

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL – UNINTER
Curso de Comunicação Social – Jornalismo

HENRIQUE LUIS GIGEL DA SILVA

**RÁDIOJORNALISMO NA PLATAFORMA DIGITAL:
ANÁLISE DO SITE DA RÁDIO CBN CURITIBA**

CURITIBA
2019

HENRIQUE LUIS GIGEL DA SILVA

**RÁDIOJORNALISMO NA PLATAFORMA DIGITAL:
ANÁLISE DO SITE DA RÁDIO CBN CURITIBA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, do Centro Universitário Internacional Uninter.

Orientador: Prof. Me. Otacilio Vaz

CURITIBA
2019

DEDICATÓRIA

“Dedico este trabalho a Deus e a todos aqueles que apoiaram minha trajetória acadêmica”.

AGRADECIMENTOS

“Agradeço minha família pela força e incentivo nesse difícil trajeto até a conclusão do curso, também agradeço meus amigos, colegas e professores que me apoiaram na vida acadêmica, e me fizeram acreditar que o jornalismo é uma profissão capaz de mudar o mundo”.

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo principal pesquisar o site CBN/Curitiba, uma rádio tradicionalmente analógica que vem se reinventando e se adaptando a outras tecnologias, teve como propósito fazer uma análise dos produtos que são postados em sua página oficial na web, o principal método usado foi a análise de conteúdo e assim foi realizado uma observação de 30 dias desse meio de comunicação, obteve-se como resposta, as principais ferramentas para transmitir um jornalismo sério e com credibilidade ao público, e para isso é usado conteúdos em formas digitais. E foi concluído que a rádio CBN/Curitiba na forma analógica, transmite a notícia um tanto quanto diferente da plataforma digital. O site da CBN está a alguns anos utilizando esses métodos na rede, de dois anos para cá, foi reformulada, atendendo todos os padrões de público. Em meio a essas conclusões, respostas, objeto de pesquisa e objetivos em geral foi construído uma breve história do rádio no cenário brasileiro, como começou e como chegou no Rádiojornalismo, na CBN/Curitiba, e logo depois nos meios digitais.

Palavras chaves: Jornalismo, Rádio, Rádiojornalismo, Web Sites, CBN/Curitiba

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	07
2. METODOLOGIA.....	13
3. RÁDIOJORNALISMO.....	17
3.1 INFORMAÇÃO NO RÁDIO.....	22
4. JORNALISMO NA INTERNET.....	23
5. WEB SITES.....	28
5.1 SITES NAS REDES SOCIAIS.....	29
5.2 RÁDIOJORNALISMO NA WEB.....	32
6. CBN.....	35
7. ANÁLISE.....	39
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
9. REFERÊNCIAS.....	63

1 INTRODUÇÃO

Com mais de 90 anos de história no Brasil, o rádio faz parte dos meios de comunicação tecnológicos mais antigos da sociedade, e vem sendo usado e adaptado pela população brasileira desde o século XX. No dia 7 de setembro de 1922, data em que se comemorava o centenário da Independência, o rádio chegou em território nacional na então capital do Brasil, o Rio de Janeiro, e a sua primeira utilização foi para o pronunciamento do atual presidente da República, Epitácio Pessoa, juntamente com alguns acordes da ópera “O Guarani”. (JUNG, 2004)

Após a sua chegada o rádio se tornou um sucesso nos meios de comunicação, e foi progredindo as suas instalações em território nacional, espalhando-se por várias regiões do Brasil.

Já no estado paranaense o rádio surgiu no ano de 1924 com as tradicionais rádios clubes paranaenses e as rádios culturais. As inovações midiáticas não pararam no rádio, e fazem parte do cenário brasileiro, pois sempre estão evoluindo ao longo do tempo. (PRADO, 2012)

Com várias evoluções do jornal impresso para o rádio, algumas notícias das décadas de 1920 e 1930, começaram a ser transmitidas em formas de áudio, e não mais apenas escritas, como eram nos tradicionais jornais da época. (JUNG, 2004)

Após o rádio se firmar como um meio comunicacional que proferia informações, em 1950 houve uma reviravolta no meio da comunicação, pois a televisão chegava ao Brasil, e tudo indicava que o rádio iria acabar, mas mesmo com a grande concorrência audiovisual o rádio adaptou-se e inovou, todavia, a evolução do rádio não foi interrompida, e sim foi gradativa.¹

Contudo, uma das rádios analógicas que adquiriu a ideia de migrar para a web, foi a CBN, isso foi uma porta na rede digital para se comunicar com as pessoas, mesmo a rádio sendo bem conhecida nas vias tradicionais por sempre transmitir informação.

A evolução da tecnologia tem ampliado radicalmente todos os meios de comunicação frente as opções a disposição dos consumidores. No passado o rádio era limitado ao que estava disponível nas frequências AM e FM,

¹ <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/pequena-historia-do-radio-e-da-televisao/>

hoje as possibilidades de escuta e informações se estendem as plataformas digitais (BIANCO, 2010 p. 4).

O objetivo desse trabalho é abordar as mudanças, ocorridas no decorrer de 30 dias tempo estimado a qual levantamos informações sobre o site CBN/Curitiba, as diferenças da rádio CBN/Curitiba para o formato digital, seus métodos, maneiras de lidar com o público, como tem realizado as suas notícias na plataforma do Site CBN, de que modo procura firmar e atrair o seu ouvinte.

As razões que motivaram esse trabalho é o por que uma rádio tradicional nos meios analógicos está migrando para outros meios e como se adequa a novos tipos de transmissão da notícia, de que forma as pessoas estão recebendo as notícias, e quais os produtos mais utilizados no site.

As características desse trabalho é a nova ambientação da CBN/Curitiba, o que tem mudado nas plataformas digitais, analisar também as mudanças na escrita das notícias, como adequam as manchetes, de que modo a rádio tem alcançado seu público alvo com diferenças na idade, e porque a opção do Site foi uma escolha, e para descobrir quais as diferentes formas a rádio comunica-se com seus internautas.

O Site CBN/Curitiba, objeto de pesquisa do nosso trabalho, está situada na cidade de Curitiba, tem como sua principal função carregar o jornalismo paranaense e brasileiro para seus ouvintes e internautas, fazendo sempre um contato direto com seu público.

A emissora CBN/Curitiba foi implantada na capital paranaense no ano de 1995, e em 2004, reestruturou-se sob nova direção, deste modo, está há mais de 20 anos no campo jornalístico, trazendo notícias.

E por meio desse contexto teremos o seguinte problema: De que maneira a rádio CBN/Curitiba está transmitindo a notícia na plataforma digital, como no site CBN/Curitiba?

De acordo com o problema da pesquisa temos três hipóteses.

A rádio tem utilizado as ferramentas da plataforma para interagir com o público de formas mais dinâmicas online. O meio digital vem ganhando mais público ativo, crítico e observadores da notícia. A polarização do público jovem e de meia idade

entre 25 a 37 anos², para os meios digitais, faz com que a rádio tenha que adaptar a novos comportamentos para se encontrar novamente com seu ouvinte.

Terei como objetivos específicos: pesquisar se existe uma mudança brusca da rádio tradicional analógica para o site; descrever quais as ferramentas utilizadas do site para transmitir a informação.

Identificar quais as diferenças da notícia falada para a escrita; também observar como está sendo passada a informação numa página de rádio e de que forma está sendo essa transferência.

Por isso justificaremos com a seguinte questão: A relevância dessas análises é observar como as rádios tradicionais, do meio analógico estão sendo voltadas para a web, assim como a CBN/Curitiba, objeto da pesquisa que está em uma fase migratória, de 2 anos para cá, a CBN está reformulando-se para a plataforma digital. De que maneira esses meios estão se adaptando com a grande diferença de público e de conteúdo,

A importância do trabalho é ver como um meio diferenciado, está fazendo sucesso nos meios de comunicação mais antigos, e tratar o assunto com uma relevância social para as pessoas, pois são elas que absorvam os resultados do trabalho jornalístico.

O rádio no Brasil tem sua grande parcela no crescimento e na construção do jornalismo, pois deu voz à transmissão da notícia e ao mesmo tempo deu velocidade a ela, a informação em poucos segundos já estava na casa das pessoas, com isso o rádio foi progredindo e se tornou um grande atrativo entre o público. (MEDITSCH, 2001)

A partir dessas evoluções, como a rádio CBN/Curitiba está se adaptando a outras plataformas, o trabalho desenvolve assuntos relacionados ao jornalismo radiofônico, e a chegada do rádio; como tudo se iniciou e de que forma tem crescido, mudado e evoluído. Uma breve história do rádiojornalismo no país e em Curitiba.

²<https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2018/07/25/internabrazil,697305/expectativa-de-vida-do-brasileiro-chega-a-76-anos-a-maior-dahistoria.shtml>

O rádiojornalismo terá parte no estudo de caso, pois a CBN/Curitiba trata especificamente do jornalismo proferido, e como a CBN/CURTIBA está se dando com essa transição do jornalismo falado, para o jornalismo escrito.

A iniciação do rádiojornalismo no ano 1940³, cada dia mais vem trazendo novidades, pois dentro do seu contexto histórico, ganhou espaço e relevância entre a população, principalmente a população mais antiga, que sempre foi conectada ao rádio, pois era o único meio de comunicação que atingia a grande maioria do público, e chegava a lugares distantes.

A importância do rádiojornalismo é fundamental, pois acredita-se que as notícias transmitidas pelo rádio são reais, porque há uma longa história de valor na sociedade, isso pesa muito, numa comunidade atual cheia de notícias falsas.

É possível encontrar mudanças aqui, outra acolá, mas as ideias apresentadas aos ouvintes pelo Esso, com sua síntese noticiosa, e pela Tupi, com o jornal falado, ainda são referências na programação radiofônica. “Não desconsidero os que modernizaram a programação nem os que buscaram novos caminhos, mas, ao ouvir a maioria das emissoras que atualmente, apresentam programas jornalísticos não tenho como deixar de pensar que aquela turma do passado era realmente, muito boa, capaz de inventar e reproduzir modelos definitivos para o rádiojornalismo. (JUNG, 2004 p. 35).

O trabalho tratará da CBN/Curitiba incluída no meio digital, contudo os meios sociais podem ser considerados como um veículo de comunicação, pois a divulgação de informação é claramente usada por uma empresa jornalística.

A notícia da empresa CBN não é mais limitada apenas a uma cidade, agora já pode atingir várias regiões, e pessoas que não tinham aproximações com outras informações agora tem, contudo, tem a principal proximidade da interação e da informação transmitida.

Os dados recolhidos no site da CBN/Curitiba serão tratados nas suas qualidades, quantidades e também através de uma pesquisa de observação e análise descritiva, para que identifiquemos de que forma os conteúdos são

³ História do Rádio no Brasil - PRADO, Magaly 2012.

produzidos e postados, diante das notícias para que finalmente seja obtida uma resposta de observação

Como uma rádio CBN/Curitiba tradicionalmente analógica, e referência na capital paranaense, está se adaptando com forma digital, e como está lidando com a percepção do público, que agora não apenas mais ouve através dos antigos radinhos de pilha ou em seus automóveis, mas leem e fazem comentários sobre o que é produzido

Os dados que farão parte do trabalho seguem da seguinte forma: quais as estratégias são utilizadas; como o grupo CBN/Curitiba está lidando com as tecnologias para continuar sendo um meio de comunicação notável e respeitado pelas suas notícias, mas agora em outra plataforma.

As notícias, manchetes, colunas, fotos, vídeos e áudios, fazem parte da análise de conteúdo que será feita, se é assim que a CBN/Curitiba pretende expandir sua marca através do site.

A primeira etapa do trabalho estruturou-se a partir de um levantamento bibliográfico e documental. Segundo Antônio Carlos Gil 2008, uma pesquisa bibliográfica, pode ser considerada e mais conhecida através de um livro e leitura, no entanto, existem muitas outras fontes para interesse e realizações das pesquisas. Tais como: Obras de referência, teses, dissertações, anais de encontros científicos e periódicos. A pesquisa bibliográfica também carrega a formulação. “A escolha de um assunto capaz de conduzir a uma pesquisa bibliográfica digna desse nome requer que se considerem alguns critérios” (GIL, 2008 p. 72).

Conforme Cervo e Bernian, a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas no documento. Pode ser realizada independente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Em ambos os casos, busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema. (SILVA, 2005 p. 49).

