



Jornalismo E Internet: Relações de interatividade na construção da notícia para o programa de rádio O Liberal CBN Belém¹

*Analaura Corradi²
Douglas Junio Fernandes Assumpção³
Rafael de Castro Rodrigues⁴*

RESUMO:

Na era digital, o exercício do jornalismo agrega como ferramenta a Internet, em meio ao processo de produção da notícia. Logo, novas formas de se fazer jornalismo acabam surgindo. E este vínculo, vem desenvolvendo uma constante interatividade, entre os profissionais responsáveis pelo sistema de produção da matéria jornalística. Além disso, os mecanismos e possibilidades que a internet trás, proporcionam a redação dos veículos de comunicação opções de interação, também, com o público. Durante a pesquisa, observou-se existência marcante de utilização da internet e a construção de interatividade, no processo de produção das notícias radiojornalísticas.

Palavras - Chaves: Jornalismo; interatividade; produção;

1. INTRODUÇÃO

A importância da notícia, hoje, para a sociedade, pode estar muito ligada à questão de como cada mídia – seja ela TV, Rádio, Imprensa ou Eletrônica via Internet, trabalha o conteúdo da matéria jornalística desde a produção, até sua veiculação para o público de cada área de conhecimento.

Segundo Nelson Traquina (2005), a notícia pode ser considerada uma reconstrução da realidade narrada e vista por aqueles que se exercem a função de Jornalistas. Ela ocorre através de vários processos de produção jornalísticos e de relações interativas dentro e fora de uma empresa de comunicação.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Graduada em Comunicação Social pela Universidade de Pelotas, Pelotas/RS. Pós-graduada em Teoria e Metodologia da Comunicação pela Universidade Federal do Pará, Belém/PA; e em Avaliação à Distância pela Universidade de Brasília, Brasília/DF. Mestre em Letras: Linguística e Teoria Literária, Universidade Federal do Pará, Belém/PA. Doutora em Ciências Agrárias pela Universidade Federal Rural da Amazônia, Belém/PA. Professora do Mestrado em Comunicação, Linguagens e Cultura na Universidade da Amazônia – UNAMA. E-mail corradi7@gmail.com

³ Doutorando em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná. – UTP, Mestre em Comunicação, Linguagens e Cultura pela Universidade da Amazônia – UNAMA, Especialista em Comunicação Empresarial pela Faculdade da Amazônia –FAAM, Bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Multimídia e Relações Públicas pelo Instituto de Estudos Superiores da Amazônia – IESAM. E-mail rp.douglas@hotmail.com.br

⁴ Bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo pela Universidade da Amazônia – UNAMA. E-mail: rafact16@yahoo.com.br



Nos últimos anos a interatividade torna-se um destaque para o processo de produção da notícia, pois a sociedade está cada vez mais ativa, dado as novas tecnologias de comunicação que sendo utilizadas.

Assim perceber a construção de uma era interatividade, no contexto jornalístico, possibilitando novas formas de produção da matéria jornalística. E a oportunidade do público, de interagir cada vez mais com os veículos de comunicação,

O presente estudo tem como objetivo entender a interatividade construída entre os processos de produção de notícia. Identificando como a internet pode estar influenciando em novas formas de interação e construção desta notícia, através do produto jornalístico.

Para tanto, realiza-se um análise do programa O Liberal CBN Belém – pertencente a Rádio Liberal – veículo de comunicação da empresa ORM (Organizações Romulo Maiorana).

Durante o percurso da pesquisa, trabalhou-se as ideias dos autores como, Traquina (2005) e Pery Cotta (2005), que abordam de um modo geral a prática do jornalismo e suas teorias para a produção de notícias.

Serão utilizados, também, os textos de Walter Sampaio (2008), Mário Kaplún (2008), Mariano Cebrián (2008) e, as orientações de Heródoto Barbeiro (2001) que, discutem especificamente, questões importantes sobre os processos de produção no veículo de comunicação rádio.

