

Universidade Estadual de Campinas

Instituto de Artes

Actividade 2 – Proposta do projeto de pesquisa

Discente: Juan Manuel Restrepo Molina - RA: 190106

Docente: Dr. José Armando Valente

CS106 - Métodos e Técnicas de Pesquisa e de Desenvolvimento de Produtos em Midialogia

## **RÁDIOS VIRTUAIS, A TECNOLOGIA MULTIMÉDIA**

### **1. INTRODUÇÃO**

Destacando a importância do rádio virtual, limitando o estudo a estudantes de Midialogia da turma 2015 e 2016, ativos na Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP, perguntando-se se a maioria a ouvir rádio virtual o rádio rádio clássica, e quantas vezes ela é usada.

Esta pesquisa é projetado para atender a magnitude virtual atual e como ela desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de novas tecnologias e pesquisas globais em comunicação social.

Sabendo a preparação de design e produção em estudantes de rádio e Comunicação Social das universidades que fazem parte do nosso público objetivo, é de vital importância, uma vez que através desta consulta será muito mais clareza sobre as competências que os alunos devem ter. (Guerrero, 2009, p. 3)

Nos últimos cinco anos, diferentes alunos e professores têm vindo a realizar estudos sobre o assunto de rádio virtual, porque atualmente existem muitas rádios ou rádios virtuais on-line, que na sua programação lidar com orientação diferente para os seus ouvintes. Por sua característica habitual de escuta, a rádio virtual lida com tecnologias de informação para viralizar determinado tópico.

As estações de rádio na Internet adicionou novas opções para comercializar e fornecer novas fontes de concorrência para as emissoras tradicionais. De acordo com *Ting e Wildman*, o universo da Rádio expandiu significativamente e positivamente, e é provável evolução desta indústria continua. (Guerrero, 2009, p. 7)

Este é um assunto amplo, onde o desenvolvimento da tecnologia informática desempenha um papel importante e a opinião do povo na interação deste ambiente, criar um mundo complexo de pesquisa, onde os gostos de cada ouvinte são o que fazem a diferença.

Agora o número de emissoras de Internet no mundo é de dezenas de milhares e operam a partir de um grande número de países, não há muitos estudos sobre o assunto. Se precisa mais pesquisas para analisar a evolução desta indústria no tempo. Os temas quente para estudar incluem a concentração da propriedade, a capacidade dos distribuidores para criar gargalos que impedem a diversidade, a relação entre conectividade, banda larga e aumentar o público de perfil o uso da força no mercado estações tradicionais para abafar novo rádio concorrência e modelos de receita que irá conduzir a radiodifusão em Internet. Estas e muitas outras questões são especialmente dignas de estudos aprofundados. (Suarez, 2013, p. 13)

O rádio é um dos principais meios de comunicação hoje e requer uma inovação diariamente para tornar seu conteúdo uma nova visão para o futuro. Virtualidade e multimídia andam de mãos são duas qualidades em conjunto a tecnologia e operar um espaço de informação onde as pessoas podem interagir uns com os outros.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo Geral:**

Identificar a frequência com que é usado o rádio virtual, considerando o uso de rádio clássica.

### **2.2 Objetivos específicos:**

- 2.2.1 Estudar o rádio virtual a partir da perspectiva da universidade.
- 2.2.2 Obter uma ideia clara do que é uma estação virtual e que é usado.
- 2.2.3 Determinar a amostra.
- 2.2.4 Elaborar questionário para reconhecer que tipo de rádio é mais usada atualmente.
- 2.2.5 Testar o questionário e validar os dados usando gráficos que representam amostras de informações
- 2.2.6 Executar artigo final com comentários e metas alcançadas.
- 2.2.7 Entregar o trabalho concluído.
- 2.2.8 Argumentar o artigo.