Para entender como a rádio tem se mantido nos dias de hoje com tanta tecnologia, foi realizado um trabalho documental, onde se obteve respostas em livros,

documentos históricos que nos permitem conhecer a história do início da rádio e como elas foram chegando no Brasil e logo depois na cidade de Curitiba.

O item 3 vai abordar um breve contexto do rádiojornalismo, suas histórias de transições e as suas reviravoltas no cenário nacional, as primeiras rádios que se instalaram no Brasil que tinham um cunho jornalístico, e algumas das suas dificuldades financeiras. O trabalho mostra também no que as rádiojornalismo foram inspiradas e como eram suas programações, após essa breve contextualização falaremos um pouco de como é trabalhado as reportagens para essas rádios jornalísticas.

Como se dão as reportagens para o rádio, de que modo isso é importante, e pode se tornar até o principal produto de uma rádio jornalística, pois sem a reportagem é quase impossível comunicar-se com o ouvinte.

O item 4 e 5, é complementado por assuntos como: Jornalismo na internet, e sites na web, de que forma eles vem crescendo, inclusive como podem afetar o público, por outro lado esse atual jornalismo na internet tem que ser comprometido com a verdade de modo que a sua escrita, foto ou vídeo seja compreendido pelo internauta.

Já no item 6 falarei sobre a CBN, como começou no Brasil, e logo depois chegou a Curitiba e como foi induzida a migrar para o site na web, qual a sua história e quais seus objetivos jornalísticos.

E no item 7 será incluído respostas obtidas ao longo dos dias de observação, quais as análises e conclusões, juntamente com uma amostragem de fotos e textos retirados do site.

Concluirei o trabalho com todas as informações obtidas a partir do que pesquisei e encontrei na página da CBN/Curitiba, comparando se foi alcançada as hipóteses sugeridas, e também se alcançamos o objetivo proposto.

2 METODOLOGIA

A pesquisa será realizada, baseada em estudos e análises de postagens na plataforma digital do site da CBN Curitiba, será efetuado uma observação das notícias publicadas, no dia-a-dia, e será realizado uma avaliação das publicações e como essas notícias são tratadas dentro do site.

Segundo Cleber Cristiano Prondonov e Ernani César Freitas 2013, a pesquisa pode ser respondida de muitas formas, porque pesquisar significa procurar respostas simples para indagações propostas. “Basicamente realizamos pesquisas a todo o momento, em nosso cotidiano, mas que certamente não fazemos de modos científicos”. (PRONDONOV; FREITAS, 2013 p. 43).

A pesquisa se baseia nos sinônimos, busca, investigações e indagações, esse é um amplo sentido sobre a pesquisa. Também é relacionada com o conceito de que a pesquisa é uma investigação científica, que tem como meta comprovar hipóteses levantadas no início do projeto.

De acordo com Prondanov e Freitas 2013, pesquisar é planejar, é se preocupar com os passos dados para chegar a uma resposta segura, sobre a questão que deu origem a pesquisa.

“O planejamento de uma pesquisa depende tanto do problema a ser estudado, a sua natureza, situação de espaço temporal em que se encontra, quanto da natureza é nível do pesquisador” (KOCHE, 2007 p. 122).

Em alguns dias de pesquisa e avaliações do site, pudemos observar as mudanças na forma de apresentar o conteúdo.

Após ser definido o campo de observação, que no caso é o site oficial da rádio CBN/Curitiba, analisamos como é que se dá o comportamento das notícias ali publicadas dentro dela.

Sendo assim, tendo o site CBN/Curitiba, como nosso objeto de pesquisa, usamos o método de análise descritiva. O trabalho tem como meta encontrar informações qualitativas, relevâncias nas publicações do site, e de que maneira tem adquirido algumas mudanças e como vem atingindo seu público alvo.

“A pesquisa procura respostas! Podemos encontrar ou não. As chances de sucesso certamente aumentam à medida que enfocarmos a pesquisa como um processo então como uma coleta de dados”. (PRONDANVOV; FREITAS, 2013 p. 44).

A metodologia para esse trabalho é importante, pois deixará claro aquilo que se busca em termo de análises. Foi buscado analisar as notícias e como elas são transmitidas ao público, quais as abordagens mais relevantes.

A pesquisa buscou identificar como o site posta suas publicações, quais as pautas mais questionadas, quais assuntos são mais trabalhados e se realmente é feito um trabalho jornalístico nas redações.

As análises realizadas serão definidas em algumas categorias, para sabermos de que maneira a CBN/Curitiba em seu site lida com as opções na web. Categorizamos os seguintes conteúdo a serem analisados: imagens, vídeos, áudios, gráficos, textos, colunas, e outras formas de informações que ela possa apresentar, e ainda descobrir o que ela realiza com esse material, apenas transmite sem identificar o que é, ou descreve o assunto e apresenta imagens.

Os vídeos publicados são de acordo com a pauta ou são opiniões pessoais dentro do conteúdo audiovisual, quais relevâncias jornalísticas contém seus produtos visuais. Seus áudios são os mesmos da rádio analógica ou mudam conforme a plataforma, o que é utilizado nesses áudios, sonoras? Off?

E por fim, como são tratadas as manchetes, os textos e as colunas jornalísticas, são iguais ou diferentes dos textos produzidos para rádio falada, como eles adequam os textos visando o público do site, existe um texto voltado apenas para o cunho da web?

A partir destas informações, reunimos os dados, organizado em print's, mostrando o resultado da pesquisa e quais as maiores identificações, buscamos trazer o objetivo do trabalho, e solucionar o problema, com as hipóteses dadas no início do projeto.

A observação do conteúdo do trabalho permitirá um levantamento de dados da internet, que esclarecerá quais as perspectivas das notícias apresentadas, a

pesquisa também tratará o site, como meio de notícias, transmissão de fotos, textos, informativos e obras tecnológicas de qualquer natureza.

As matérias da CBN/Curitiba construídas ao longo dos dias serão motivo de análises e trataremos esses dados sendo algo relevante para construção do trabalho.

A análise descritiva é uma das metodologias usadas para descrever aquilo que se analisa, e também interpretar algum documento ou texto, essa pesquisa faz com que tenhamos um trabalho um tanto prático, quanto teórico, pois está ligado nos campos investigativos.

A análise descritiva fornece uma base de conhecimento que pode servir de base para análises quantitativas. Se interpretados corretamente os dados podemos oferecer respostas úteis que levam à criação de uma hipótese.

Essa análise é como um instrumento de várias finalidades e que se adapta aos campos variados de pesquisa, seja ele qual for no meio de comunicação.

Segundo Claudia Lago as definições para uma análise de conteúdo jornalístico é um método de pesquisa que recolhe textos, imagens, sons, símbolos, variedade de produtos impressos, gravado, ou vinculado em formas eletrônicas, digitais, ou encontradas nas mídias, a partir desses objetos é possível construir uma análise a ser estudada. Porém baseados em uma análise de conteúdo trabalhamos de uma forma descritiva, descrevendo os conteúdos ali postados no site.

Em uma análise descritiva podemos obter um alto grau de objetividade e neutralidade é considerado um método expansivo em comparação a métodos quantitativos e oferece uma visão ampla. Esse método pode ser usado para coletar dados que descrevam o mundo real. Análise descritiva ajuda a entender e a interpretar os resultados de modelos estatísticos.

A internet se tornou mais um espaço de informação, já não se depende mais apenas dos meios “tradicionais”, como: Os rádios, revistas, jornais e televisões a internet oferece uma diversidade nos conteúdos e também uma rápida aproximação com público.

Por fim examinarei o campo digital, como mais uma alternativa aos meios tradicionais e quais os comportamentos midiáticos das matérias ali transmitidas.

O rádio, no entanto, está há mais de 90 anos no ramo da comunicação no Brasil, e já carrega uma história marcada por inovações, afetando a vida da população brasileira desde o século passado. E por isso vemos muitos desdobramentos de evoluções no meio radiofônico, principalmente no meio jornalístico.

3 RÁDIOJORNALISMO

Em 28 de agosto de 1941 o rádiojornalismo brasileiro dava os seus primeiros passos, o mais famoso noticiário dos últimos anos o “Repórter Esso” estreava, e estreia no ar no Rio de Janeiro, o primeiro jornal falado do Brasil.

As suas primeiras transmissões eram especializadas em divulgar notícias sobre as evoluções que se davam nas guerras travadas pelos Estados Unidos em todo mundo, e o programa era patrocinado por uma empresa Norte Americana chamada: “Standard Oil Company of Brazil”.

O primeiro locutor do Repórter Esso foi Heron Domingues, que apresentou o programa por 18 anos como âncora, e ficou famoso pela sua voz marcante que soava no rádio e pelos seus slogans “Repórter Esso a testemunha ocular da história” e “Repórter Esso, o primeiro a dar as últimas.” (KLÖCKNER, 2001).

Algum tempo depois estreava também um novo programa “Página Feminina” apresentada por uma mulher chamada Maria do Carmo Almeida (A Capitu) ela apresentava um brilhante jornal de segunda a sexta-feira às 13 horas na rádio bandeirantes. (SACONI, 2011).

O Rádiojornalismo nacional foi crescendo e de um tempo para cá, é considerado uma grande prática profissional do jornalismo, os rádios jornais são programas que podem durar segundos como também podem durar horas, divulgando e cobrindo notícias ou eventos. Como: Policiais, culturais, esportivos, econômica e política.

Os programas são variados com locuções, sons e notícias diretas, feita muitas vezes por repórteres nas ruas ou âncoras dentro da cabine de rádio, regularmente o jornal radiofônico tem seus horários fixos e apresentados diariamente dentro da programação diária da emissora, e raramente pode acontecer de ocorrer plantões, que são breves comunicados urgentes que podem aparecer fora do rádio jornal. (SARAMELLO, 2008).

No rádiojornalismo brasileiro pode existir divisões, de forma que seja um modelo de orientação, para que a informação seja transmitida claramente e

dinâmica, para que o ouvinte se sinta mais próximo, nem sempre é uma regra ou exigências para que seja aplicado.

Assim como todo jornal, no rádio não é diferente, as principais notícias são as que abrem o jornal, como manchetes que anunciaram os principais fatos da semana ou do dia. “O rádio é apenas um dos meios pelo qual a notícia se propaga, por isso o jornalismo é mais importante do que qualquer outro meio” (BARBEIRO, 2003 p.13).

O ráiodifusão no Brasil, cada vez mais está evoluindo e não deixou de ser relevante para a sociedade, hoje as rádios mantem seus antigos modelos tradicionais, mas também partiram para a web. A rádio Totem foi a primeira rádio comercial a ser transmitida em tempo real via web, teve início em 1998, inspirado nos moldes da rádio Klif no Texas, EUA. (JAVORSKI, 2017).

Segundo Elaine Javorski, afirma que em 2007 já havia 346 estações de rádio sendo transmitidas pela internet. “De acordo com levantamento Kischinhevsky (2009), e 1.623 rádios AM e FM que poderiam ser ouvidas pela internet ou de forma analógica. Em 2017 o site < rádio.com.br > registrou 12 mil emissoras de rádio na web.” (JAVORSKI, 2017, p. 210).

O Início do rádiojornalismo no Brasil consiste nas primeiras notícias faladas, claro que logo no começo alguns jornalistas ainda não tinham experiência e estavam poucos preparados para as mudanças repentinas. Por isso logo no começo os radialistas faziam leituras dos textos publicados nos jornais e não adaptavam as notícias, liam como era escrito.

O uso da expressão “jornal falado” é mais do que um contraponto do rádio ao “jornal escrito”, é a própria contradição. Não se buscava um novo formato, adaptado para o rádio jornalismo. Apenas lia-se em voz alta a notícia publicada no jornal impresso. (JUNG, 2004 p. 34).

As dificuldades financeiras eram presentes nas rádios clube do país, mesmo assim nos anos 20 as rádios foram se espalhando pelo Brasil, e o rádiojornalismo se

tornava um grande transmissor da informação, pois aproveitava materiais usados por jornais, revistas e outros meios de comunicação para divulgar as suas notas.

Em 1940 os modelos norte-americanos foram chegando ao país e o programa “Repórter Esso” principal rádiojornalismo da época era responsável em passar os comunicados. A produção e orientação para esse jornal eram devidas padrões americanos.

Ainda nessa mesma década se destacavam outras emissoras e outros grandes rádios jornais, como: O Matutino Tupi, criado entre 1941 e 1946 e transmitido pela Rádio Tupi em São Paulo⁴.