Os autores J.B Pinho (2003), e Nair Prata (2009), servirão como base teoria para discutir a era das novas tecnologias, como por exemplo, a internet, e a interatividade na comunicação social, além de conceitos relevantes a respeito de rádio e internet.

O desenvolvimento deste trabalho científico possui como metodologia de abordagem o Estudo de Caso, seguindo o conceito de Gilberto Andrade (2006), que entende o estudo de caso como uma forma de compreender fatos complexos e identidades relevantes em um grupo ou situação específica. Andrade (2006) mostra as ideias e técnicas necessárias à coleta de dados e interpretações acerca do objeto em estudo, para demonstrar em dados quantitativos e qualitativos os resultados dos objetivos deste trabalho, em relação à mídia estudada.



2. JORNALISMO E PRODUÇÃO DE NOTÍCIA

Nos últimos anos a atividade jornalística vem sendo cada vez mais vista e revista, como objeto de análise em estudos científicos que, tentam delimitar abordagens sobre os conceitos relacionados a história, atuação e as novas práticas que a profissão de jornalismo traz ao meio social.

No Brasil, o jornalismo nasceu em 1808, logo após a chegada da Coroa Portuguesa de D. João VI. Segundo o site Observatório da Imprensa⁵, a inauguração da imprensa – o primeiro *mass media*⁶, se deu então, mais especificamente em maio de 1808, com o surgimento da Imprensa Régia – considerada, na época, como a primeira editora brasileira. Em seguida, veio a criação da Gazeta do Rio de Janeiro - o primeiro jornal impresso no Brasil, fundado em setembro do mesmo ano e produzido nas máquinas da Imprensa Régia.

O jornalismo pode ser considerado um exercício comunicacional responsável por noticiar fatos sociais e informações de interesse público ou privado e, além disso, veio para desenvolver a ação da comunicação social.

No que consiste a prática do jornalismo e quais os seus conceitos e teorias? Esta é uma ideia discutida por Nelson Traquina (2005), que conceitua o jornalismo, como sendo também, a oportunidade de se reconstituir os acontecimentos. Portanto, segundo o autor, o exercício do jornalismo implica em descrever os fatos, de tal forma, que a ação jornalística estabelece a conduta que narra a realidade.

Logo, fica subentendido, que esta característica classifica o jornalista como atuante na construção da realidade narrada e vista por ele. Atividade defendida por Traquina (2005 p.19) da seguinte forma:

Os jornalistas responderiam prontamente, como define a ideologia profissional desta comunidade, que o jornalismo é a realidade. Há verdade nesta afirmação. Existe um acordo tácito entre os que escolhem esta profissão de jornalista e o leitor/ouvinte/telespectador que torna possível dar credibilidade ao jornalismo: o principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é uma ficção, isso é, os

5http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/1808_a_imprensa_chega_ao_brasil - acessado em 15/11/2013

6Mass Media: O termo mass media é formado pela palavra latina media (meios), plural de medium (meio), e pela palavra inglesa mass (massa). Em sentido literal, os mass media seriam os meios de comunicação de massa (televisão, rádio, imprensa, etc.). Porém, esta denominação sugere que os meios de comunicação são agentes de massificação social, o que nem sempre está de acordo com a realidade social observável. Este conceito foi obtido através do acesso ao site: [http://www.infopedia.pt/\\$mass-media](http://www.infopedia.pt/$mass-media) – acessado em 13/05/2013



acontecimentos ou personagens das notícias não são invenção dos jornalistas.(...).

Segundo Traquina (2005), os jornalistas são participantes ativos na escolha e construção do produto principal da atividade jornalística: a notícia. E são também os encarregados por delimitar o que realmente é interessante a tornar-se notícia, escolhendo personagens e narrando cronologicamente os fatos.

A partir deste ponto entende-se que, para narrar os acontecimentos, apurar os fatos e torná-los produto final, ou notícia jornalística ao público, essa mesma notícia requer antes passar por etapas, entre elas, a produção.

