

# O USO DO WHATSAPP NA ROTINA PRODUTIVA DA EMISSORA DE RÁDIO BANDNEWS FLUMINENSE FM

Carolina Miranda Danelli<sup>1</sup> & Simone Orlando<sup>2</sup>

1. Discente do curso de Jornalismo, ICHS/UFRRJ e 2. Professora do DLC/ICHS/UFRRJ

Palavras-chave: *radiojornalismo; WhatsApp; interatividade.*

## Introdução

A interatividade tem estado em voga nos últimos anos e não tem como não olharmos para esse fenômeno sem pensar no meio rádio, um veículo de comunicação puramente interativo desde o seu surgimento, consagrando-se historicamente pela sua potência de interlocução com o receptor. Apesar das inúmeras formas de participação do público, como o telefone e as redes sociais, o avanço tecnológico, associado à computação, valorizou o processo de aproximação do veículo cada vez mais junto aos ouvintes.

O ouvinte, desde a era de ouro do rádio (anos 20-40), já se apresentava como um ator social relevante para o meio em questão. Isso porque meios de interações síncronas foram criados para que o público fosse representado em espaços abertos (como, por exemplo, em programas de auditórios, com participação efetiva da plateia).

O rádio como meio é atualmente fruto de um processo de modernização bastante significativo. Foi afetado tanto quanto outros veículos pela cultura da participação (fruto da Web 2.0) e pela cibercultura, o que tornou e ainda torna essa atuação do ouvinte muito peculiar. Por isso, os novos modos de interação não modificaram apenas as formas de comunicação da audiência com os meios, mas também a forma de produção e consumo da notícia.

O ouvinte de hoje fala com a emissora por diversas plataformas. O velho e bom telefone ainda é bastante utilizado. Mas não supera a vontade de interação trazida por ferramentas como o WhatsApp, redes sociais como Twitter e Facebook, e-mail, entre outros modos digitais de participação que permitem que esse ouvinte se expresse por áudio, texto e vídeo.

Nesse sentido, especialmente para o veículo rádio, interessa-nos pensar a ferramenta WhatsApp, e seus usos como uma contribuição do ouvinte na conformação do noticiário da programação radiofônica de uma rádio *all news*. O aplicativo em questão se destaca por ser extremamente instantâneo e multimídia, ou seja, permite que o ouvinte emita informações sonoras, textuais, fotográficas e audiovisuais, de modo que suas mensagens produzidas possam ser aproveitadas pelas emissoras das mais diversas formas.

## Metodologia

Para entender o papel do WhatsApp na rotina produtiva da redação da rádio BandNews FM Fluminense (nosso *corpus* de análise), estamos realizando pesquisa de campo em diversos horários da programação, para vivenciarmos a atual realidade da emissora. Além das visitas, já arrolamos depoimentos de profissionais da BandNews, através de entrevistas semi-estruturadas, com o intuito de identificar a reação e o comportamento dos jornalistas diante do novo papel que desempenham, através do método da observação participativa.

Para embasamento teórico, estamos estudando autores da área do radiojornalismo, de convergência midiática e do jornalismo participativo (*open, source, colaborativo, cidadão*). Atendem-nos com referências basilares iniciais Bernal (2013), Lopez (2010), Quadros (2013) e Xavier (1998)

Nas visitas já realizadas à emissora em março e abril de 2015, até então, já foram registradas entrevistas semi-estruturadas com os seguintes jornalistas: Pablo Ribeiro e Chico Vargas (âncoras da Segunda Edição do Jornal do Rio no horário de 18h às 19h), Marcus Lacerda (diretor de Mídias Sociais e repórter da emissora) e Artur Neto (âncora do horário de 12h às 14h).

## Discussão Inicial

O aplicativo mensageiro WhatsApp tem se configurado como uma das ferramentas de interação mais produtivas na relação dos meios com seus públicos, tanto na ambiência radiofônica, como televisiva, digital ou impressa. Especialmente, na rádio Band News

Fluminense FM, o casamento entre a emissora e o aplicativo parece bem promissor. Daí nosso interesse em enveredar nossa pesquisa para entender essa relação.