Esses jornais falados como “Repórter Esso e Matutino Tupi” buscavam uma preocupação quanto a linguagem específica e falada na rádio, procurando atender características no meio radiofônico e elaborar notícia que não fossem iguais ao jornalismo impresso. (BETTI, 2008).

Segundo Marcelo Parada 2006 o rádiojornalismo obedece alguns padrões, desde manhã cedo até o fim do dia, o trabalho jornalístico é praticamente 24 horas, os repórteres da manhã já devem ter em mãos todas as notícias quentes e levarem ao ouvinte as últimas e mais importantes informações apuradas.

“Ao longo do tempo tentei harmonizar os esforços de reportagem entre os fatos obrigatórios do dia e a concentração de energia em assuntos exclusivamente da rádio” (PAREDA, 2006 p. 94).

O jornalismo no rádio também concentra seu horário nobre, pois ao longo do dia existe um momento em que mais pessoas estão ouvindo a rádio pois querem saber das novidades passadas, das novidades futuras, e principalmente o que acontece momentaneamente.

As pesquisas indicam que a maior audiência do rádio concentra-se entre 5h e 10h. Hábito fácil de explicar. As pessoas acordam e querem ouvir a hora certa, a previsão do tempo, as notícias mais importantes e as informações sobre o trânsito. Neste horário a rádio dedicada ao jornalismo mobiliza seus recursos para produzir seu melhores programas e jornais. É considerado o horário nobre. (PAREDA, 2006 p. 97).

⁴ História do Rádio no Brasil, Magaly Prado 2012

O rádiojornalismo carrega suas características específicas, ele atende diversos públicos, classes e faixas etárias. Por meio dessas particularidades ele demonstra novos jeitos de fazer jornalismo, principalmente de forma rápida através de boletins e notas, ainda dentro do rádiojornalismo pode-se contar com comentários ao vivo e normalmente acontece interações com o ouvinte por telefonemas ou mensagens de voz via celular.

O rádio jornal por sua vez, pode ser muitas vezes tratado como um jornalismo informal, aonde duas ou mais pessoas conversam entre elas as notícias dadas, fazem seus comentários e dão suas opiniões.

A apresentação desses rádiojornais também é bem diferente. Eles podem ser menos formais e podem ser apresentados por duas pessoas, em forma de diálogo. Algumas vezes chegam a se transformar em uma conversa entre dois locutores. Os rádiojornais podem, ainda, ter comentaristas ou especialistas convidados para dar opiniões ou notícias sobre trânsito ou mercado financeiro. (CHANTLER; HARRIS, 1998 p. 162).

No início do rádiojornalismo, ele não tinha a mesma credibilidade do jornal impresso, porém hoje já está muito à frente de outros meios de comunicação no quesito credibilidade, pois ao longo do tempo ganhou esse potencial de comunicar.

No radiojornalismo, o jornalista tem seus deveres a se cumprir, assim como em qualquer outra emissora jornalística, dentro do jornalismo radiofônico deve sempre manter-se os compromissos essenciais, principalmente na coleta de dados que será transmitida ao ouvinte e comentários de acontecimentos surgidos ao longo das programações.

Respeitar sempre a verdade, defender a liberdade da informação, somente anunciar notícias cujas as fontes e origens sejam conhecidas ou confiáveis, comprometer-se a respeitar a vida privada seja ela qual for, entre outras. (BARBEIRO, 2003).

O tempo para o rádiojornalismo também é de grande importância, pois é necessário que exista um tempo determinado, com objetivo da informação ser coletada corretamente, ou dada ao ouvinte perfeitamente, sem erros, para que fique

claro o que está sendo abordado. O nome jornalismo tem uma relação muito forte com a palavra tempo, em português: Jornal, que vem de jornada, que no latim significa “Diurnalis”.⁵

3.1 INFORMAÇÃO NO RÁDIO

Segundo Ortriwano o objetivo da informação como mensagem é levar ao ouvinte as novidades atuais que ocorrem no mundo. As informações carregam basicamente cinco níveis, pois estes níveis são o que sustentam a eficácia da mensagem e fundamentam o conteúdo.

O primeiro nível é aquele que cria a informação pura, composta exclusivamente por notícia, o segundo nível é constituído pelas principais notícias, que promove conhecimentos notáveis e também devem trazer um contexto histórico. Já o terceiro nível avalia outro gênero informativo, quais as técnicas que são propriamente usadas para informar. Enquanto que o quarto nível procura tratar a informação com mais profundidade, e mais tempo de seleção para que seja avaliado o valor da notícia. Por último o quinto nível é para que seja integrado outros assuntos, que não sejam propriamente jornalísticos, programações que são diferentes e intercalam as informações.

“Os cinco níveis são importantes para que o ouvinte possa acompanhar os acontecimentos. O imediatismo na transmissão é fundamental para atender aos objetivos do rádio“. (ORTRIWANO, 1985 p. 95).

O jornalismo na internet tem avançado cada vez mais, e por isso no próximo capítulo iremos entender um pouco como ele começou a gerar interesses comunicacionais, quais as suas estratégias, o que ele mais produz, e como foi o início nesse novo formato para o jornalismo, saindo dos principais meios e encontrando outros tipos de comunicação de massa.

⁵ (BUENO 1986)

4 JORNALISMO NA INTERNET

Uma breve contextualização histórica, indica que a informação digital se deu início no EUA, no início dos anos de 70 ainda no século XX, nesta época a produção jornalística para web estava apenas sendo considerada um serviço para uma divisão coletiva, fornecido diretamente por empresas como a América On-line. (MOHERDAUI, 2007).

Segundo Luciana Moherdaui 2007 em seu livro “Guia de estilo Web”, o primeiro jornal de grande porte oferecer “serviços on-line” foi o The New York Times, no final dos anos de 1980 e chamava-se “New York Information Bank”.

O jornal mais famoso dos Estados Unidos disponibilizava notícias, textos, fotos, resumos e resenhas das suas edições diárias para os assinantes que tinham computador. Logo depois do The New York Times a “Nova Mídia” foi distribuída por vários outros jornais como o Jornal de Ohio que cedia seus conteúdos editoriais online, sua política empresarial era cobrar pela atividade, e o assinante que tivesse computador poderia escolher a notícia que desejaria ler.

Isso foi crescendo até que a internet difundiu, e os próprios jornais tiveram que adotar outras medidas comunicacionais.

Enquanto aqui no Brasil a primeira empresa jornalística a fornecer conteúdo na internet foi o grupo “O Estado de S. Paulo” em fevereiro de 1995 e tinha como endereço o link (<http://www.ageestado.com.br>), a também quem diga que meses antes o jornal do comércio, de Recife já distribuía conteúdos por meio da internet, talvez um pouco diferente das notícias do grupo Estado. (GONÇALVES, 1996 p. 4).

O jornalismo digital no Brasil começou a propagar, e isso se dava muito a influências norte-americana, pois alguns jornais no Brasil eram bem parecidos com os jornais de 1995 no EUA. Até então nenhum jornal tinha feito uma cobertura online, foi quando em 28 de maio de 1995 o “Jornal do Brasil foi o primeiro a realizar todo procedimento em espaço digital. (MOHERDAUI, 2007)

Após esse alastramento on-line vários jornais foram caminhando para a rede digital, como: A Folha de S. Paulo, O Globo, o Estado de Minas, Zero Hora, Diário do Nordeste e o Diário de Pernambuco.

Mas de acordo com Moherdauim, foi em 1996 que o Universo On-line lançou o primeiro Jornal em tempo real, o “O Brasil On-line” que adquiria informações de agências de notícias e produzia matérias em suas redações, como texto, fotos, animações, gráficos, etc. O jornal oferecia um material jornalístico que complementava as reportagens na web.

Hoje o “Brasil On-line” chama-se “Folha on-line”, mas continua com o mesmo link (<http://www.uou.com.br>). Esse jornal folha on-line carrega o título de um dos primeiros jornais a modernizar a cobertura dos noticiários via web. (MOHERDAUI, 2007).

O jornalismo na internet carrega algumas mudanças no jornalismo da última década e essa nova plataforma deu denominados nomes ao jornalismo na web como: Jornalismo digital, jornalismo on-line, jornalismo na rede, jornalismo em tempo real e ciberjornalismo. (PRADO, 2011)

Mesmo com todas essas inovações, a explosão do jornalismo na web ocorreu nos anos 2000, depois que sucedeu a batalha de Kosovo em 1999, e deixou milhares de mortos e feridos, o jornalismo brasileiro na web encontrou um grande papel nesse conflito, naquele ano o jornal Universo On-line informou algumas histórias impressionantes de pessoas que estavam nas áreas de maior conflito.

O desenvolvimento da internet proporcionou novas vias ao rádiojornalismo, no momento com ela mais eficiente pode-se considerar um novo meio de comunicação para a área jornalística, sem muito controle estatal proporcionou-se um amplo espaço para os meios de comunicação tanto pessoal quanto empresarial. (BARBEIRO, 2003).

Isso potencializou a interatividade do ouvinte via internet, agora os jornais trabalham abertamente com o público e ao lado o microfone, a internet também impulsionou o jornalismo em rede, facilitando a troca de reportagens via emissoras afiliadas, diminuindo os custos de envio e preservando os áudios.

Heródoto em seu livro “Manual de Rádiojornalismo” 2003, já previa a força da internet nos estúdios de rádio em que as suas programações seriam contidas e configuradas nos computadores. “A internet não acabará com o rádio. A internet não concorre com o rádio, é a salvação deste”. (BARBEIRO, 2003 p.45)

O jornalismo na internet recentemente cresceu, e começou a ser um novo tipo de negócio para o mercado da comunicação, pois a rede expandiu e deu início a novos comércios midiáticos e a exploração da notícia.

Com a rápida expansão da tecnologia, as informações se tornaram fáceis para acessá-las. O desenvolvimento social em grandes empresas e para pessoas tornou-se comum, pois com várias criações de plataformas digitais, ficou mais simples lidar com seus objetivos.

A internet ainda não é o principal meio de comunicação, porém desde que começou a popularizar-se, ela vem disputando espaço com outros tradicionais meios de comunicação e tradicionais meios jornalísticos.

A velocidade de disseminação da internetem todo mundo deve transformá-la efetivamente na decantada superentrada da informação. Oferecendo notícias, entretenimento, serviços e negócios, a rede mundial é um novo meio de comunicação que rivaliza com televisão, o jornal e outros veículos de troca e difusão da informação. (PINHO, 2003 p. 49).

A escrita para um jornalismo na internet deve contribuir para a sociedade, assim como qualquer outro veículo comunicativo. Ser direto no que pretendem transmitir, e ser relevante ao seu público.

Manchetes, chamadas atraentes, textos curtos e alguns subtítulos isso ajuda o leitor a entender brevemente do que se trata a notícia, e abusar dos conteúdos midiáticos como: Vídeos, fotos e áudios, fazendo com que a informação não seja cansativa aos olhos do leitor.

Interagir com a massa é uma maneira de aproximação, deixando perguntas, enquetes, e abrir ao público comentários, isso faz com que a audiência do jornal online seja mais interativa. (WARD, 2007).

Segundo Pinho 2003 a internet é uma ferramenta de comunicação bastante distinta dos meios comunicativos tradicionais, as suas interações, custos,

qualificações, atualizações, e acessibilidade são mais ativas ao receptor, facilitando a interatividade com as notícias postadas na web.

Diversas atividades na internet oferecem amplos recursos técnicos e um novo suporte para internautas, podendo assim ser mais conectados com a rede de informação.

A Inteligência Coletiva desenvolveu-se à medida que a linguagem evoluiu. A disseminação do conhecimento acompanhou a difusão das ideias através dos discursos, da escrita e da imprensa ("quanto mais os meios de comunicação se aperfeiçoam, mais ganha a inteligência coletiva"). Hoje, a era é diferente. É inédita. O mundo das ideias é o ciberespaço, que permite a interconexão e, portanto, a ubiquidade. (LÉVY, 2003, p. 70).

O jornalismo está mudando, isso é um fato, por isso os jornalistas precisam sempre ficar atentos as transformações que estão ocorrendo. Isso pode ser uma dificuldade para os jornalistas mais antigos, pois migrarem para o digital e deixar o tradicional um pouco de lado são um tanto difíceis.