A produção jornalística pode acontecer dentro de várias etapas, uma matéria jornalística, por exemplo, torna-se em diversos tipos de produtos como, reportagem, artigo ou mesmo a notícia. E esta mesma matéria, passa por um processo de produção, que constrói todo o corpo e conteúdo da notícia, seja em qualquer tipo ou forma do produto indicado ou construído pela produção jornalística.

Entre as etapas de produção, destacam-se neste presente estudo, algumas formas bem peculiares e importantes. Primeiramente, o Lide (onde se organiza como será contado o fato ocorrido, através de perguntas chaves: “O quê?”, “Onde?”, “Quem?”, “Como?”, “Por quê?” e “Quando?”).

Em segundo plano, o exercício de três teorias do jornalismo, discutidas por Traquina (2005), são elas: Teoria do Gatekeeper, Teoria Organizacional e Teoria Interacionista. Antes, então, de seguir este estudo, é importante descrever os conceitos que sustentam cada uma dessas três teorias.

Na teoria do Gatekeeper, segundo Traquina(2005), os jornalistas atuam em *gates* - por onde o conteúdo de um fato ocorrido deve passar, logo após, este mesmo jornalista decidirá, portanto, o que irá se tornar produto final, ou notícia. Este conceito melhor se explica, na seguinte passagem que o autor faz:

Nesta teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. (TRAQUINA, 2005 p.150)

Enfatiza-se ainda que, para pôr em prática está teoria, ela deve atender aos interesses da organização, na qual se constrói o processo de comunicação. É neste momento, podendo ser assim comparado, que se estabelece a Teoria Organizacional, a qual o autor descrever da seguinte maneira:



Esta teoria alarga a perspectiva teórica – do âmbito individual a um nível mais vasto, a organização jornalística. No seu estudo, igualmente um clássico dos estudos do jornalismo, intitulado *Controle social da redação: Uma análise funcional*, Breed insere o jornalista no seu contexto mais imediato, a organização para qual trabalha. (TRAQUINA, 2005 p.152)

Dentro deste processo, onde se encontra a Teoria do Gatekeeper e a Teoria Organizacional, pode existir outro fator importante – a interatividade, que pode estar implícita ou explícita, nos processos de produção da notícia.

Todo este processo de produção jornalística pode evidenciar outra teoria que complementa, também, a ideia acerca da interatividade, a Teoria Interacionista – que está presente dentro de uma empresa jornalística e nas relações entre os seus profissionais.

Destaca Traquina (2005), que a notícia pode ser um produto do processo de produção, podendo este processo, estar vinculado também, as interações que se estabelecem dentro de uma organização. Traquina (2005) demonstra a seguinte ideia a respeito da teoria interacionista: “Para a teoria interacionista, os jornalistas vivem sob a tirania do fator tempo. O desafio quotidiano é ter de elaborar um produto final (notícia, jornal, telejornal, etc.).”

Com essas teorias a produção leva em consideração que, toda história a ser contada possui início, meio e fim. E para desenvolver etapas da construção, por exemplo, de uma matéria jornalística, um repórter deve ter em mãos uma excelente ferramenta para o processo de produção e apuração de notícia, o roteiro.

Segundo o autor Pery Cotta (2005), um *roteiro* bem elaborado - especificando de maneira objetiva, o que se deve extrair de um acontecimento, para torná-lo notícia, ainda ajuda o repórter, por exemplo, a escolher o que realmente é de interesse do público.

O repórter, seja em qualquer veículo, deve levar, também, em consideração, a clareza, que indica se o repórter realmente obteve informações verídicas a respeito de um acontecimento, além de proporcionar ao público, uma melhor compreensão do que de fato ocorreu. Cotta (2005 p.26) faz a seguinte afirmação a respeito:

O repórter traz com ele (reporta) o que apurou (tornou mais puro) junto a fontes que portam com elas, originalmente, as informações que vão interessar ao leitor, ouvinte telespectador ou internauta. Na busca pela informação, o repórter procura quem sabe de fatos capazes de provocar impacto, serem de interesse geral e/ou despertarem curiosidade pública, a tal ponto que merecem virar notícia.



