



Evento	Salão UFRGS 2015: SIC - XXVII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2015
Local	Porto Alegre - RS
Título	Radiojornalismo e convergência: um estudo do uso das redes sociais nas rádios CBN, de São Paulo, e Gaúcha, de Porto Alegre, nas eleições de 2014
Autor	PALOMA DA SILVEIRA FLECK
Orientador	LUIZ ARTUR FERRARETTO

Radiojornalismo e convergência: um estudo do uso das redes sociais nas rádios CBN, de São Paulo, e Gaúcha, de Porto Alegre, nas eleições de 2014¹

Paloma da Silveira FLECK²

Luiz Artur FERRARETTO³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

Analisa o uso de ferramentas digitais – redes sociais como Facebook, Twitter e WhatsApp; e-mails; e ouvidoria através de site – no segmento de radiojornalismo, concentrando-se na cobertura das eleições de 2014 realizada pelas emissoras CBN, de São Paulo, e Gaúcha, de Porto Alegre. Observa: (1) os diferentes usos das ferramentas digitais pelos ouvintes na relação com âncoras, comentaristas, repórteres e a emissora em si; e (2) os diversos tipos de uso pela emissora das mensagens emitidas pelos ouvintes por intermédio de tais ferramentas. A partir dos dados coletados, avalia as rotinas de trabalho dos comunicadores em seus contatos com os ouvintes e também a importância dada aos conteúdos enviados pelo público em relação àqueles tradicionalmente associados ao rádio (em especial, comentários, entrevistas e reportagens). Para tanto, utiliza a metodologia de análise de conteúdo.

No que concerne ao desenvolvimento da análise, efetuou-se gravação e escuta da cobertura das eleições pelas rádios CBN, de São Paulo, e Gaúcha, de Porto Alegre, nos dias 5 de outubro e 26 de outubro de 2014, conforme três faixas horárias, definidas supondo-se particularidades específicas de cada uma delas: das 7h30 às 9h, momento de início das votações, em que predomina o serviço ao eleitor; das 12h às 13h, quando a tendência é de que as informações de cunho jornalístico fiquem escassas e o recurso à divulgação de mensagens dos ouvintes cresça; e das 16h às 22h, período que vai do final da votação – incluindo os resultados de pesquisas de boca de urna e o término da apuração oficial – até a repercussão da vitória dos candidatos eleitos, supondo-se uma redução na veiculação ao microfone da participação do ouvinte. Simultaneamente com as gravações, foram armazenados os conteúdos disponibilizados pelas rádios nas redes sociais, assim como a troca de mensagens entre emissoras e ouvintes. Com base nos arquivos digitais, realizou-se a seguinte categorização: (1) mensagens dos ouvintes para emissora; (2) da emissora para os ouvintes, (3) da emissora para a emissora e (4) das fontes tradicionais para a emissora.

No período analisado, a CBN e a Gaúcha diferenciaram-se na maneira como utilizaram as ferramentas digitais no modo de comunicação com o ouvinte. A emissora de Porto Alegre usou como estratégia digital entregar amplamente seus conteúdos nas redes sociais, principalmente Twitter e Facebook, como forma de ampliação da marca para as plataformas digitais. A participação do ouvinte da Gaúcha nas redes sociais foi corrente e repetidamente solicitada pelos apresentadores ao microfone. Em contrapartida, a CBN não utilizou de forma tão assídua o Twitter e o Facebook como caminhos para a comunicação dos ouvintes. A rádio paulista serviu-se, para o fluxo comunicacional ouvinte-emissora, do WhatsApp, da ouvidoria de e-mail *Fale Conosco* e da caixa de mensagens disponível no portal da emissora *Fale com o Âncora*.

¹ Este artigo apresenta resultados parciais do projeto de pesquisa *Radiojornalismo e convergência na fase da multiplicidade da oferta*, coordenado por Luiz Artur Ferraretto.

² Estudante do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo e bolsista de iniciação científica.

³ Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, coordenador do projeto de pesquisa *Radiojornalismo e convergência na fase da multiplicidade da oferta* e orientador da bolsa de iniciação científica.