um sistema aberto de gestão de conteúdo para internet, voltado principalmente para a criação de sites. Disponível em: <https://wordpress.org/>

<sup>6</sup> AdSense é o serviço de publicidade oferecido para exibir anúncios pela Google e gerar lucro baseado ou na quantidade de cliques ou de visualizações. Disponível em: [https://www.google.com/intl/pt-BR\\_br/adsense/start/how-it-works/#/](https://www.google.com/intl/pt-BR_br/adsense/start/how-it-works/#/)

## REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. A nova dinâmica de marketing e vendas – como lucrar com a fragmentação dos mercados. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

BARBEIRO, Heródoto. **Manual do radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BRASIL ESCOLA - **Edgard Roquette-Pinto**, s/d. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/biografia/edgard-roquettepinto.htm>>. Acesso em: 25/06/2019.

DIARIO DE PERNAMBUCO - **Rádio Clube, comemora 100 anos**, 2018. Disponível em: <<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2018/04/radio-clube-a-pioneira-do-brasil-comemora-100-anos.html>>. Acesso em: 30/06/2019.

EBC - **Primeira transmissão de rádio no Brasil completa 90 anos**, 2012. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/2012/09/primeira-transmissao-de-radio-no-brasil-completa-90-anos>>. Acesso em: 25/06/2019.

EPOCA NEGOCIOS - **Brasil tem 230 milhões de smartphones em uso**, 2019. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/04/brasil-tem-230-milhoes-de-smartphones-em-uso.html>>. Acesso em: 14/08/2019.

LIMA, Zita de Andrade. **Aspectos e condições de um novo radiojornalismo** – Dissertação de mestrado apresentada a julgamento na Universidade de Brasília. 1967.

MIRANDA, Orlando. **A Era do Rádio**. In: Nosso Século. Abril Cultural, nº 17, s/d.

PRATA, Nair. **Web radio: novos gêneros, novas formas de interação**. UFMG: Belo Horizonte, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

\_\_\_\_\_. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

**APÊNDICE A - LISTA DOS CUSTOS DA WEBRÁDIO: FORROWEB.COM**

<b>SERVIÇO/MATERIAL</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>VALORES</b>	<b>obs.</b>
Domínios do site	Empresa: Registro.br <b>ForroWeb.com.br</b>	R\$40,00 Anual	Possuo por segurança, para não registrarem.
	Empresa: Uol Host <b>ForroWeb.com</b>	R\$44,90 Anual	Fiquei por 2 anos, até migrar para HostGator
	Empresa: HostGator <b>ForroWeb.com</b>	R\$26,99 Anual	Eles possuem um melhor suporte.
Streaming da Rádio	Empresa: Sete Hosting	R\$44,90 Mensal	Fiquei por 2 anos e 7 Meses, até fecharem.
	Empresa: Site Gerenciável	R\$44,90 Mensal	Houve uma migração automática para esta empresa esse ano.
Construção visual da web rádio	Colega de trabalho: William Campos	R\$300,0 PG. Único	Foi contratado para fazer a primeira identidade visual da web rádio
Mesa de Som	Loja: Kabum.com.br	R\$1.016,72 PG. Único	Comprei uma mesa 'Behringer Xenyx 1204 USB.'

**TODOS OS GASTOS NA CONSTRUÇÃO E MANUTENÇÃO  
DURANTE TRÊS ANOS E TRÊS MESES DA WEB RÁDIO: **R\$3.187,82****

## APÊNDICE B - MÍDIA KIT DA WEBRÁDIO: FORROWEB.COM

Neste *Mídia Kit* do mês de Agosto, abordo um pouco do website, a audiência da rádio e os números de acessos das redes sociais, para demonstrar ao cliente todo potencial de público que a emissora movimenta mensalmente, para desta forma mostrar a esse futuro cliente, que ele terá sua marca totalmente visível no website e redes sociais, além é claro do espaço dentro da programação da web rádio:

Figura 24: 1ª Imagem do Mídia Kit da web rádio.



The image is a promotional graphic for ForroWeb.com. On the left is a stylized logo for 'FORRO WEB.COM' with a decorative border. To the right, the text 'MÍDIA KIT' is written in large, bold, maroon letters, with 'AGOSTO DE 2019' underneath in a smaller, lighter font. Below this, there are three paragraphs of text in Portuguese. At the bottom, there are two device screens: a desktop monitor showing the ForroWeb.com website interface with a navigation menu and video thumbnails, and a smartphone displaying a mobile app interface with the ForroWeb.com logo and a music player.