Ainda, segundo Cotta (2005), durante todo o processo de produção e edição de um fato que irá tornar-se notícia, o jornalista deve tomar atencioso cuidado com algumas atitudes, que refletem no próprio conteúdo jornalístico – composto por texto, imagem, vídeo ou fala, fatores que o autor ressalta na seguinte passagem:

A linguagem jornalística varia, e muito, conforme o tipo de mídia e até de veículo em que aparece. (...) No rádio, um texto escrito para ser lido e ouvido. Na televisão, um texto escrito para ser lido, ouvido e visto junto com imagens. Na internet, um texto escrito para ser visto, lido, ouvido e continuado a cada novo toque no ícone ou *link*. (COTTA, 2005 p.26)

Lembrando sempre que, o público possui forte influência na decisão dos jornalistas, seja no momento de destacar fatos importantes dentro de uma matéria jornalística – que interesse a sociedade, seja contribuindo com o repórter na hora de relatar ou responder sobre determinados fatos. O olhar do jornalista constrói o texto jornalístico, principalmente, pelo que foi presenciado por ele próprio – entre atos e fatos, dos quais tomou conhecimento, recriando e produzindo assim, um acontecimento, de acordo com a peculiaridade de cada veículo jornalístico. Este contexto, Cotta (2005 p.26), conceitua da seguinte maneira:

O repórter é ele próprio, um canal de informação e usa, para isto, o canal rádio, jornal, televisão, revista ou Internet para a comunicação (o torna comum) de uma informação (algo que o pensamento de forma) à qual o profissional da comunicação transformou em notícia (por merecer nota, se noticiada).(…).

Atualmente, pode-se dizer que o jornalismo alcança um amplo conceito e atuação na sociedade, com profissionais mais qualificados e práticas de produção avançadas. De acordo com cada veículo, por exemplo, de uma rede ou emissora, o jornalista segue uma linha editorial para desenvolver os processos de produção de notícia, respeitando, portanto, os fundamentos de teorias descritas por Traquina (2005), presentes no exercício profissional, ou no relacionamento do jornalista com a própria empresa.

Com o advento da internet, como ferramenta neste meio, o campo de prática jornalística, passou a utilizar novas formas de interação com a sociedade, que influenciam, até mesmo, dentro da própria área de produção e construção da notícia. Assim, além de receptor, o público passa a ser um co-produtor atuando conjuntamente com o profissional de jornalismo.



3. INTERNET: UMA FERRAMENTA DE INTERAÇÃO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Com o surgimento da globalização, conseqüentemente no final da guerra fria, em 1989, a modernidade e a tecnologia tomaram conta dos espaços sociais, aproximando pessoas e interligando o mundo através de aspectos econômicos, políticos, sociais e culturais – dinâmica gerada também pelo constante exercício do capitalismo em formar uma aldeia global⁷, denominando novos conceitos e formas de relacionamento, espaço e tempo.

Responsável por esta grande velocidade e rapidez do fluxo e troca de informações, a globalização trouxe consigo, a Internet – uma importante ferramenta, que interliga os vários computadores do mundo. Além disso, a Internet pôde, também, trazer ao âmbito da comunicação a conectividade entre povos, regiões e culturas.

Mostrando uma das faces da globalização, a internet conectou o mundo através de conteúdos emitidos pelas mídias eletrônicas, via *web* – termo este, que J. B. Pinho (2003 p. 33) clássica como: “*A Web é provavelmente a parte mais importante da Internet e, para muitas pessoas, a única parte que elas usam, um sinônimo mesmo de Internet.*” O autor ainda faz a seguinte conceituação sobre o que seria internet:

Assim, a internet é a rede das redes, o conjunto das centenas de redes de computadores conectados em diversos países dos seis continentes para compartilhar a informação e, em situações especiais, também recursos computacionais. (PINHO, 2003 p.41)

Segundo Pinho (2003), foi no ano de 1990, que o Brasil passou a se conectar com a rede mundial de computadores, encerrava-se as atividades da ARPAnet⁸ e nascia a Internet, interagindo e fazendo parte da vida social das pessoas. E em 1993, já estava inserida, também, nos meios de comunicação e no mundo dos negócios – fato que pode estar ligado à utilização desta ferramenta dentro de empresas comerciais e do ramo da comunicação jornalística.