O século XXI revolucionou os movimentos digitais, e isso ocasionou grandes e fortes impactos. Pela primeira vez na história o "escrito" deixou de ser impresso e o falado deixou de ser em rádios.

O futuro digital ainda está num processo de credibilidade, nem tudo que é notícia pode ser verdade, a informação compartilhada ainda deixa muitas dúvidas ao público.

O jornalismo na internet não vem com a intenção de acabar com o impresso, radiofônico ou televisivo, ele chega com a intenção de facilitar o processo de comunicação, e agregar na mídia comunicacional.

Em todos os contextos, este novo processo apenas está iniciando-se, suas formas inovadoras e o trabalho com fatos reais está sendo sintonizada com novos tempos.

Com suas infinitas fronteiras, a internet promove um novo olhar do público e deixa de ser limitado, ao rádio, impresso ou TV, e sim, o público busca outras fontes de informações e não ficar mais travado na mesma empresa e nas mesmas notícias.

Com o uso mais frequente da internet, o jornalismo globalizou no campo digital e se tornou mais fácil o seu uso, trouxe uma democratização ao uso das emissoras de rádio na rede, ela também originou um universo de oportunidades aos jornalistas, pois com a sua tecnologia avançada o jornalista tende a levar a notícia mais qualificada ao ouvinte.

O rádio na internet proporcionou a expansão do sinal, fazendo com que o ouvinte pudesse ouvir rádio em qualquer lugar via web, e cada vez mais as ondas radiofônicas foram ampliadas. Um exemplo claro de expansão foi quando os aparelhos celulares começaram a adquirir sinais de rádio, e puderam transmitir programas ao vivo, aos seus ouvintes, facilitando a vida das pessoas que gostavam de ouvir rádio.

A partir disso, que o internauta começou a participar dos programas e principalmente do rádiojornalismo. Assim que o indivíduo observava algo diferente no seu cotidiano poderia participar, ligando e contando o que viu para o programa de rádio, deste modo nasceu o ouvinte internauta, hoje muito frequente na internet.

“O rádio na internet substituirá o velho esquema “eu falo e você me escuta” pelo diálogo com o público-alvo, no qual a cumplicidade é a busca do interesse comum”. (BARBEIRO, 2003 p 47).

O jornalismo on-line, segundo Mike Ward 2007 é resumido em 4 etapas, ou também pode ser considerado em 2 partes, a primeira são as tradicionais pesquisas e reportagens, o que é feito como qualquer jornalista, a segunda, no entanto é a construção e publicação dessas obras, isso na verdade se torna a simples divulgação.

O que torna o jornalismo on-line diferenciado é as técnicas jornalísticas, as quais carregam qualidades do jornalismo realizado, e a ampla vantagem de extrair informação.

O jornalismo On-line oferece muitas alternativas no espaço em que está inserido, pois é com muita facilidade que se encontra diversas opções de conteúdo. O que difere essas variedades de informação são: As fontes, os dados, a velocidade, a absorção de conteúdo, acesso aos debates mais aprofundados de um determinado assunto, e pôr fim a interação do público com os jornalistas, pois podem pedir

informações. “A web é a interface que permite pessoas trocarem dados, textos, fotos, gráfico, sons, e vídeos por meio da internet“. (WARD, MIKE 2007, p10).

Nos veículos on-line, a forma de comunicar erros é mais veloz. Os leitores têm à sua disposição um canal direto para falar com as redações, e as respostas, em alguns meios, ocorrem automaticamente, seja pelo repórter ou por uma pessoa designada apenas para atender essas dúvidas. Em grandes portais, chegam centenas de e-mails diariamente, e o mais correto é que todos sejam respondidos prontamente, mas, muitas vezes é necessário investigar se a reclamação representa mesmo um erro de informação. Se sim alguns sites corrigem a falha apontada e publicam uma errata. Qualquer um pode errar, mas é fundamental corrigir e publicar uma nota avisando sobre a correção e notificar o leitor sobre o ocorrido. Só assim ele pode ter acesso à informação correto. (Prado, 2011 p. 71).

A web é o caminho para alguns atuais jornalistas e esses profissionais precisam estar se acostumando a não somente buscar e reunir atualizações, mas precisam estar ligados ao longo do dia para corrigir erros de algumas matérias. Por isso a web está com um amplo espaço para o jornalismo, principalmente dentro de sites.

5 WEBSITES

Segundo Raquel Recuero 2009, os sites em redes sociais são espaços utilizados para a expressão das redes sociais na internet. Os sites que estão ligados à rede, conseguem, no entanto, trazer um diferencial, um espaço que um certo grupo utiliza em prol de sua empresa.

A grande diferença entre sites de redes sociais e outras formas de comunicação mediada pelo computador é o modo como permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço off-line. (RECUERO, 2009 p.102).

Recuero continua dizendo em seu livro “Redes Sociais na Internet” que os sites na rede carregam duas definições a apropriação e a estrutura, cuja a característica uma das outras são próximas. Por mais que muitas vezes existam sites que carregam interações como seu principal suporte os sites por si não são redes sociais.

Os “sites de redes sociais” praticamente são aqueles que carregam um sistema focado em expor e publicar as redes sociais de autores que formam opinião e constroem determinados pensamentos.

Um dos pontos mais relevantes dentro de um estudo sobre sites é qual o valor que eles expõem e quais os padrões construídos dentro dos seus ambientes.

A conexão com a mídia e os sites direcionados são capazes de alcançar muitas pessoas, além dessa vantagem digital, a rede evita um desgaste na corrida pela informação, assim que é dada a notícia, imediatamente o público já consegue ter um acesso fácil, simplificando a busca e dando a oportunidade de o internauta ir direto ao ponto. Diferente de outras plataformas, que o público deve esperar o horário definido para ver a reportagem sobre o assunto específico.

A internet está se tornando cada vez mais amigável para o usuário comum. A chamada “Tecnologia Push” torna mais simples a procura por informação, evitando etapas complexas que frustram os usuários nos anos iniciais da rede”. (DIZARD, 2000 p. 27).

Segundo PINHO 2003, os sites passaram por 3 gerações, caracterizando o relacionamento com o design dos websites, e as suas apropriações.

Logo na primeira geração os sites da web privilegiavam mais os conteúdos do que em si as formas. A origem desses sites era de total responsabilidade do criador que apenas tinha como intuito compartilhar ideias com outros colegas.

No entanto a segunda geração desses sites na web, Pinho comenta que os sites deram inícios a utilização de ícones, imagens, tabelas, gráficos. E o que era considerado bom, era a grande quantidade de truques técnicos.

Já a terceira geração, ela é lembrada mais pelo seu design do que pelos seus recursos técnicos, sem desmerecer o conteúdo, pois nessa geração o conteúdo volta a dar forma para o site, então a preocupação está tanto na notícia e sua finalidade, quanto na beleza e estética. Tudo isso envolve um belo layout bem produzido, a regularidade das cores, os tipos de fontes, e usos adequados de gráficos.

O site ao chegar a terceira geração, passou por muitas estratégias comerciais e muitas pesquisas envolvendo o público para que os agradasse, facilitasse a leitura e atraísse o internauta, o principal consumidor do produto.

“O site de terceira geração é resultado de um trabalho árduo e minucioso. A sua criação, prescreve Barreto (1999), exige a dedicação de uma equipe que precisa trabalhar unida para fazer cada página ser bonita e o site como um todo funcionar, proporcionando uma boa e agradável experiência para o usuário”. (PINHO, 2003 p.167)

5.1 SITES NAS REDES SOCIAIS

Segundo Raquel Recuero (2009), o estudo das redes sociais, entretanto não é novo. O estudo da sociedade a partir do conceito de rede representa um dos focos de mudanças, que permeia a ciência durante o século XX.

As redes sociais são consideradas como um conjunto de dois elementos: Pessoas, instituições ou grupos e o segundo são as conexões, interações ou laços sociais. “As tecnologias digitais ocupam um papel central nas profundas mudanças experimentadas em todos os aspectos da vida social” (RECUERO, 2009).

Com a popularização dessas redes sociais, cada vez mais fáceis de usar, o relacionamento interpessoal foi expandido para outros públicos. As empresas, ao tentar incorporá-las em suas estratégias, deparam com um novo desafio, o de superar sua própria estrutura, muitas vezes incompatível com a das redes, que não foram desenvolvidas para a inserção de perfis organizacionais. Para isso, recomenda-se aprofundarse nas arquiteturas técnicas e sociais das redes empregadas, fazendo que o trabalho na web amplie a participação dos públicos, caracterizando uma nova economia cultural. (VIRGILI, 2016 n.p).

O site em redes sociais tem atingindo o mercado da comunicação em uma cultura contemporânea, o compartilhamento traz a sociabilidade entre os internautas, assim a circulação da informação torna-se mais atrativa.

Podemos entender que a internet e o comercio social se tornaram novos espaços de comunicação, tratando a rede como uma forma de produzir material para uma massa coletiva e adquirindo um capital na publicidade⁶.

Os sites nas redes sociais se tornaram um novo espaço, pois suas vantagens começaram a alcançar objetivos traçados por empresas ou instituições, isso tornou-se novos nichos para que as notícias, e a socialização pudessem ter respostas.

Cada empresa adaptou-se com um novo sistema e estabeleceu suas regras, objetivos e características a se trabalhar. “Por exemplo, cada novo sistema de comunicação e de transporte modifica as proximidades práticas, isso é o espaço pertinente para as comunidades humanas”. (LEVY, 1995).

As ferramentas proporcionadas pelas redes sociais, puderam fazer com que as pessoas se relacionassem uma com as outras, e deixassem fluir a interação, assim de formas privadas, quanto constitucionais.

O ambiente social é propício para a divagação da notícia e trocas de informações, os valores construídos nessas redes são essenciais para darem relevâncias as suas influências, e a buscar um capital social. “O que é diferencial nos sites de redes sociais é que eles são capazes de construir e facilitar a emergência

⁶ (RAQUEL RECUERO 2009)

de tipos de capital social que não são facilmente acessíveis aos atores sociais no espaço off-line”. (RECUERO, 2009 p. 107).

O aumento da visibilidade se tornou um ponto alvo aos sites, pois a visão do usuário associa-se com o capital social. Segundo J. B. Pinho, muitas revistas e jornais exploram o endereço eletrônico para criar uma relação diferenciada no recebimento de sugestões, críticas e comentários de seus leitores ou na divulgação de uma promoção exclusiva, de um projeto especial ou mesmo de um resumo sobre o que o assinante encontrará no dia seguinte no seu jornal.

Os sites de redes sociais permitem aos atores sociais estar mais conectados. Isso significa que há um aumento da visibilidade social desses nós”. “Aumentar a visibilidade social de um nó tem efeitos não apenas na complexidade da rede, mas, igualmente, no capital social obtido pelo ator. (RECUERO, 2009 p 108 e 109).

As interações na rede social podem surgir através de grupos e também informações comunicadas por outros meios, as redes sociais são construídas mediante aos dados que são gerados por comunidades, empresas ou instituições específicas.

O estudo das redes sociais na Internet foca, portanto, o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informações e trocas sociais que impactam essas estruturas. (RECUERO, 2006 p 26).

As redes sociais no âmbito jornalístico são primordiais na divulgação da notícia, as redes podem relacionar-se com o meio comunicativo. Podemos analisar três relações no meio digital com jornalismo, as redes sociais servem como reflexão das notícias, um espaço aberto para esse conceito, também está relacionado com as produções da notícia, produzir no meio digital é o que mais acontece nos tempos de hoje, e por fim as redes servem como filtros de informação, pois com uma rede ampla podemos pesquisar em mais de uma fonte.

O que é primordial nos sites e nas redes sociais na internet, são suas páginas principais, isso tem uma grande importância para trazer o público-alvo, é o ponto de entrada para que os usuários entrem e naveguem nas notícias.

Torna-se um elemento de grande importância dentro de um site, pois a sua Home Page (Página principal) tem a função de atrair o interesse do internauta, como a página principal é primeira visão do site, ela deve ser padronizada e sem muitos elementos textuais, pois assim faz com que o público canse, ela deve conter links, e ser o ponto de partida para outro viés noticioso, o jornal digital deve ter uma identidade visual que promova o internauta a manter-se nela. (PINHO 2003).