O site ForroWeb.com, foi lançado em Junho de 2016, sendo totalmente voltado para os apreciadores do Forró Eletrônico e Pé de Serra. Além do conteúdo publicado em nosso site, possuímos um diferencial; nossa rádio online, que já alcançou mais de 421 MIL acessos até o momento. Esse sucesso se dá pela programação, que pode ser ouvida por qualquer público, pois está focada apenas em grandes sucessos.

No site ou através do aplicativo, os visitantes ouvem: Mastruz com Leite, Luiz Gonzaga, Magníficos, Limão com Mel, Dominginhos, Cavalo de Pau, Tropykalia, Noda de Caju e uma infinidade de outras bandas, cantores e músicas que continuam na memória de todos que adoram forró.

Nossa rádio vem conquistando uma ótima aceitação. No site informamos novidades, fofocas e agenda de shows dos Cantores & Bandas. Temos espaço para divulgar a nossa rica cultura nordestina e também os lançamentos de músicas que podem ser em vídeo na TV Forró ou em áudio para download.

Fonte: Mídia Kit de Agosto de 2019.

Figura 25: 2ª Imagem do Mídia Kit - As plataformas que a rádio está presente.

**ESTAMOS EM PLATAFORMAS DE GRANDE EXPRESSÃO**

---



O **Radios.com.br (Aplicativo Rádios Net)** - Nós alcançamos o primeiro lugar no segmento em menos de 3 meses no estado da Paraíba e estamos entre as 12 mais ouvidas do Brasil. Atualmente temos mais de 279mil acessos até essa data de verificação. Por mês estamos tendo uma audiência média de 14k, esse é um número que vem crescendo ao longo do tempo nesse Aplicativo.



No aplicativo **Tuneln** - Temos o seguinte link de divulgação; Forro Web.com Onde alcançamos mais de 2,1 MIL ouvintes que colocaram nossa programação como preferida e curtem em qualquer lugar, através do Smartphone, TV ou Carro.



Temos um Aplicativo próprio cadastrado na '**Play Store**' com mais de 500 downloads. Não temos a precisão, pois o Google não mostra. Esse número ainda é pequeno, pois estamos começando sua divulgação. Nosso foco ainda é o Aplicativo; Rádios Net, onde podemos medir com mais precisão nossa audiência, para acompanhar seu crescimento, divulgando também para os nossos clientes e parceiros.

Figura 26: 3ª Imagem do Mídia Kit - Falo sobre as redes sociais da web rádio.

## Redes Sociais

.....



No **@forroweb**, possuímos mais de 9,4k seguidores que realmente são ativos, pois não usamos ou pagamos programas de seguidores. São pessoas reais e que interagem com nossas publicações ou que veem nossos Stories. O Instagram é um dos nossos maiores focos, pois alcançamos um público significativo de todo Nordeste e Sudeste. Dentre os seguidores, temos algumas bandas, proprietários, músicos e vocalistas.



Nossa fan Page **ForroWeb.com** está com mais de 970 seguidores, que interagem com nossas publicações e participam ativamente nos enviando mensagens inBox pedindo músicas ou participando de nossas transmissões ao vivo.



Nosso canal no YouTube; TV **ForroWeb** - Realizamos transmissões Ao Vivo nele e também divulgamos conteúdos de parceiros com várias playlist's, para que nossos ouvintes conheçam a história das bandas de forró, cantores e cantoras.

Figura 27: 4ª Imagem do Mídia Kit - Sobre o número de acessos da rádio.

## AUDIÊNCIA

Nosso ouvinte passa em torno de 30 a 60 minutos, curtindo nossa programação, pois é um sucesso atrás do outro e é difícil sair. O foco da programação musical é na letra da música.

O maior recorde registrado, foi um IP da Alemanha que passou mais de Oito dias seguidos ouvindo. Sabemos disso, pois se a pessoa sair por 1 segundo o contador zera. Acreditamos que possa ser uma loja ou alguém que curte demais forró e quer matar saudades do nordeste.

⚠ Esta página mostra os ouvintes conectados em tempo real.