Sendo uma ferramenta de comunicação, até os dias de hoje, com menor período de aceitação pela sociedade, segundo Pinho (2003), a Internet possui o mecanismo dos

⁷ Aldeia Global: Termo criado pelo filósofo Marshall McLuhan, conceituando o processo tecnológico como redutor do planeta a um formato de pequena aldeia.

⁸ARPAnet: A ideia da construção de uma rede de computadores que pudessem trocar informações surgiu no “Advanced Research Projects Agency”. – Este dado foi obtido no site: <http://www.ime.usp.br/~is/abc/abc/node20.html> - acessado em 15/11/2013



pacotes de informações, que são enviados e depois remontados à sua forma original, aos seus destinatários, através dos computadores.

Visando melhorar a gestão dentro de uma empresa, eis que surge a intranet, que segundo Pinho (2003), é um mecanismo capaz de manter a comunicação entre os profissionais inseridos em uma determinada empresa. O autor aponta a intranet como sendo:

Uma intranet é usada exclusivamente no ambiente privativo das empresas. Em vez de circular publicamente no mundo, como a Internet, as informações que transitam em uma rede intranet são acessíveis apenas à organização a que pertence e ao seu pessoal interno.(PINHO, 2003 p.44.)

Além da intranet, a evolução da internet trouxe, também, o poder de criação dos sites e portais, que visam a divulgação de informações da empresa, e até mesmo interação com o público. Considera Pinho (2003 p.122):

O conceito de portal, relacionado com a Internet, nasceu no começo de 1998, para designar os sites de busca que, além de diretórios de pesquisa, começaram a oferecer serviços de e-mail gratuito, bate-papo em tempo real e serviços noticiosos.

Isso retrata a força tecnológica que a Internet é capaz de desenvolver, isto é, de complementar os modos que os meios de comunicação tradicionais trabalham para interagir e informar a sociedade, implantando novas técnicas de praticidade na comunicação. Esta ideia pode ser reforçada pela discussão de Pinho (2003 p.49):

A internet é uma ferramenta de comunicação bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, cinema, jornal e revista. Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias – não linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custo de produção e veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser bem mais conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da internet como instrumentos de informação.

A internet é, portanto, uma ferramenta de comunicação que se distingue dos outros meios de comunicação tradicionais. Além disso, a instantaneidade deste meio, que está presente na velocidade de disseminação de informações, pode agregar uma importante ajuda aos meios de comunicação jornalísticos, seja através da interação com o público até a influência na interação entre os profissionais que trabalham na produção, por exemplo, da notícia para um radiojornal.

Gerando várias possibilidades de aplicações, a internet é uma das responsáveis pelos processos de interação, seja qual for o âmbito social. Assim, antes de demonstrar a



presença da internet no produto jornalístico O Liberal CBN – Belém, vale fazer alguns apontamentos a respeito da interatividade.

4. INTERATIVIDADE: RELAÇÕES ENTRE PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO JORNALÍSTICA

No cenário paraense, onde se encontra o objeto de estudo deste trabalho, os meios de comunicação vêm criando e mostrando novas formas de interagir com o público dentro do jornalismo ou da sua produção – seja no rádio, na TV, ou no impresso.

Uma pesquisa realizada no ano de 2010 – mais precisamente entre os dias 16 a 20 de dezembro, pela empresa de pesquisas ACERTAR⁹, relevou que no município de Belém, de 1.183 pessoas 706 fazem uso da internet, sendo que 56,0% (um pouco mais da metade desses 706) procuram informações sobre notícias em geral.