5.2 RADIOJORNALISMO NA WEB

Após o surgimento do mp3 e a facilidade de publicações de áudio o rádiojornalismo criou diversas habilidades na internet. O podcasting foi uma maneira bem articulada de programar gravações e edições de programas ou reportagens online, também foi usado para que os ouvintes pudessem baixar conteúdo, e escutassem na hora que almejassem e aonde fosse mais conveniente.

Em qualquer lugar o produto produzido poderia ser ouvido, facilitando o receptor, pois os podcasting poderiam ficar dentro do site, e não necessariamente um programa ao vivo com hora marcada, e ficaria a disposição de quem desejasse ouvir ou baixar.

O podcasting, além de facilitar a vida do ouvinte, beneficiou o rádiojornalismo e deu mais praticidade ao assunto em pauta, pois qualquer gravador auxiliário a vida do jornalista.

Um podcasting jornalístico também deve se limitar ao tempo cronometrado, muitas vezes um assunto com muito tempo de duração pode se tornar desgastante ao destinatário, por isso os minutos do produto devem ser controlado.

Muitas rádios acabaram deixando seus programas serem transmitidos ao vivo, na integra dentro dos seus sites, no formato podcasting para que o público, escutasse assim que desejasse.

A prática de podcasting colabora para a diversificação da produção radiofônica no mundo, já que elege uma maneira de se produzir algo exclusivo, e hipersegmentado atendendo quem se interessa por temas específicos ou diferentes gêneros e estilos de música. (PRADO, 2011 p 129).

O rádiojornalismo na web, se tornou um canal interativo, aonde pode-se encontrar soluções para dúvidas com bases em informações geradas, e que também englobasse interesses pessoais, formando muitas vezes um relacionamento social entre ouvintes internautas e radialistas nos quais são os produtores de notícias.

Com base na crescente importância da estrutura da internet, o rádio se tornou uma existência positiva na democratização da opinião, tais como as pessoas podem participar do conhecimento gerado pelo rádiojornalismo, pois os sites das rádios muitas vezes oferecem ferramentas para tais ações.

Depois de quase 100 anos de existência do veículo, pela primeira vez na história a partir deste século, o ouvinte de rádio vislumbra a possibilidade de ser radialista de sua própria rádio, produzir os próprios conteúdo ou propor espaços para discussão. (PRADO, 2011 p 131)

Através dos seus sites oficiais, o rádiojornalismo na web oferece matérias e programas que ficam disponíveis na rede, pois existem servidores que armazenam essas programações. Pessoas de qualquer lugar do mundo podem ter acesso ao conteúdo armazenado, isso movimenta o disparo dos produtos construídos, pois o usuário dessa tecnologia pode baixar e ouvir em seus computadores ou celulares, tanto off-line quanto on-line e depois desse primeiro processo, podem facilmente compartilhar com outras pessoas e em outras redes sociais.

Mas muitas das rádios que trabalhavam com o jornalismo, não foram felizes em suas transições para web, pois usaram a web rádio como usavam a rádio no analógico. E muitas vezes o público estava procurando na web um conteúdo diferente do tradicional, pois queriam fugir das mesmices do dia-a-dia, das rádios convencionais. (PRADO, 2011).

A CBN foi uma dessas rádios que migraram para internet, e no próximo capítulo iremos conhecer um pouco mais da história da CBN, como ela surgiu, de que maneira começou o rádiojornalismo tendo como base um perfil apenas noticioso, logo depois espalhou-se pelo Brasil e chegou a Curitiba, e iremos entender como ela migrou para web.

6 CBN

A CBN (Central Brasileira de Notícias) chegou ao Brasil na cidade de São Paulo, em 1º de outubro de 1991, na frequência 90,5 FM, seu slogan era “A rádio que toca notícia” nessa época não existia uma emissora que destinava todo seu tempo a informação. A rádio tem quatro emissoras próprias, em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, e em Belo Horizonte. Quando foi criada a emissora no país, a rádio CBN foi a pioneira no quesito notícia 24 horas, pois era a única que tinha um viés totalmente jornalístico, foi assim que ganhou o seu tradicional slogan. (PRADO, 2012)

A emissora que estreou tocando notícia, só notícia, sem prejuízo de suas vinhetas inconfundíveis, transformou o núcleo do que aprendemos a chamar de espaço público brasileiro. Ou se fica melhor assim, reequilibrou o espaço público, reabilitou a palavra falada no reino da imagem ao vivo. (BUCCI 2011 p. 12).

Atualmente a CBN possui quatro emissoras próprias, e cerca de 25 filiais em cidades espalhadas pelo Brasil, a CBN sempre teve seus conceitos jornalísticos e trata os fatos como devem ser tratados, trabalha também com análises, críticas e pluralidade de opiniões⁷.

A rádio hoje faz parte do Grupo Globo de Comunicação, lidera no seguimento all news, na maioria das cidades em que está localizada, além de transmitir notícias 24 horas, e também faz coberturas esportivas. A emissora concentra cerca de 200 funcionários, entre jornalistas, repórteres, editores, âncoras e comentaristas. A CBN está um tanto quanto ligada ao jornalista Heródoto Barbeiro, pois foi ele um dos criadores do projeto, que levou a rádio ter um caráter totalmente noticioso, na década de 1980 o Grupo Globo decidiu investir em uma rádiojornalismo na cidade de São Paulo. (PRADO, 2012)

⁷ (PRADO, MAGALY 2012)

Barbeiro entusiasmado com o novo segmento produziu o primeiro projeto da CBN, que aos poucos foi se modificando pela equipe, Heródoto já tinha tido experiências em outras rádios e foi convidado a participar da ideia que vinha surgindo. Segundo o Jornalista, ele começou a trabalhar na CBN muito antes dela existir.

A equipe que idealizou a CBN, classificou uma nova frequência de público ouvintes, das classes A e B, acima de 30 anos e economicamente ativos, diferentemente de outras rádios que tinham um público eclético que ia da classe A até a E. (PRADO, 2012).

Em 1995 a CBN além de expandir para outras regiões, e em novembro do mesmo ano, inovou, partindo para frequência FM, sendo este motivo, de mais uma vez sair na frente das outras rádios, foi a primeira emissora brasileira a reproduzir notícia na frequência 90,5, na cidade de São Paulo.

A primeira emissora a fazer jornalismo em rádio FM, foi a CBN na metade da década de 1990. A transmissão experimental ganhou público e a confiança dos anunciantes. A estação do Sistema Globo de Rádio, fora do ar há meses, encontrou nova função. Na época, uma novidade. A mesma programação jornalística AM era transmitida em frequência modulada, dividindo a sintonia do rádio com emissoras dedicadas a música. (JUNG, MILTON 2004 p. 46).

Em 1995 a CBN se instalou na cidade de Curitiba, e é uma das principais rádios em carregar o jornalismo paranaense. A emissora CBN foi implantada na capital paranaense pelo Grupo Inepar, mas a partir de 2004 passou a pertencer ao Grupo J. Malucelli. A programação da rádio entrou no ar dia 5 de maio operando em duas frequências 550 AM e 90.1 FM, o grupo responsável fechou acordo com o sistema Globo Rádio para que se pudessem transmitir programações diferenciadas na região de Curitiba e na área metropolitana⁸.

A Rádio CBN foi uma das pioneiras no Paraná a ser totalmente jornalística e no ramo FM, ela inovou, sendo uma rádio criadora de formas ágeis aos ouvintes,

⁸ <https://cbncuritiba.com/a-radio-cbn-curitiba/>

também adaptou suas pautas ao público da capital, com jornalismo imparcial, analítico e sempre à frente.

A equipe da rádio CBN era formada por 15 funcionários, 3 jornalistas, além de alguns técnicos. Ela propôs aos seus empregados um salário que iria ser acima do piso da época, por isso conquistou profissionais que se interessariam pela CBN, e optaram por trabalhar em outro meio de comunicação no caso a rádio⁹.

O lançamento da rádio CBN/Curitiba, foi de um modo diferente e chamativo, pois a empresa contratou um grupo de publicitários que lançariam a marca através de jornais e revistas para sociedade curitibana divulgaram o tradicional slogan “a rádio que toca notícia”, e assim foi transmitido por diversos meios.

A chegada da CBN foi um marco para o jornalismo paranaense, no dia da estreia a redação estava tumultuada e os repórteres tiveram que produzir notícias especiais para que fossem ao ar. A programação foi recheada de entrevistas e com convidados especiais, que eram os jornalistas, Heródoto Barbeiro e Amaury Santos, que salvaram a programação no primeiro dia da rádio¹⁰.

Com inexperiência dos jornalistas paranaenses em buscar informações locais, Barbeiro que estava no estúdio e preocupado com a falta de agilidade, sugeriu que fossem dadas notícias nacionais. Michelle Tomé na época a chefe de redação da CBN/Curitiba, teve que movimentar o programa e ela separou materiais nacionais, ficava atenta aos jornais locais, nas televisões e nas Rádios Clube Paranaenses, que tinham alguma experiência jornalística, pois há dois anos já tinha uma equipe habilitada. (QUADROS, 2005).

Em 1996 a CBN enxergava novos caminhos para popularizar a emissora e começou a disponibilizar seus áudios via internet, pois já era um meio que estava chegando ao Brasil, em 2003 foi criado o primeiro portal de rádio com jornalismo e também podcasting, disponibilizando e armazenando todos os tipos de conteúdo como debates, entrevistas e comentários.

⁹ <https://cbncuritiba.com/a-radio-cbn-curitiba/>

¹⁰ <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0202-1.pdf>

Hoje a CBN já tem plataformas em sites na internet, concentrando as notícias regionais e nacionais, e também abriu novas páginas no Facebook, e twitter fazendo com que isso tivesse a interação com seu público.

A internet não acabará com a rádio. A internet não concorre com a rádio; é a salvação deste. O avanço tecnológico não deixa outra saída para o rádio se não a internet, o que proporciona um salto de qualidade tanto em programação como em conteúdo e, com isso pulará a etapa do rádio digital propagado tradicionalmente por transmissor e antena. (BARBEIRO, 2003 p. 45).

Após a evolução da CBN para o meio digital, iremos observar no próximo capítulo o que a rádio CBN/Curitiba tem disponibilizado na internet, em especial no seu site, quais seus focos e conteúdo, numa breve análise realizada ao longo de alguns dias.

7 ANÁLISE

As pesquisas e problemas que formulamos durante o trabalho, serão respondidas através da exploração de conteúdo, que por outro lado, nos conduziu a uma pesquisa com objetivos finais, no meio dessas observações e consultas encontramos vários meios e maneiras de se trabalhar no site da CBN/Curitiba.

A análise de conteúdo também foi construída a partir de muita averiguação do site, os métodos poderiam ser lentos e duraram dias, porém tornaram-se eficaz e trouxeram respostas mais qualificadas para o problema proposto. Dentre outras análises, o que não foge dos padrões para uma boa pesquisa, são as principais etapas do trabalho a serem concluídas.

Você pode utilizar as seguintes expressões quando quiser localizar um recurso específico em uma página web. Pode ainda obter resultados com mais exatidão, quando utilizar campos especiais do mecanismo de pesquisa ou uma pesquisa livre. (DENECA, 2002 p. 62).

O conceito adquirido pela análise de conteúdo buscou analisar documentos informativos que poderiam conter fotos ou temas relacionados ao jornalismo, com isso, pode-se focar em qual é o interesse do site e na credibilidade que a informação é transmitida. “Pode ser difícil julgar a exatidão ou credibilidade de uma informação oferecida na internet”. (DENECA, 2002 p 75).

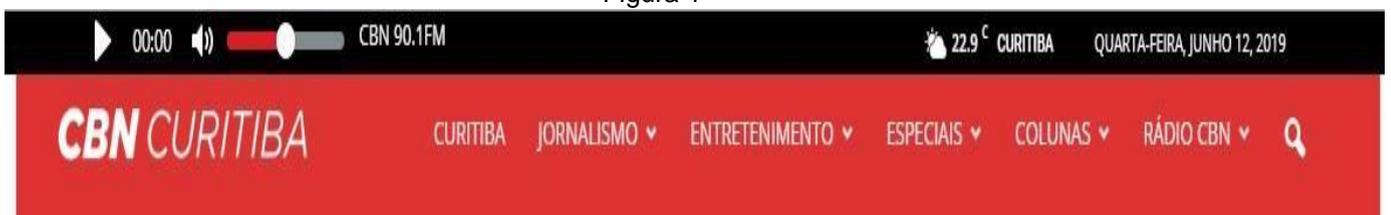
[...] num estudo quantitativo o pesquisador conduz seu trabalho a partir de um plano estabelecido a priori, com hipóteses claramente especificadas e variáveis operacionalmente definidas. Preocupa-se com a medição objetiva e a quantificação dos resultados. Busca a precisão, evitando distorções na etapa de análise e interpretação dos dados, garantindo assim uma margem de segurança em relação às inferências obtidas (GODOY, 1995, p. 58).