IP	País	Tempo Conectado	Player Usado
191.132.81	ALEMANHA	8d7hr, 09min, 8seg	Winamp
191.132.81	ALEMANHA	1hr, 21min, 53seg	Desconhecido
191.221.146	ALEMANHA	1hr, 56seg	Desconhecido
191.68.2	ALEMANHA	56min, 22seg	Desconhecido
191.201.128	BRASIL	41min, 12seg	Desconhecido
191.150.66	BRASIL	38min, 50seg	Desconhecido
191.52.216	BRASIL	37min, 34seg	Desconhecido
191.54.58	BRASIL	35min, 16seg	Desconhecido
191.180.108	BRASIL	23min, 19seg	Desconhecido
191.111.185	BRASIL	15min, 45seg	Desconhecido
191.7.14	BRASIL	15min, 1seg	Desconhecido
191.20.223	BRASIL	14min, 16seg	Desconhecido
191.16.145	BRASIL	12min, 42seg	Desconhecido
191.179.226	BRASIL	19seg	HTML 5
191.179.226	BRASIL	5seg	HTML 5

Confira as principais cidades e estados, que acompanham nosso conteúdo. São registros do Facebook, Site e alguns seguidores do Instagram, que identificam onde moram em seus perfis.

NORDESTE	SUDESTE	NORTE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Paraíba</b> - João Pessoa, Campina Grande, Bayeux, Cabedelo, Queimadas, Santa Rita, Patos...</li> <li>• <b>Pernambuco</b> - Recife, Jaboatão dos Guararapes, Garanhuns, Vitória de Santo Antão, Santa Cruz do Capibaribe, Vicência, Petrolina...</li> <li>• <b>Ceará</b> - Fortaleza, Iguatu, Maracanaú, Brejo Santo...</li> <li>• <b>Bahia</b> - Salvador, Juazeiro, Feira de Santana...</li> <li>• <b>Sergipe</b> - Itabaiana, Aracaju...</li> <li>• <b>Maranhão</b> - São Luís, Balsas...</li> <li>• <b>Rio Grande do Norte</b> - Natal...</li> <li>• <b>Piauí</b> - Teresina...</li> <li>• <b>Alagoas</b> - Maceió...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>São Paulo</b> - Capital, Guarujá, São Carlos, São Bernardo do Campo...</li> <li>• <b>Rio de Janeiro</b> - Capital, Angra dos Reis...</li> <li>• <b>Espírito Santo</b> - Cariacica, Colatina...</li> <li>• <b>Minas Gerais</b> - Campo Belo, Juiz de Fora...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Amazônia</b> - Manaus...</li> <li>• <b>Roraima</b> - Porto Velho...</li> <li>• <b>Pará</b> - Belém...</li> </ul>
	<b>CENTRO OESTE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Distrito Federal</b> - Ceilândia, Brasília.</li> <li>• <b>Goiás</b> - Goiânia...</li> </ul>	<b>SUL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Paraná</b> - Curitiba...</li> <li>• <b>Santa Catarina</b> - Blumenau...</li> </ul>

Figura 28: 5ª Imagem do Mídia Kit - Convite para agendar uma reunião.



Agora você conhece um pouco sobre o ForroWeb.com  
Caso queira saber mais detalhes do seu funcionamento, podemos  
marcar um horário para conversar sobre essa parceria de sucesso.

CEO: Ronny Britto  
Email: [contato@ronnybritto.com.br](mailto:contato@ronnybritto.com.br)

## APÊNDICE C - ESPAÇOS PUBLICITÁRIOS DA WEBRÁDIO: FORROWEB.COM

Após o primeiro contato, marco uma reunião para mostrar as possibilidades publicitárias que a webrádio possui, para que ele possa conhecer o potencial comercial da rádio e todos os espaços que a empresa dele poderá ser inserida no ForroWeb.com; seja no site, redes sociais ou dentro da programação musical em formato de Spot comercial ou Jingle da empresa. Abaixo, possui mais informações:

### Site e Programação da Webrádio:

- Vht de Oferecimento da loja ou empresa com duração de até 15 segundos.
- Várias Inserções 24 horas e a cada 20 músicas.
- Locução gravada no RB Estúdio Brasil com texto do cliente.
- Banner publicitário '620X120 pixels' no site principal da rádio.
- Banner publicitário '300X110 pixels' nas notícias do Mundo Forrozeiro.