Diante desta análise de dados, fica perceptível como a internet está sendo mais utilizada como um próprio meio de comunicação – muito frequente entre o paraense, ajudando até mesmo as empresas jornalísticas e seus principais veículos de comunicação, desde a produção de notícia à participação do público no jornalismo interativo.

Segundo Nair Prata (2009), as novas tecnologias agregam aos meios de comunicação novas maneiras de interação, isso pode significar até um nível de comunicação avançado.

No caso de um programa jornalístico, de rádio, essas novas maneiras podem desenvolver entre os profissionais, ligados ao processo de produção da uma notícia, opções de interação, como envio e recebimento de e-mails com informações de fatos ocorridos, pautas, roteiros, e uma diversidade de conteúdos que ajudam na produção.

Está interação pode influenciar, portanto, no produto final, a matéria jornalística. Se há interação entre os responsáveis pela produção da notícia ou reportagem, isto pode trazer um melhor aproveitamento da função de todos os profissionais, além de proporcionar, também, caso o assunto ou fato abordado esteja bem trabalhado, uma boa audiência – que seria uma forma, também, de interação, mas neste caso, entre o programa jornalístico a o público.

⁹ ACERTAR: Instituto de Consultoria, Assessoria e Pesquisa de dados políticos, mercadológicos, sociais e econômicos.



Pinho (2003;54), reforça a interatividade, via internet, da seguinte maneira: “*A interatividade da rede mundial é muito valiosa para os que queiram dirigir mensagens e informações específicas para públicos de interesse.*”

A busca por esta contextualização visa, portanto, identificar estes dois pontos importantes da comunicação, a internet e a interação, isto é, identifica-lós no radiojornal O Liberal CBN – Belém. Por isso, o estudo segue com a descrição deste programa jornalístico em estudo.

5. RÁDIO O LIBERAL CBN – BELÉM: A RÁDIO QUE TOCA NOTÍCIA

A rádio O Liberal CBN é uma filiada da rede CBN(Central Globo de Notícias), portanto possui o perfil de rádio que só toca notícia. Este é um padrão definido, principalmente, pelas CBN’s de São Paulo (Cabeça de rede) e do Rio de Janeiro. Além de que, é um segmento das próprias rádios da Rede Globo.

O programa O Liberal CBN-Belém tem cinco anos no mercado da comunicação radiofônica. E o seu objetivo é atingir o público alvo das CBN’s, público este, que tem como preferência estar mais ligado à informação. No entanto, o programa CBN-Belém atinge outros públicos, no caso, o público da AM¹⁰ onde está inserido, atualmente.

A rádio CBN é uma emissora *all-news* - está 24 horas no ar. Entretanto, a programação local, neste caso, do radiojornal O Liberal CBN-Belém, entra no ar de 9:00hs às 12:00hs(horário da manhã), e de 14:00hs às 17:00hs (horário da tarde). Além do aparelho de rádio, o ouvinte pode contar, através de um celular, com o aplicativo que o próprio programa disponibiliza para escutar a programação, ou através do acesso ao site onde o programa, também, vai ao ar.

De acordo com o gerente de jornalismo da CBN-Belém, Celso Freire¹¹, quando o programa estava na frequência FM¹², tinha apenas como público a classe alta e média, mas, quando passou para frequência AM atingiu, também, pessoas de classes mais baixas. Contudo, Celso Freire levanta em questão que, a rádio CBN-Belém ainda é muito nova na região e, que a população ainda estaria se adaptando a proposta do programa que só toca notícia.

¹⁰ AM: É o processo de transmissão através do rádio usando Modulação em Amplitude.

¹¹ Celso Freire - Gerente de jornalismo da CBN-Belém foi entrevistado em novembro de 2013.

¹² FM: É o processo de transmissão através do rádio usando Modulação em Frequência



Neste caso, Celso Freire também ressalta a preocupação dos programas da FM em colocar trechos de notícias durante suas programações, vendo que a população já começou a se interessar mais por notícias no rádio.