A emissora começou a utilizar o mensageiro em março de 2014 e já percebeu notáveis diferenças, como o aumento da audiência e o enquadramento dos ouvintes às regras do radiojornalismo produzido pela BandNews.

Neste processo de interação, o jornalista passou agir como um gatewatcher<sup>1</sup>, organizando e filtrando as informações enviadas por suas fontes. Apesar de o público participativo ter ocupado o papel de gatekeeper<sup>2</sup>, uma vez que todos podem enviar uma notícia, os usuários ainda são tratados como fontes. Algumas emissoras vão um pouco mais além e denominam estes que participam de “ouvinte-repórter”.

O “ouvinte-repórter” permite que o jornalista se aprofunde na notícia, mostrando o lado daqueles que não estão apenas querendo ser apresentados, mas também querem participar do processo de informação. Eles se tornam fontes, produtores e consumidores de sua própria realidade, que antes era apresentada de forma distante. As notícias se tornam mais humanas, dando maior credibilidade à emissora devido à aproximação com o ouvinte.

Inicialmente, na era analógica do rádio (década de 20-40), a participação do usuário se dava apenas por meio de cartas e, posteriormente, por telefone (phone-in) e programas de auditório. De acordo com Lopez (2010: 40), “a potencialização da presença do ouvinte se deu devido à popularização do telefone”, pois os ouvintes costumavam ligar para a emissora para informar sobre os acontecimentos, atuando como fonte para o jornalismo.

O celular (na década de 90) impactou a produção radiofônica ao permitir que repórteres transmitissem informações diretamente das ruas, palcos dos acontecimentos, facilitando a entrega da informação. E com isso, a audiência pode também contribuir com o rádio, a partir de qualquer local com acesso à internet. Atualmente são utilizados aplicativos de mensagens instantâneas, que necessitam de baixa rede de dados e facilita o processo, possibilitando que o ouvinte passe de fonte para o papel de “ouvinte-repórter”.

## Conclusão

Apesar dessa nova função do ouvinte, o jornalista ainda funciona como um filtro e seu papel ainda se sobrepõe ao do público. No entanto, é possível afirmar que, cada vez mais, é a audiência quem comanda a relação. Para que haja resultado positivo nessa relação, segundo Xavier (1998:06), o comunicador deve “efetivamente ordenar” ao ouvinte: ligue, converse, mande mensagem.

Para Brecht (2005, apud Besspalhok, 2013:19), o rádio deve ser uma “dupla mão de direção”, ou seja, um veículo que não esteja apenas nas condições de emitir, mas também de permitir a participação efetiva dos ouvintes. Em plena era da Web 2.0, podemos dizer que o teórico estava certo, pois podemos ver que público no rádio não é um mero receptor. De acordo com Bianchi (2014), é possível dizer que os ouvintes não são passivos, mas, hoje em dia, já são considerados produtores e disseminadores de conteúdo. As novas tecnologias são, na verdade, formas de aprimorar as modalidades já exploradas e facilitam o acesso do público à emissora.

## Referências Bibliográficas

BESPALHOK, Flávia Lúcia Bazan. *Interação entre o rádio, a internet e celulares: a potencialização da participação por meio de novas tecnologias de comunicação*. Interin, Curitiba, v. 16, N. 2, P. 18-26, Jul. 2013.

LOPEZ, Debora Cristina. *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio All News brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Covilhã: LabCom Books, 2010.

QUADROS, Mirian Redin de. LOPEZ, Debora Cristina. *Interatividade no jornalismo radiofônico: considerações a partir da análise das rádios Gaúcha e CBN*. 2014.

---

<sup>1</sup> O gatekeeper é a função de “selecionador” do que pode ser ou não notícia para um meio, agindo como editor da redação, por exemplo;

<sup>2</sup> Com o conceito de gatewatching surgiu com a revolução da Internet e passa a ter a participação de qualquer internauta na escrita das notícias.

XAVIER, Antonio Carlos. *Interação pelo rádio: monólogo ou conversação?* In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 21, 1998, Recife. Anais. São Paulo: Intercom, 1998. CD-ROM.