**Observações:** É permitido alterações da gravação ou dos banners, apenas uma vez por mês ou duas em casos de datas comemorativas.

### Redes Sociais da Webrádio:

- Publicações no Feed e Stories do Instagram;
- Publicações no Twitter.
- Publicações no Feed e Stories do Facebook.

**Observações:** Os banners serão enviados para o nosso e-mail: [forroweb@gmail.com](mailto:forroweb@gmail.com) e publicados nos dias e horários de preferência do cliente. Nossa sugestão seria entre 11:00 e 12:00 horas, pois é o horário que as pessoas estão se dirigindo até o almoço e muitos já começam a utilizar as redes sociais.



## ESPAÇOS DISPONÍVEIS NO SITE FORROWEB.COM

### BANNER 01: NA ABERTURA DO SITE.

No site existem três espaços para divulgação: O primeiro é um banner com as dimensões; 800x600 pixels, que pode ser inserido para aparecer assim que o site for acessado no computador ou Smartphone. (Divulgação por 15 dias no mês).

The screenshot displays the ForroWeb.com website interface. At the top, there is a navigation bar with a play/pause button, the text "ForroWeb.com - Tocando agora: BA", a "PEDIR MÚSICA" button, and social media icons for Android, Apple, Windows, Facebook, and Twitter. Below this is a header area with a cartoon mascot, social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, and Instagram, and a search bar. A green navigation menu contains the following items: INÍCIO, NÓS, MUNDO FORROZEIRO, ESPAÇO NORDESTINO, VOZES DO FORRÓ, CONTATO, and RB ESTÚDIO BRASIL.

The main content area is titled "MUNDO FORROZEIRO" and features a central banner with the text "Ouça em qualquer lugar!" (Listen anywhere!). The banner shows a laptop displaying the website and a hand holding a smartphone with the ForroWeb app interface. The banner also includes the Google Play logo. Surrounding the banner are several news articles, each with a date, category, and a brief description:

- 06/07/19 - MUSICA: Banda Magnificos emplaca música na trilha do seriado Aruanas da TV Globo
- 26/06/19 - MUSICA: Banda de Gabriel Diniz vai tocar no São João 2019 em Campina Grande em homenagem ao cantor
- 26/06/19 - MUSICA: Walkyria Santos anuncia DVD para comemorar 25 anos de carreira
- 26/06/19 - MUSICA: Forró Cavalão de Pau regrava sucesso antigo da sua discografia
- NOTÍCIAS: Baterista Riquelme anuncia sua saída da banda de Solange Almeida
- 26/06/19 - MUSICA: Elba Ramalho traz clássicos do forró em gravação de DVD

At the bottom of the page, there are two advertisement banners: "LOCUTOR PUBLICITÁRIO" with a microphone icon and the website "WWW.RONNYBRITTO.COM.BR", and an "amazon" banner with the text "Headphones | amazon.com.br". Below these is a green footer area titled "MURAL DE RECADOS" (Message Board) with a yellow button that says "ENVIE SEU RECADO" (Send your message) and a quote: "SOU FORROZEIRA AMO ESSE SITE É TENHO UMA BANDA DE FORRÓ EM PIRAPORA MG CAPITAL MORENA RESUMINDO NASCI NO FORRÓ FORRÓ TÁ NO SANGUE SITE TOP DEMAIS PATRICIA DO BABADOS DO FORRÓ SOU SUA FÃ".

## BANNER 02: NA PÁGINA PRINCIPAL DO SITE.

Neste local possuímos espaço para apenas dois banners publicitários no Plano Master, que ficam totalmente visíveis e ainda inserimos o link da loja, empresa ou redes sociais que forem de interesse do nosso cliente, para que os visitantes do site possam ter acesso direto com o seu negócio.