As notícias veiculadas na CBN-Belém dividem-se em reportagens, entrevistas e notas. As notícias que rendem notas ou reportagens são gravadas e lidas por repórteres ou locutores, e situam-se durante a programação. No caso das notícias que rendem entrevistas, são feitas por telefone, e também colocadas durante a programação. Antes dessa veiculação, há uma seleção de notícias que atendam ao perfil do público consumidor.

Celso Freire diz, que dependendo do dia, às vezes são abordados poucos assuntos, mas que em média são produzidas cerca de 10 matérias por dia. Além disso, Celso Freire afirma que, no geral, todos os 13 profissionais, que ali atuam, estão ligados ao processo de produção de notícias para o programa.

A partir deste perfil, que o programa O Liberal CBN-Belém possui, este estudo de caso seguirá com a síntese sobre a produção de notícia no radiojornal, visando identificar, portanto, a utilização da internet dentro da redação, entre os profissionais que atuam neste processo, e como a utilização desta ferramenta pode estar influenciando na construção de interatividade, principalmente, entre os próprios responsáveis pela produção da manteria jornalística. Por isso, ficou perceptível a abordagem sobre a internet e a interatividade.

6. PROCESSO METODODOLOGICO

Tendo como objeto de estudo o produto jornalístico O Liberal CBN – Belém, pertencente a Rádio Liberal, delinea-se um Estudo de Caso. Foi adotado o conceito de estudo de Andrade (2006), que o entende como sendo um conjunto de análises e métodos, que buscam compreender fatos complexos e identidades relevantes sobre os objetivos do estudo que trabalha com um grupo ou situação específica.

O estudo possuiu o enfoque na análise da produção de notícias e interação, que o produto jornalístico O Liberal CBN - Belém configura, a partir do momento que ele, caracteriza a utilização da internet, também, como uma de suas principais ferramentas de comunicação. Sendo assim, observa-se a interatividade que está sendo construída, entre todos os profissionais envolvidos no processo de produção deste radiojornal.



Para o desenvolvimento da pesquisa contou com entrevista, e pesquisa de opinião., trabalhou com o universo de 13 profissionais envolvidos na produção do programa jornalístico.

A pesquisa de Campo foi o primeiro estágio deste estudo. Com esta ferramenta de pesquisa foi transcrito os fatos dentro da redação do O Liberal CBN, a ponto de interpretar, compreender e descrever todos os pontos e fatores importantes dentro do processo de produção da notícia, além de verificar a interatividade entre este processo com o público receptor e, principalmente, entre os profissionais que ali atuam.

7. FRAGMENTOS DA PESQUISA E RESULTADOS

Com objetivo de levantar uma avaliação qualitativa sobre o processo de produção de notícia do programa O Liberal CBN-Belém, visando observar, a utilização da internet como ferramenta nessa construção da matéria radiojornalística, que desenvolve relações de interatividade.

Primeiramente, foram ressaltadas as questões que envolvem os recursos tecnológicos disponíveis, para a produção de notícia do O Liberal CBN-Belém e, quando o radiojornal passou a adotar a Internet como ferramenta neste sistema de produção.

Celso Freire, Gerente de Jornalismo, relata que, a rádio dispõe de computadores, aparelhos celulares, gravadores digitais, além de recursos técnicos, como microfone e outros aparatos comuns ao veículo rádio.

Desde do início, quando o O Liberal CBN-Belém foi estruturado, eles já utilizavam a internet dentro da sua redação. E ainda diz que, o radiojornal mantém uma boa interatividade com o público através do *Twitter* e, que há o interesse de fazer uma conta no *Facebook*, especificamente do O Liberal CBN-Belém, para os ouvintes interagirem com os profissionais da rádio.