Assim que definimos o problema do trabalho, traçamos uma seleção de conteúdo a ser coletada, através desses materiais determinamos: quais seriam os objetivos observados. Essa análise predomina, em métodos de pesquisa em

comunicação de massa, a análise de conteúdo, basicamente ocupa-se com a análise da mensagem. (DUARTE; BARROS, 2009).

O site da CBN/Curitiba foi analisado, entre os dias 20 de maio a 20 de junho, do ano de 2019, separamos em algumas categorias, como: Página inicial, imagens, textos, áudios e colunas jornalísticas, e podemos encontrar nessa observação detalhes aos quais serão explicados ponto a ponto a seguir.

Figura 1



(Fonte:cbncuritiba.com)

Figura 2



Figura 3

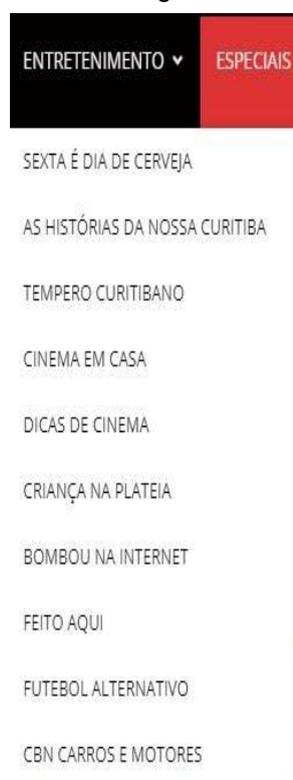


Figura 4

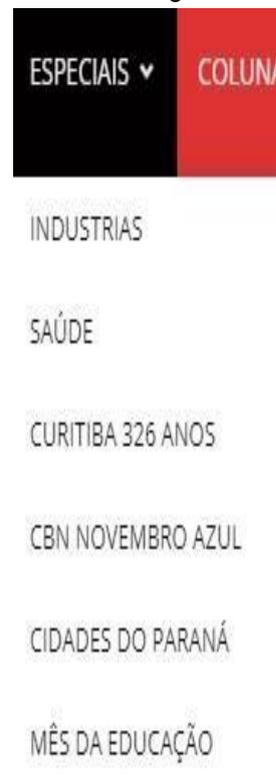


Figura 5



(Fonte:cbncuritiba.com)

Figura 6



(Fonte: cbncuritiba.com)

Da figura 1 a figura 6, podemos analisar o cabeçalho do site CBN/Curitiba, onde o grupo proporciona via web variações de conteúdo ao internauta, como: Jornalismo, entretenimento, matérias especiais, colunas, a rádio CBN ao vivo, o dia, e a temperatura, a CBN também dispõem em seu cabeçalho quem são, o endereço de onde estão localizados, juntamente com uma ação comercial, o qual oferecem o site para publicidade.

Isso faz com que o público que procura algo específico, possa encontrar facilmente aquilo que necessita. O jornalismo no Site da CBN é completamente amplo, abrange diversos assuntos, como: Política, esportes, cidadania, casos policiais, gastronomia, economia, entre outros assuntos.

Nossa próxima observação será relativa as capas e manchetes que a CBN utiliza para atrair a atenção de seu público.

Figura 7



(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 8



(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 9



(Fonte:cbncuritiba.com)

Figura 10



(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 11



(Fonte:cbncuritiba.com)

Figura 12



(Fonte:cbncuritiba.com)

Figura 13



(Fonte: cbncuritiba.com)

Nas imagens acima, entre a figura 7 a figura 13, representam a primeira imagem do site, como realiza suas manchetes, um discurso totalmente voltado para web, com títulos longos, e com mais de uma matéria na capa, as suas chamadas são um tanto quanto diferentes do rádio, pois no rádio os seus títulos são mais curtos.

Juntamente com a foto, a capa retrata as notícias, as manchetes se tornam mais chamativas aos olhos do público, e por isso a CBN usa essa estratégia para chamar o leitor. As imagens na maioria das vezes é o que determina o assunto, através dela conseguimos identificar em partes qual assunto será reportado.

A CBN/Curitiba também divide seu Site em Cadernos e Editoriais, os quais determinam uma logística para um público específico, a página na internet separa conteúdos que agradem determinado conjunto de pessoas juntamente com imagens que chamem a atenção.

Figura 14

CBN POLÍTICA



Partido Novo terá consultoria para recrutar candidatos a prefeito



Assembleia adia para a próxima semana a instalação da CPI da...



Governo deve apresentar até quarta proposta de reajuste

(Fonte: cbncuritiba.com)

ESPORTES

Figura 15

ÚLTIMOS COMENTÁRIOS ▾



(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 16



(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 17

CBN GASTRONOMIA



10º Festival Pão com Bolinho começa em Curitiba



Bares escondidos de Curitiba



Seis lugares para tomar sopa em Curitiba

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 18

CURITIBA

ÚLTIMOS COMENTÁRIOS

Reportagens especiais que apontam os principais problemas da cidade e mostram as possíveis soluções.



(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 19

CBN REDE - BRASIL



Motorista que carregava quatro corpos esquartejados no carro é preso no...



Anvisa começa a votar duas propostas que regulamentam cultivo de maconha...

(Fonte: cbncuritiba.com)



‘Não dá para dizer hoje que o Palmeiras já é campeão...

Figura 20

ESTRADAS



Duas ruas do Batel passam a ter sentido único de circulação

CINEMA



Dicas de Cinema em Fênix Negra

(Fonte: cbncuritiba.com)

CBN EDUCAÇÃO



Educação e Cidadania: As mudanças no código brasileiro de trânsito

Figura 21

CIDADES DO PARANÁ



INTERNET



CRIANÇA



(Fonte: cbncuritiba.com)

Entre às figuras 14 a 21, determinam quais os assuntos a serem abordados, direcionando o leitor às notícias que mais lhe interessam, essas divisões de cadernos e editorias, facilitam o internauta a encontrar especificamente a informação desejada, essa estratégia da CBN é muito parecida com um jornal escrito, onde os assuntos eram separados em editorias.

A CBN/Curitiba procura expor pautas ecléticas, para que o site não apenas seja um veículo especializado em determinado assunto. Procura debater diversos conteúdos, assim informando o público. Comparando com a rádio analógica dificilmente encontramos um programa que aborde apenas uma editoria, um programa jornalístico no rádio, informa vários assuntos, mas apenas os mais importantes, já o site procura trazer conteúdos mais completos sobre cada caderno.

Toda editoria precisa chamar a atenção, e por isso o uso das imagens, pois são elas que muitas vezes direcionam o leitor, e é por causa da imagem que o meio jornalístico se aproxima do internauta, a imagem é de suma importância, porque ela se encarrega em transmitir a primeira informação, é ela que vai fazer com que a matéria seja lida e compreendida. Juntamente com o título a imagem é fundamental para o jornalismo na web.

A CBN/Curitiba tenta trazer o máximo possível de imagens, como podemos observar, o site é recheado de conteúdos visuais, principalmente fotos, seja grande

ou pequena, capa ou apenas uma matéria para preencher lacunas. Podemos entender que muitas vezes é a imagem que chama o público.

A análise de uma fotografia vai da qualidade técnica a estética [...] pode também revelar informações importantes sobre seu contexto, e ainda sobre a sua importância, ou significação em determinado contexto histórico. (DUARTE; BARROS, 2009 p. 340).

Jornalismo sem texto, simplesmente não é jornalismo, a escrita é o principal conteúdo jornalístico, seja ele para qual veículo ou meio for comunicado. Por isso também analisamos os textos, os quais são produzidos dentro do site da CBN/Curitiba.

Figura 22

Um homem de 27 anos foi preso em flagrante na madrugada desta terça-feira (18), em Piraquara, na região metropolitana de Curitiba, após furtar cerca de 120 metros de fios telefônicos na Rua Pastor Adolf Weidmann, próximo da divisa com o município de Pinhais.

A prisão foi feita por uma equipe da Polícia Militar que visualizou um veículo saindo do local com faróis apagados em direção ao bairro. Os policiais se aproximaram e verificaram o fio no porta-malas do veículo.

O preso já possui outras passagens pela polícia e foi encaminhado para a Delegacia de Piraquara.

Repórter William Bittar

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 23

Um cassino clandestino foi fechado pela Polícia Civil, em Guaratuba, no Litoral do Paraná, nesta terça-feira. O estabelecimento funcionava dentro de uma casa no Centro da cidade e foi descoberto após a polícia receber denúncias anônimas.

Os policiais civis que fizeram o fechamento do local, apreenderam mais de 15 máquinas caça-níqueis, equipamentos e documentos.

Oito pessoas foram levadas à Delegacia de Guaratuba onde assinaram um termo circunstanciado pelo crime de jogo de azar e foram liberadas.

A Polícia Civil investiga o envolvimento de outras pessoas no caso.

Repórter William Bittar

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 24

Chega a 29.516 o número de pessoas afetadas pelas chuvas que atingiram o Paraná nos últimos dias. No total, 5.110 casas foram danificadas, em 39 municípios. O temporal deixou 676 pessoas desalojadas, destas 198 permanecem desalojadas; e 117 pessoas desabrigadas, sendo que 48 permanecem nesta situação.

Os dados são do último boletim da Defesa Civil divulgado na manhã desta segunda-feira (3). As cidades mais atingidas foram iraquara, com 7.263 pessoas; Pinhais, com 4.400 pessoas afetadas; P; e Rio Branco do Sul, com 3.597.

Em Curitiba foram 2.002 pessoas afetadas, com 300 casas danificadas.

O caso mais grave foi registrado em Guarapuava, no Centro-Sul do estado, na quinta-feira. Um bebê de apenas oito meses acabou sendo vítima de uma enxurrada. A criança estava dormindo quando a parede do quarto, que servia como muro da residência, cedeu com a força da água. É a única morte registrada até agora.

A Defesa Civil organiza doações para auxiliar as pessoas afetadas pelos desastres desses dias. Seis cidades vão pedindo ajuda: Antonina, Curitiba, pela Provopar Estadual, Piraquara, Quatro Barras, Rio Branco do Sul, São José dos Pinhais.

Repórter Francielly Azevedo



(Fonte:cbncuritiba.com)

Entre as figuras acima, o site CBN/Curitiba procura transmitir um texto que fique claro aos leitores, porém dependendo das matérias esses textos podem ser longos ou curtos, previamente submete-se ao assunto que está sendo tratado.

Normalmente as pautas que estão na página principal, carregam textos mais longos, com mais informação, e mais detalhes até mesmo relatos de entrevistados, deixando o texto mais dinâmico.

O texto jornalístico produzido pelo site CBN/Curitiba, é um tanto diferente dos textos produzidos para a rádio, até mesmo por que esses textos do site estão acompanhados por uma imagem, e não precisam ser descritas no resto do conteúdo,

enquanto no rádio a informação textual precisa descrever alguns pequenos detalhes, para que o ouvinte possa entender o contexto da notícia.

Enquanto as escritas das matérias principais são longas, os textos das reportagens “menos” importantes são mais curtos, e vão direto ao assunto, carregam o imediatismo de levar a informação ao leitor, um pouco parecido com o texto radiofônico, que prega uma nota rápida.

Os textos que são produzidos para web, têm alguns diferenciais pois frequentemente apresentam palavras mais completas aos olhos do leitor, diferente do rádio onde se faz necessário falar palavras mais compreensíveis aos ouvintes.

Assim como a maioria dos jornais o site da CBN contém Colunas jornalísticas, que normalmente são assuntos específicos com um tom opinativo.

Figura 25



(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 26



10º Festival Pão com Bolinho começa em Curitiba

Nesta quarta-feira (12), o colunista da CBN Curitiba, Sérgio Medeiros, fala sobre a Décima edição do festival de pão com bolinho, que...



Feito Aqui: 4 histórias de hobbies que viraram profissão

Terça-feira é dia de falarmos das histórias inspiradoras de empreendedorismo com a jornalista Vanessa Brollo, do Blog Partiu Plano B. Nesta terça-feira...