The screenshot displays the ForróWeb.com website interface. At the top, there is a music player for 'BANDA ENCANTUS - DA UM OI' with playback controls and a 'PELO MÚSICA' button. Below the player are social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, and Instagram, and a search bar. A green navigation bar contains links: INÍCIO, NÓS, MUNDO FORROZEIRO, ESPAÇO NORDESTINO, VOZES DO FORRÓ, CONTATO, and RB ESTÚDIO BRASIL. The main content area is titled 'MUNDO FORROZEIRO' and features a grid of eight news items, each with a thumbnail image, a date, a category, and a brief description. Below the news grid are two advertisement banners: one for 'LOCUTOR PUBLICITÁRIO' with a microphone icon and website URL, and another for 'amazon' featuring a person wearing headphones. At the bottom, a green footer section titled 'MURAL DE RECADOS' contains a quote from Antonio Bernardo do Nascimento and a yellow button labeled 'ENVIE SEU RECADOS'.

**MUNDO FORROZEIRO**

06/07/19 - MUSICA  
Banda Magnificos emplaca música na trilha do seriado Aruanas da TV Globo

26/06/19 - MUSICA  
Saia Rodada divulga novo clipe com super produção

26/06/19 - MUSICA  
Kátia Cilene voltar a cantar sobre vaquejada no novo hit "Vaqueirinha Assumida"; confira o clipe

26/06/19 - MUSICA  
Banda de Gabriel Diniz vai tocar no São João 2019 em Campina Grande em homenagem ao cantor

26/06/19 - MUSICA  
Walkyria Santos anuncia DVD para comemorar 25 anos de carreira

26/06/19 - MUSICA  
Forró Cavalos de Pau regrava sucesso antigo da sua discografia

- NOTÍCIAS  
Baterista Riquelme anuncia sua saída da banda de Solange Almeida

26/06/19 - MUSICA  
Eiba Ramalho traz clássicos do forró em gravação de DVD

**LOCUTOR PUBLICITÁRIO**  
WWW.RONNYBRITTO.COM.BR

Headphones | amazon.com.br  
**amazon**

**MURAL DE RECADOS**

"OLÁ PESSOAL DA FORRÓWEB, VOCÊS NÃO SABEM DA ALEGRIA QUE ESTOU SENTINDO AO OUVIR ESSA RÁDIO MARAVILHOSA."  
ANTONIO BERNARDO DO NASCIMENTO

ENVIE SEU RECADOS

### BANNER 03: MUNDO FORROZEIRO.

Este é o local no site, onde compartilhamos as notícias relacionadas ao universo do forró ou das bandas, cantores (as) e todas as informações importantes sobre; divulgação de novos trabalhos, gravação de DVDs, Agenda de Shows, entre outras notícias para o nosso público que acessam o site frequentemente.

Seu banner estará presente em todas as notícias cadastradas em nosso site e ficará ao lado superior direito da página.

The screenshot displays the ForróWeb.com website interface. At the top, there is a dark navigation bar with a play/pause button, the text "ForróWeb.com - Tocando agora: BA", and social media icons for Facebook, Android, Apple, Windows, and Twitter. Below this is a white header area featuring a cartoon mascot holding a microphone, the text "FORRÓWEB.COM", social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, and Instagram, and a search bar. A green navigation bar contains the menu items: INICIO, NÓS, MUNDO FORROZEIRO, ESPAÇO NORDESTINO, VOZES DO FORRÓ, CONTATO, and RB ESTÚDIO BRASIL.

The main content area is divided into two columns. The left column features a large orange banner with the text "MUNDO FORROZEIRO" and a pagination control with buttons for 1, 2, 3, and 4. Below this is a news article titled "BANDA MAGNÍFICOS EMPLACA MÚSICA NA TRILHA DO SERIADO ARUANAS DA TV GLOBO", posted on 06/07/19. The article includes a photo of the band performing and a text snippet: "Após comemorar o excelente São João, quando apresentou shows em todos os estados do Nordeste, dois no Norte além de Minas Gerais, a Banda Magníficos tem mais motivos para festejar. O grupo paraibano que reuniu milhares de pessoas em seus shows, acaba de emplacar a música 'É Amor Demais', na trilha sonora de Aruanas, seriado da TV Globo que pe[...]". A green plus icon is visible to the right of the article.

The right column contains three advertisements. The top one is a yellow and orange banner for "ANUNCIE AQUI! VOCÊ TAMBÉM". The middle one is a blue banner for "LOCUTOR PUBLICITÁRIO" with the website "WWW.RONNYBRITTO.COM.BR". The bottom one is a yellow banner for "install Automação Comercial".