Logo, Celso Freire destaca que também sobre a importância da Internet, mais especificamente da utilização das mídias sociais. Onde aponta que com as mídias sociais, as pessoas têm interesse de divulgar não só assuntos particulares, mas também, notícias. E isso veio para ajudar os meios de comunicação e facilitar a comunicação



para os profissionais da rádio. Um exemplo dado por ele seria a facilitação de se comunicar com as assessorias de imprensa, por meio dessas mídias.

No entanto, Celso Freire destaca que não se pode confiar plenamente em tudo que é dito, por exemplo, em uma mídia social, como *Facebook* ou *Twitter*. Antes, é preciso confirmar, se aquela notícia de fato é verdadeira e, isso pode acontecer através de uma ligação feita à fonte informante ou à pessoa que foi relatada na notícia.

Pois através das mídias sociais e do *Gmail*, torna-se possível integrar todos os profissionais envolvidos na rádio, Mantendo se informados e em interação uns com os outros. E que, a integração e comprometimento de todos, que participam da produção do programa é muito valido para que se produzam mais notícias, sendo um benefício não apenas para quem produz, mas também à população.

Por fim, faz a colocações sobre o futuro da rádio neste contexto da era digital. Opina que, a maior integração entre o rádio e a internet, será a colocação dos programas radiofônicos na web, como eles próprios já vêm fazendo com o O Liberal CBN-Belém, mesmo assim, o aparelho de rádio só irá desaparecer, caso a internet construa aparatos mais potentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No processo de produção da notícia, no que diz respeito ao programa de rádio O Liberal CBN-Belém, foi identificado que interatividade é bastante presente. Pois, através de toda a preparação de pautas, notas, notícias, reportagens e entrevistas, é estabelecida uma comunicação dentro e fora da redação do radiojornal, que proporciona a troca de informações e conteúdos entre todos os profissionais envolvidos, para organizar e preparar o trabalho de produção da matéria radiojornalística.

Outro ponto identificado, neste contexto, foi a estrutura de recursos disponíveis à equipe responsável pelo processo de produção da notícia. Portanto, constatou-se que, além de telefones, aparelhos de celular, gravadores digitais e outros recursos próprios da rádio – de aparato tecnológico, os profissionais que participam deste sistema, contam também com as ferramentas provenientes da utilização da internet, em especifico o



acesso aos portais ORM e G1-Pará, e o uso do e-mail e das redes sociais, como *Facebook e Twitter*.

Essa comunicação, por meio das mídias sociais utilizadas e do e-mail, permite possibilidades de interação, também, com o público ouvinte. E esta interação, na opinião dos profissionais do O Liberal CBN-Belém, está vinculada a abordagem de assuntos, como esporte, urbanização, saúde e trânsito, capazes de atrair a participação do ouvinte.

Logo, a interação que existe dentro do processo de produção da notícia, para o produto radiojornalístico O Liberal CBN-Belém, está ligada a utilização da internet como mecanismo de comunicação em meio às atividades de produção do radiojornal.

Por fim, a utilização da internet, com relação ao programa de rádio O Liberal CBN-Belém, veio para fortalecer de maneira considerável o papel da comunicação entre os profissionais inseridos no exercício jornalístico da produção deste radiojornal. Além disso, a internet demonstra assim, que se agregou a comunicação radiofônica desenvolver novas formas de interação, que influenciam na produção de notícias.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Gilberto; **Estudo de Caso – Uma Estratégia De Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.

COTTA, Pery. **Jornalismo – Teoria e Prática**. Rubio, 2005.

BARBEIRO, Heródoto; RODOLFO, Paulo. **Manual de Radiojornalismo: Produção, Ética e Internet**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

KAPLÚN, Mario; A natureza do meio: limitações e possibilidades do Rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci(Org.) **Teorias do Rádio – textos e contextos**. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet – Planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

PRATA, Nair. **WEBradio – novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. 2º Edição. Florianópolis: Insular, 2002.

SAMPAIO, Walter; Teoria e prática no rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci(Org.) **Teorias do Rádio – textos e contextos**. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008