Cinema em casa: "Chernobyl"

Hoje é terça-feira (11), dia de falarmos com o jornalista do Blog Crônico de Cinema, Luiz Gustavo Vilela, sobre dicas de séries...

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 27

Hoje é segunda feira, dia do quadro "Economia e Finanças", com o professor José Pio Martins. Nós debatemos com ele o impasse entre servidores estaduais e o Governo do Estado. Enquanto uma proposta de reajuste não é apresentada, está mantida a greve para o dia 25 de junho.



(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 28

Nesta quarta-feira (5), o colunista da CBN Curitiba, Sérgio Medeiros, revela a localização de alguns bares "escondidos" da cidade, que podem passar despercebidos no dia-a-dia.

Ouçã a coluna na íntegra e descubra quais são e onde estão esses bares:



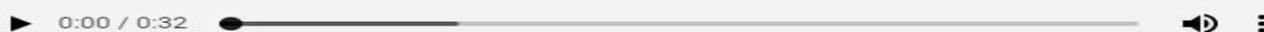
(Fonte: cbncuritiba.com)

As figuras acima representam algumas colunas que são disponibilizadas no site da CBN, essas colunas são realizadas por jornalistas que proferem as suas opiniões em determinado assunto, a diferença dessas colunas para um jornal escrito é que elas, carregam o tema e são disponíveis em podcasting, mais um diferencial do site. Essas colunas tratam assuntos normalmente de interesses popular, e carregam informações sobre o determinado conteúdo.

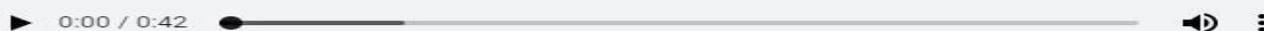
Assim como as colunas são reproduzidas em áudio, algumas matérias dentro do site da CBN/Curitiba também carregam conteúdos para que podem ser ouvidos, essas reportagens são escritas e complementadas por áudios, sejam eles sonoros, reproduzindo o som de alguma entrevista, ou mesmo com o próprio jornalista falando.

Figura 29

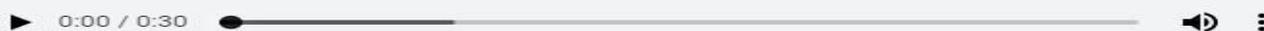
Aproximadamente 40 pessoas participaram de um ato em apoio a Operação Lava Jato e ao ministro Sérgio Moro, em frente à Justiça Federal, em Curitiba. Segundo Patrick Ignaszevski, do movimento República de Curitiba, o evento foi local e serviu para convocar as pessoas para uma manifestação nacional, no dia 30 de junho.



O ato deste domingo (16) à tarde foi em resposta as conversas entre o procurador Deltan Dallagnol e o Ministro Sérgio Moro, supostamente vazadas pelo site de notícias The Intercept Brasil.



Para Rosane Molina Gotti, do movimento Mulheres com Bolsonaro Paraná, o ato apoia a continuidade das investigações da Lava Jato.

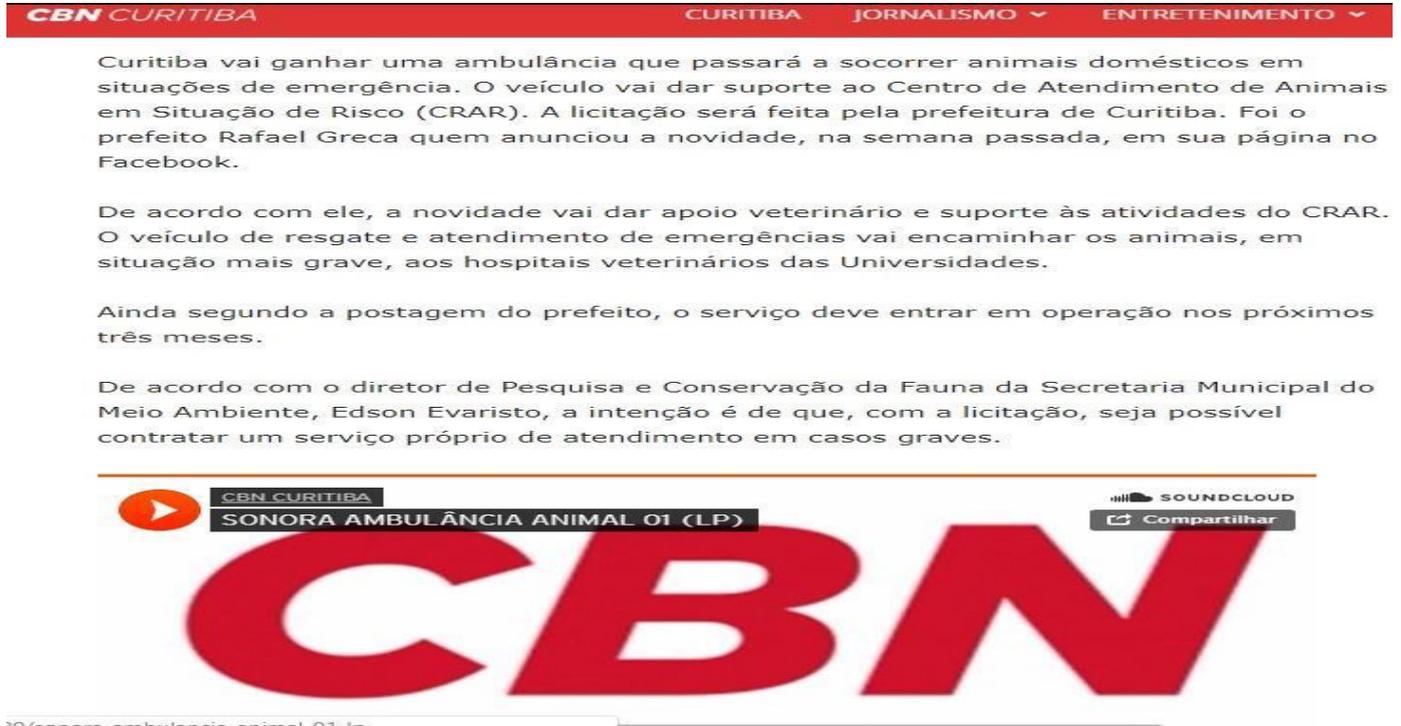


A manifestação em defesa da Lava Jato e da reforma da previdência é no dia 30 de junho, a partir das 15h, na Praça Santos Andrade. Até a tarde deste domingo 527 pessoas garantiram presença, na [página do evento no Facebook](#) e 1,3 mil demonstraram interesse em participar.

Repórter Lucian Pichetti

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 30



CBN CURITIBA CURITIBA JORNALISMO ENTRETENIMENTO

Curitiba vai ganhar uma ambulância que passará a socorrer animais domésticos em situações de emergência. O veículo vai dar suporte ao Centro de Atendimento de Animais em Situação de Risco (CRAR). A licitação será feita pela prefeitura de Curitiba. Foi o prefeito Rafael Greca quem anunciou a novidade, na semana passada, em sua página no Facebook.

De acordo com ele, a novidade vai dar apoio veterinário e suporte às atividades do CRAR. O veículo de resgate e atendimento de emergências vai encaminhar os animais, em situação mais grave, aos hospitais veterinários das Universidades.

Ainda segundo a postagem do prefeito, o serviço deve entrar em operação nos próximos três meses.

De acordo com o diretor de Pesquisa e Conservação da Fauna da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Edson Evaristo, a intenção é de que, com a licitação, seja possível contratar um serviço próprio de atendimento em casos graves.

 **CBN CURITIBA** **SONORA AMBULÂNCIA ANIMAL 01 (LP)**  **SOUNDCLOUD**
 **Compartilhar**

CBN

80/sonora-ambulancia-animal-01-1n

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 31



No início da manhã desta segunda-feira (3), uma equipe da Polícia Rodoviária Federal (PRF) fez um reparo provisório no local com três sacos de massa asfáltica que estavam guardados no posto da PRF em Araucária.

A CBN Curitiba tenta contato com o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes no Paraná para informações sobre reparos na pista, mas ainda não obteve retorno.

Repórter William Bittar

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 32

Um homem foi preso pela Polícia Civil durante uma operação conjunta com a Polícia Militar e a Polícia Rodoviária Federal (PRF) nesta terça-feira (9), no Litoral do Paraná, com o objetivo de recuperar partes, peças e veículos roubados ou furtados.

Foram cumpridos dez mandados judiciais em desmanches de peças e partes de veículos nos municípios de Paranaguá e Pontal do Paraná.

Segundo a Polícia Civil, o Paraná é rota constante para o envio de peças e veículos adulterados para países vizinhos, como o Paraguai e a Argentina.

O delegado responsável pela operação, João Marcelo Renk Chagas, da Delegacia de Furtos e Roubos de Veículos (DFRV) de Curitiba, explica que os veículos são levados ao Litoral para adulteração.



O homem foi preso em flagrante por posse ilegal de arma de fogo de uso restrito. Além disso, sete pessoas foram conduzidas para a Delegacia de Paranaguá para prestar esclarecimentos.

Ao todo foram fiscalizados 29 veículos e um caminhão com indícios de adulteração dos sinais identificadores foi apreendido.

A Operação Rhesus contou com a participação de 66 policiais, 17 viaturas, quatro cães farejadores e um helicóptero.

Repórter William Bittar

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 33



Política de Cookies

No início da manhã desta segunda-feira (3), uma equipe da Polícia Rodoviária Federal (PRF) fez um reparo provisório no local com três sacos de massa asfáltica que estavam guardados no posto da PRF em Araucária.

A CBN Curitiba tenta contato com o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes no Paraná para informações sobre reparos na pista, mas ainda não obteve retorno.

Repórter William Bittar

(Fonte: cbncuritiba.com)

As imagens acima descrevem como os áudios fazem parte das matérias produzidas para o site CBN/Curitiba, o áudio é uma ferramenta fundamental para o rádio falado, pois sem ele o rádio não teria a audiência necessária, por meio desse fundamento, o site não deixou de usá-lo pois com uma sonora a reportagem fica ainda mais completa aos olhos do leitor.

A estratégia de incluir um áudio funciona e dá mais credibilidade à informação, é sempre melhor alguém ouvir um especialista falando do que apenas um jornalista escrevendo. Além da ênfase que o áudio dá ao assunto, também pode ser mais compreendido pelo internauta que ouve.

O Site ousou em fazer uso dessa ferramenta, assim que uma entrevista é concedida e uma matéria é construída o áudio pode fazer parte dela e juntamente com o texto, imagem e manchete, o áudio ajudará a chamar a atenção e torna-se fundamental nas matérias, pois a fonte da informação está falando e é de suma importância na reportagem seja ela escrita ou falada.

Nas reportagens da CBN, dentro do site não existe um padrão de onde ou em que momento insere o áudio, cada matéria tem seu diferencial, em algumas situações o áudio vai em cima, em outras no final e também complementam o meio. O site da CBN/Curitiba, também contém outros chamarriscos noticiosos, outros assuntos relacionados, ou assuntos que estão em alta, todos dentro de uma determinada editoria. da reportagem.

Figura 34

RELACIONADAS:



Quadrilha usava pet shops para lavar dinheiro de golpe da venda de imóveis



PRF aborda carro com alerta de roubo e descobre situação curiosa



Esquema de corrupção desviou R\$ 125 milhões da manutenção de veículos oficiais



Ressaca em Matinhos é provocada por ciclone extratropical e instabilidades



Quadrilha é presa por cárcere privado e extorsão mediante sequestro



Bebê é encontrado morto e avó é presa por negligência



propõem rota alternativa para



Polícia Civil realiza operação contra a

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 35

CBN CURITIBA CURITIBA JORNALISMO ENTRETENIMENTO ESP

Bombou na Internet: “Shallow now”
 Hoje é quinta-feira (23), dia de falarmos sobre o que mais gerou polêmica nas redes sociais, com a consultora em tecnologia Bia...

Bombou na Internet: Protestos, WhatsApp e Diploma falso de Harvard
 Hoje é quinta-feira (16), dia de falarmos sobre o que mais gerou polêmica nas redes sociais, com a consultora em tecnologia Bia...

Bombou na internet: Boletim do Ministro da Educação vazou na internet com notas baixas
 Hoje é quinta-feira, dia de falarmos sobre o que mais gerou polêmica nas redes sociais, com a consultora em tecnologia Bia Kunze,...