Below the news article is another article titled "SAIA RODADA DIVULGA NOVO CLIPE COM SUPER PRODUÇÃO", posted on 26/06/19. It includes a photo of a man in a cowboy hat and a text snippet: "Com ares de super produção, a Banda Saia Rodada divulgou o seu mais novo videoclipe. A canção que ilustra este novo trabalho, é 'Sentimentos de Vaqueiro' ou simplesmente 'Eu acho que não', que retrata de maneira lúdica, as dificuldades de um vaqueiro, que deixa a sua terra de origem para tentar a vida na cidade grande, passando com muitos contrat[...]". A green plus icon is visible to the right of the article.

At the bottom right, there is a large advertisement for a mobile app featuring a woman with headphones and the text "Baixe nosso Aplicativo". Below this is the instruction "Clique abaixo para baixar o aplicativo" and two buttons: "DISPONÍVEL NO Google play" and "Disponível na App Store".

## REDES SOCIAIS

**INSTAGRAM: @ForroWeb**

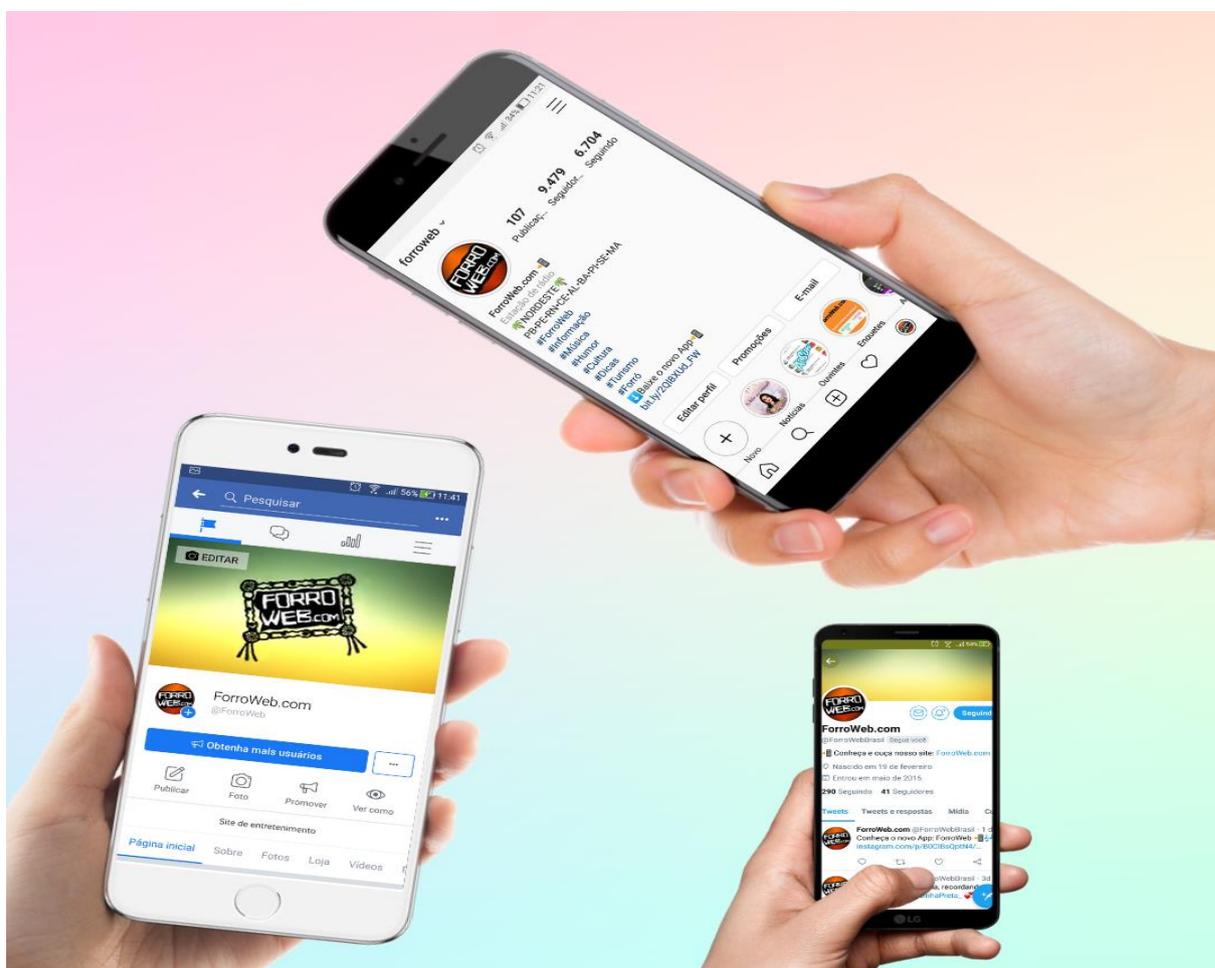
**FACEBOOK: ForroWeb.com**

**TWITTER: @ForroWebBrasil**

Os banners serão publicados em todas as nossas redes sociais, nos dias e horários disponibilizados por nossos clientes, respeitando nossa segmentação.

Possuímos um público presente em todos os estados do Nordeste, além de outros estados significativos, como São Paulo e Rio de Janeiro. Nossos seguidores possuem idades entre 13 e 65+, mas o maior número está entre 18 a 44 anos, sendo 52% composto pelo público feminino e 48% pelo masculino.

Nosso projeto já tem mais de 410 MIL Acessos e seguimos em primeiro lugar na Paraíba no segmento a quase três anos, além de já sermos reconhecidos por donos de bandas, cantores, músicos e seus fãs, que interagem com nossas publicações ou nos mandam mensagens via e-mail e direct nas Redes Sociais.



## POLÍTICA DE PUBLICIDADE DO FORROWEB.COM

### **WEB RÁDIO**

O tempo dos comerciais na programação é de até 15 Segundos, pois é um excelente tempo para divulgação de promoção ou da própria empresa, sem que o público se sintam incomodados com a publicidade, já que esse tempo foi bem analisado ao longo dos anos que possuímos esse projeto e também no estudo que realizamos de marketing na internet. As pessoas se sentem menos invadidas quando a publicidade está inserida de maneira sutil no conteúdo que elas estão ouvindo.