## **3. METODOLOGIA**

Estudo de campo: Quantitativo e qualitativo

Local da pesquisa: Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP

População: Estudantes de Midialogia da turma 2015 e 2016

- 3.1.1 Estudar o rádio virtual a partir da perspectiva da universidade: Visite a rádio virtual da faculdade e analisar que tipo de ouvintes têm em seus diferentes programas e pedir um opinião pessoal a s administradores, se os alunos são parte da mesma estação.
- 3.1.2 Obter uma ideia clara do que é uma estação virtual e que é usado: Investigar diferentes definições sobre o assunto de rádio virtual, usando tese já escritos e pesquisas feitas até agora.
- 3.1.3 Determinar a amostra:  
Para a definição do número da amostra, será usada a fórmula do cálculo amostral de Antônio Carlos Gil

$$\eta = [\sigma^2 \cdot p \cdot q \cdot N] / [e^2 \cdot (N - 1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q]$$
 Na qual:  $\eta$  = Tamanho da amostra,  $\sigma^2$  = Nível de confiança escolhido, expresso em números de desvios-padrão,  $p$  = Percentagem com a qual o fenômeno se verifica,  $q$  = Percentagem complementar,  $N$  = Tamanho da população,  $e^2$  = Erro máximo permitido. (GIL, 1999, p.107)

Mostra um: Considerando uma população total de 30 pessoas (estudantes da turma 2015 de Miadologia), nível de confiança de 0,95 desvios-padrão, percentagem com a qual o fenômeno se verifica de 65% e percentagem complementar de 35%, além se admitir erro máximo de até 0,05 %, tem-se que o número da amostra é de 23 pessoas.

Mostra dois: Considerando uma população total de 34 pessoas (estudantes da turma 2016 de Miadologia), nível de confiança de 0,95 desvios-padrão, percentagem com a qual o fenômeno se verifica de 65% e percentagem complementar de 35%, além se admitir erro máximo de até 0,05 %, tem-se que o número da amostra é de 25 pessoas.

- 3.1.4 Elaborar questionario para reconhecer que tipo de rádio é mais usada atualmente:  
A pesquisa se realizará por meio de um questionário composto por 4 perguntas fechadas que são: 1: ¿Que rádio é a que mais escuta?, 2: ¿Com que frequência escuta rádio?, 3: ¿ Você acha que no futuro as rádios virtuais será mais ouvida que a rádio clássica?, 4: ¿ O conteúdo de rádios virtuais é melhor e mais específico?.
- 3.1.5 Testar o questionário e validar os dados usando gráficos que representam amostras de informações:  
Após a coleta da mostras, executar os respectivos gráficos que determinam o resultado da pesquisa.
- 3.1.6 Execute artigo final com comentários e metas alcançadas:  
Faça um artigo final destacando as informações encontradas, os pontos fortes e fracos encontrados.

- 3.1.7 Entregar o trabalho concluído  
Enviar trabalho final com correções e outros achados.

- 3.1.8 Argumentar o artigo

#### 4. CRONOGRAMA

AÇÃO/DIA	31/03	04/04	11/04	18/04	24/04	01/05
Estudar o rádio virtual a partir da perspectiva da universidade	X	X				
Obter uma ideia clara do que é uma estação virtual e que é usado		X				
Determinar a amostra			X			
Elaborar questionário para reconhecer que tipo de rádio é mais usada atualmente.			X	X		
Testar o questionário e validar os dados usando gráficos que representam amostras de informações				X	X	
Execute artigo final com comentários e metas alcançadas.					X	
Entregar o trabalho concluído.						X
Argumentar o artigo						X

#### REFERÊNCIAS

GIL, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**: Editora Atlas S.A., Brasil/São Paulo, 1999, 176 p.

GUERRERO, C. **Radio na internet - Sistematização de uma experiência comunicativa**: Pontifícia Universidade Javeriana, Colômbia, 2009. 131 p.

SUAREZ, E. **Sem Ink Radio**: Universidade de Cartagena, Colômbia, 2013. 111 p.