Bombou Na Internet: Morte no SPFW e mudanças no Instagram

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 36

Especial Cidades do Paraná – Cascavel

Por **pauta** - 21 de junho de 2018 👁 471 💬 0



Foto: Portal do Município de Cascavel

(Fonte: cbncuritiba.com)

Figura 37

Litoral

Homem é preso durante operação para recuperar peças e veículos no Litoral

Por **CBN Curitiba** · 10 de abril de 2019 · 235 visualizações · 0 comentários

Compartilhar no Facebook · Tweetar no Twitter · G+ · Pinterest



Foto: Divulgação / Polícia Civil

PUBLICIDADE:

AMIGO DO RIGS

FAÇA A SUA PARTE: LIGUE O ESGOTO DE FORMA CORRETA NA SUA CASA.

SAIBA MAIS

CURITIBA

PUBLICIDADE:

Defletor de ar

Mais aerodinâmica

(Fonte: cbncuritiba.com)

As figuras 34 á 37 nos mostram assuntos em que a CBN/Curitiba propõe-se a retratar, normalmente essas reportagens estão em quadros que relacionam com as “Notícias Principais” fazendo com que o leitor, conheça outros tipos de conteúdos e não apenas os que estão em destaque.

Esses editoriais carregam várias alternativas ao público, como podemos ver na figura 34, fala sobre uma cidade do norte do estado e a figura 35 do litoral. Abrangendo várias regiões e diversos segmentos de público.

E por último, a CBN, destaca em seu site, a informação primordial para ela, e seus acompanhantes diários, aonde fica localizada e quais os números para contato.

Figura 38



CBN CURITIBA

Endereço: R. Oyapock, 649 – Cristo Rei
Curitiba – PR, 80050-450
Telefone: (41) 3218-5800

 Whatsapp: 88506400

e-mail: cbn@cbncuritiba.com.br

 CBN Curitiba
Curtir Página 31 mil curtidas

 CBN Curitiba
há 27 segundos
A nova regulamentação atualiza uma

(Fonte: cbncuritiba.com)

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considereei que o trabalho realizado fundamentou informações e estudos ao longo do tempo, a CBN/Curitiba objeto de pesquisa nos proporcionou resultados sólidos, que nos deram base em torno do projeto.

Ao analisar um site de uma rádio como a CBN, pude perceber que o meio digital também transmite muita informação, mesmo entendendo que os antigos meios de comunicação sempre estarão presente na vida das pessoas.

O rádio sempre foi um meio de comunicação que se reinventou ao longo dos anos, muitas tecnologias surgiram, mas o rádio sempre se manteve firme nas suas sintonias com o povo, o qual gosta de ouvir, tanto as notícias e acontecimentos no meio jornalístico, quanto no entretenimento.

O rádio tornou-se referência para muitos meios de comunicação, pois abriu portas para novos alcances que até então eram limitados, as suas formas de trabalhos e conexão com o público, as maneiras de informar trouxeram aproximação com a população, fez com que a sua importância social aumentasse dando assim credibilidade nas suas transmissões noticiosas.

Mesmo após a chegada da televisão o rádio adaptou-se, e traçou outro viés social, logo após a chegada da internet, aconteceu a mesma coisa, o rádio mais uma vez teve que atualizar e começou a migrar para o meio digital.

O trabalho foi desenvolvido no ramo da observação e análise descritiva do site oficial da CBN/Curitiba, como se dava seu fed. de comunicação. Através das informações obtidas, analisando o comportamento dessa rede de notícias.

O trabalho tinha como objetivo analisar o conteúdo transmitido do site da CBN, certamente encontramos um diferencial, pois as notícias do site são divididas em três formatos de conteúdo, como: Textos, fotos e áudios,

Encontramos diversas maneiras de como o site lida com o público, uma delas, é que ele oferece opções editoriais para o internauta.

Continuando o nosso objetivo, o site da CBN/Curitiba procura apresentar notícias de forma ampla, pautando diversos assuntos, e para firmar seu público, o site

atrai o internauta com diferentes opiniões e matérias relacionadas com aquilo que as pessoas possam se identificar.

Juntamente com essas observações, encontramos a falta de conteúdo audiovisual no site da CBN/Curitiba. Normalmente são usados vídeos na web, o site procura informar o internauta com outras ferramentas, as quais já citamos a cima.

O problema levantado no início do projeto tinha como indagação, de que maneira a rádio CBN/Curitiba está se adaptando a plataforma digital? De acordo com esse problema, temos como respostas as seguintes hipóteses as quais determinamos no início.

O meio digital vem ganhando mais público ativo, crítico e observadores da notícia e também que a rádio vem usando ferramentas mais dinâmicas para interagir com o internauta.

Após todo esse processo de pesquisa, encontramos conclusões para os objetivos específicos, existe sim, uma pequena mudança do tradicional para o digital, e essas mudanças aparecem nas ferramentas usadas para esse modo de comunicação, são imagens, áudios, textos e atualidade.

A diferença da notícia falada para escrita na web, quando a pessoa lê a informação, faz sua própria interpretação, já quando ela é falada geralmente a interpretação é do emissor da notícia.

Por fim, concluímos esse projeto com êxito, respondendo aquilo que foi proposto no início do projeto, problemas, objetivos e hipóteses nos forneceram base para chegarmos até as devidas conclusões, realizando as pesquisas obteve-se respostas fundamentando assim todo o trabalho.

9 REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto. Prefácio. In.: PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

_____.; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo**, São Paulo: Elsevier, 2003. BARBEITO VELOSO, María Luz; CRESPO HARO, Esteban. Políticas

BETTI, Juliana Cristine Gobbi – **Rádio Jornalismo e Linguagem, as transformações de rádio informativo**. Nº f 15. Mestrado em Jornalismo, UFSC: Santa Catarina. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Radiojornalismo%20e%20Linguagem.pdf>

_____. **A especificidade das redes de rádio all-news brasileiras**: os casos da CBN e da BandNews FM. Dissertação apresentada em cumprimento parcial às exigências do Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, para obtenção do grau de Mestre em Jornalismo. Florianópolis: 2009.

BUCCI, Eugênio. **A Imprensa e o Dever da Liberdade**. Editora Contexto 2011

CHANTLER, PAUL HARRIS – **Rádio Jornalismo**. São Paulo: Sammus 1998

DEL BIANCO, Nelia - **A Internet como fator de mudança no jornalismo**. Revista Brasileira da Ciências da Comunicação. São Paulo 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudancajornalismo.pdf>

_____. **O Futuro do Rádio no Cenário da Convergência Frente às Incertezas Quanto aos Modelos de Transmissão Digital**. Nº f 19. Revista de Economia e Política da Comunicação. Vol. XII nº 1. Universidade de Brasília. Brasília 2010. Disponível em: http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/12282/1/ARTIGO_FuturoRadioCenario.pdf

DENEGA, Marcos Antônio – **Como Pesquisar na Internet**. Rio de Janeiro: Berkeley 2002

DIZARD, WILSON – **A Nova Mídia: A Comunicação de massa na era da informação** / Wilson Dizard Jr; Tradução [3º Ed.Norte Americana] Edmorond Jorge; Revisão Técnica: Tony Queiroga – 2º Ed. Rev. Atualizada Rio de Janeiro: Jorge Zahared 2000

DUARTE, Jorge; BARROS, **Antônio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** / Jorge Duarte, Antônio Barros – Organizadores – 2º Ed. 3. Reimpr – São Paulo: Atlas 2009

GIL, Antônio Carlos – **Métodos e técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas 2008

GODOY, A. S. - **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais**. ERA - Revista de Administração de Empresas, São Paulo, 1995

GONÇALVES, Elias Machado. **JORNALISMO NA INTERNET**: O paradoxo entre o fascínio das potencialidades da tecnologia digital e o modelo da produção verticalizada da notícia. Trabalho apresentado na reunião do grupo de pesquisa sobre jornalismo da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. s/d – Disponível em:
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/447f9524b966a91df3171c9ce3e51284.pdf>.

JAVORSKI, Elaine – **Rádio Jornalismo do Analógico ao Digital**. Curitiba: InterSaberes 2017

JUNG, Milton – **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Contexto 2004

KLOCKNER, Luciano. **O Repórter Esso e a Globalização**: A Produção de Sentido no Primeiro Noticiário Radiofônico Mundial. Anais ... In: Congresso Brasileiro de Ciências Comunicação, 24 Campo Grande: Intercom 2001

KOCHE, Jose Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica**. Petrópolis: Vozes 2007

LAGO, CLAUDIA – **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo** / Cláudia Lago; Marcia Benetti (ORGS) 2º Ed. Petrópolis, RJ, Vozes 2008

LÉVY, Pierre – **O que é Virtual**. São Paulo: Editora34 2003

MARTELETO, Regina; TOMAÉL - **A metodologia de análise de redes sociais: Métodos Qualitativos de Pesquisa em Ciência da Informação**. São Paulo: 2005

MEDITSCH, Eduardo – **O Rádio na era da Informação: teoria e técnica do novo Rádiojornalismo**. 2º Edição Revisada. Florianópolis: Insulpar 2001

MENDES, Priscila – **O Rádio e novos meios de Comunicação com o Ouvinte Digital**. Nº f 15. Centro Universitário-UNI BH. Belo Horizonte 2017. Disponível em: portal.comunique-se.com.br/wp-content/uploads/2017/07/O-rádio-e-os-novosmeiosde-comunicação-com-os-ouvintes-na-era-digital-Artigo.pdf

MENEGUEL, Yvonete; OLIVEIRA, Oseias. **O Rádio no Brasil: Do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava**. s/d. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>.

MOHERDAIU, Luciana – **Guia de Estilo Web: Produção e Edição de Notícias Online** / Luciana Moherdaiu – 3º Edição Rev. AMPL – São Paulo: Editoria Senac São Paulo, 2007

OLABUENAGA; ISPIZUA. **La Descodificacion de La Vida Cotidiana, Métodos de Ivestigacion Cualitativa**. Vol. 7 Universidade de Cuesto Bilbao – 1989 Disponível em: <http://www.worldcat.org/title/descodificacion-de-la-vida-cotidiana-metodos-deinvestigacion-cualitativa/oclc/435333996>

ORTRIWANO, Gisela S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

PARADA, Marcelo – **Rádio 24 horas**. São Paulo: Panda Books 2006

PINHO, J. B. – **Jornalismo na Internet. Planejamento e Produção da Informação Online**. São Paulo: Summus 2003

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

PRONDONOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar – **Metodologia do Trabalho Científico e Técnicas de Pesquisa do Trabalho Acadêmico**. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale 2013

PRADO, Magaly. **História do Rádio**. São Paulo. Editora Da Boa Prosa, 2012

_____ **Webjornalismo** / Magaly Prado [Reimpr] Rio de Janeiro: LTC 2011
 QUADROS, Claudia Irene; GODOY, Elisângela Ribas - **Crise no Radiojornalismo em Curitiba**. Encontro da Rede Alcar III. Novo Hamburgo – RS 2005. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nuV0h7BmcpcJ:www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/3o-encontro-2005-1/CRISE%2520NO%2520RADIOJORNALISMO%2520EM%2520CURITIBA.doc+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>

RECUERO, Raquel – **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina 2009

RECUERO, Raquel Cunha - **Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com**. Nº f 334. Tese em Doutorado – Pós Graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre 2006. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/teseraquelrecuero.pdf>

ROSE, Saconi – **No Ar Repórter Esso**. Estadão. São Paulo 28/08/2011. Disponível em: <https://brasil.estadao.com.br/blogs/arquivo/no-ar-o-reporter-esso/>

SARAMELLO, Evie Resende - **Jornalismo e Tecnologia – O uso da internet no processo de produção de notícias**. Nº f 84. Trabalho de Conclusão de Curso Apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social. Universidade Federal Juiz de Fora. Juiz de Fora 2008. Disponível em: <https://docplayer.com.br/2380169-Jornalismo-e-tecnologia-o-uso-da-internet-noprocesso-de-producao-de-noticias.html>

SILVA, Mary Aparecida Ferreira. **Metódos e Técnicas de Pesquisa**. 2º Ed. Rev atual / Mary Aparecida Ferreira da Silva – Curitiba Ibpex, 2005

VIRGILI, Rafael – **Relações Públicas, mercado e redes sociais**. São Paulo:

Summus 2016

WARD, Mike – **Jornalismo Online**. São Paulo: Rocca 2007