Caso nosso cliente tenha interesse em inserir comerciais de 30 segundos ou superior, poderão ser negociados, mas esse tempo não está incluso neste plano.

**Observação:** Os comerciais poderão ser alterados uma vez por mês ou até duas vezes em meses comemorativos, caso o cliente desejar.

O texto será produzido por nosso cliente, mas podemos auxiliar caso seja solicitado. A locução será gravada no RB Estúdio Brasil, com Voz masculina do locutor publicitário Ronny Britto, que trabalha com agências e produtoras de todo país. Caso o cliente já possua uma voz padrão da loja, poderemos adicionar sem problemas, mas respeitando o tempo informado anteriormente que é de até 15 segundos.

### **WEBSITE**

Os banners a serem compartilhados serão repassados por nosso cliente, sempre deverão respeitar nossa segmentação, que é o forró! Até por não fazer sentido compartilhar músicas ou algo relacionado a outros gêneros musicais, pois não seria bem aceito por nosso público.

Já os banners da empresa, somos mais flexíveis por se tratarem de autopromoção e nosso público irá visualizar ou interagir normalmente. Nossa recomendação é na criação de banners bem chamativos, que envolvam nossa região nordeste ou publicações de humor, já que está em alta no momento.

## PLANO DE DIVULGAÇÃO MASTER

É composto por 16 postagens mensais em nossas redes sociais, sendo publicadas um dia sim outro não, para ter um tempo significativo de recepção pelo público que acompanha nossos perfis e postagens diárias no Feed ou Stories.

Será adicionada na programação a gravação do texto solicitado pelo nosso cliente ou a gravação na voz padrão da loja, que tenha interesse em utilizar, com o tempo de até 15 segundos. As inserções desta gravação irão entrar no ar, aproximadamente a cada 20 músicas, seguindo nossa estratégia de marketing e tempo de conexão do nosso público que é em média de 30 a 60 minutos, ouvindo a programação sem parar.

**Observação:** Se o ouvinte sair por um segundo de nosso servidor, o contador recomeça a contagem de tempo. Então, nosso público passa um excelente tempo conectado curtindo nossa programação todos os dias.

Neste Plano Master, também será disponibilizado três espaços em nosso site para divulgação de banners do nosso cliente. As imagens poderão conter links, que levaram direto para seus sites ou redes sociais.

<b>PLANO MASTER</b>	<b>R\$200,00</b>
	<b>PAGAMENTO MENSAL</b>

