

O Facebook da CBN na Copa das Mobilizações – Notas sobre as articulações entre rádio e mídias sociais¹

Marcelo KISCHINHEVSKY²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O presente artigo apresenta reflexões iniciais decorrentes de pesquisa exploratória sobre as articulações entre a indústria da radiodifusão sonora e as mídias sociais. Como estudo de caso, elegeu-se o perfil da Rádio CBN no site de relacionamentos Facebook, acompanhado de forma sistemática durante 14 dias no mês de junho de 2013 – período marcado pelos protestos de rua em todo o Brasil, convocados através de redes sociais online. O foco da análise recai sobre as interações entre a emissora e os ouvintes/internautas, através de práticas como comentários, compartilhamentos e “curtidas”.

Palavras-chave: Rádio; Radiojornalismo; Mídias Sociais; Interações; Comunicação.

Introdução

O cineasta Arnaldo Jabor é o segundo comentarista da Rádio CBN mais ouvido na internet, logo atrás do consultor Max Gehringer. O *podcast* com as intervenções matinais diárias de Jabor na programação é assinado por dezenas de milhares de ouvintes, figurando entre os mais populares do mundo na categoria Notícias & Política do iTunes, serviço agregador da gigante de tecnologia Apple. Em junho de 2013, o nome de Jabor ganhou ainda mais projeção, mas desta vez pela repercussão negativa de uma série de comentários sobre os protestos nas ruas de todo o Brasil. Na quarta-feira, 11 de junho, com as manifestações iniciadas após aumento de passagens de ônibus, em São Paulo e outras capitais, a CBN publicou em seu site o comentário daquela manhã sob o título “Juventude quer agir, mas não sabe como”³, com duras críticas à “violência dos manifestantes”. No dia seguinte, Jabor elevou ainda mais o tom, e o *podcast* ganhou o título “Revoltosos de classe

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Manaus, Universidade Federal do Amazonas (UFAM), setembro de 2013.

² Jornalista, doutor em Comunicação e Cultura e professor adjunto do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ). O autor agradece o apoio da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) às pesquisas que resultaram no presente artigo. Email: marcelok@uerj.br

³ Disponível em <http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/arnaldo-jabor/2013/06/12/JUVENTUDE-QUER-AGIR-MAS-NAO-SABE-COMO.htm>. Última consulta: 2/7/2013.

média não valem 20 centavos”. Em seu texto de polemista, atribuía as manifestações em São Paulo a um misto de “burrice com rancor sem rumo”⁴.

Travou-se a partir daí uma batalha midiática raras vezes testemunhada na história da radiodifusão sonora. A reação dos ouvintes e dos internautas que tiveram acesso aos áudios através de milhares de compartilhamentos deu início a um linchamento público do comentarista, combinando humor, agressões explícitas e, ocasionalmente, argumentações bem fundamentadas. O resultado: Jabor se viu compelido a retratar-se, admitindo que as manifestações não podiam ser reduzidas a atos isolados de vandalismo ou à ação de grupos anarquistas minoritários infiltrados nos protestos⁵. O mea-culpa, apenas no perfil da CBN no Facebook, foi compartilhado 4.400 vezes, sendo “curtido” por 2.690 pessoas e suscitando 716 comentários. Nos dias seguintes à polêmica, o número de requisições de *podcasts* com comentários de Jabor saltou da faixa dos 19 mil para mais de 30 mil, enquanto o total de downloads dos arquivos diretamente no site pulou para mais de 13 mil, contra uma média diária de menos de 5 mil nas semanas anteriores.

A retratação e o fluxo de comentários nas redes sociais online expõem uma nova dinâmica nas relações estabelecidas entre ouvintes e emissoras de rádio, em que cada vez mais a audiência deixa de se bastar pela posição de “participante ratificado” (GOFFMAN, 2008, p. 305), sem direito a voz, numa simulação de conversa comandada pelos comunicadores. Para investigar as novas práticas interacionais nesse rádio expandido, que transborda para as plataformas digitais e já não se circunscreve às ondas hertzianas, realizou-se pesquisa exploratória, com acompanhamento sistemático das postagens da página da Rádio CBN no site de relacionamentos Facebook, entre os dias 7 e 20 de junho. O *corpus* da análise abrange 273 postagens, totalizando 3.752 comentários, 31.173 compartilhamentos e 37.083 “curtidas” – o botão “curtir” no Facebook traz certa ambiguidade, denotando tanto aprovação quanto solidariedade ou mesmo ironia diante de uma postagem ou um comentário. Os dados coletados foram complementados por entrevistas semiestruturadas com jornalistas da CBN⁶.

A escolha da CBN é justificada pelo fato de se tratar da maior rede brasileira no segmento All News, com seis emissoras próprias e 23 afiliadas em todo o país, totalizando

⁴ Disponível em <http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/arnaldo-jabor/2013/06/13/REVOLTOSOS-DE-CLASSE-MEDIA-NAO-VALEM-20-CENTAVOS.htm>. Última consulta: 2/7/2013.

⁵ Disponível em <http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/arnaldo-jabor/2013/06/17/AMIGOS-EU-ERREI-E-MUITO-MAIS-DO-QUE-20-CENTAVOS.htm>. Última consulta: 2/7/2013.

⁶ Agradeço ao coordenador de Jornalismo da CBN no Rio de Janeiro, Eduardo Compan, ao coordenador do site da emissora, Júlio Lubianco, e à repórter Priscila Moraes pela disponibilidade em prestar informações para este trabalho.

audiência que, nos dias úteis, oscila entre 90 mil e 140 mil ouvintes por minuto. Além disso, a rede, pertencente ao Sistema Globo de Rádio (SGR), tem priorizado a internet como estratégia de negócios, entendendo-a como “plataforma multimídia na qual o ouvinte/internauta tem diferentes interfaces com o veículo” (TAVARES, 2011, p. 19).

O presente artigo considera a reconfiguração do rádio diante do processo de convergência midiática (cf., entre outros, FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010), fenômeno que *remediou* a radiofonia, levando a classificações como “ciberrádio” (CEBRIÁN HERREROS, 2008), “rádio hipermidiático” (LOPEZ, 2010) e “rádio expandido” (KISCHINHEVSKY, 2011). Interessa-nos particularmente a articulação entre a indústria da radiodifusão sonora e as chamadas mídias sociais, tema que tem sido objeto de reflexão de diversos autores, com diferentes portas de entrada – usos e apropriações (PRATA, CAMPELO e SANTOS, 2008); interações (SANTOS, 2011, KISCHINHEVSKY, 2012a); lógicas de produção e circulação (LÓPEZ, op. cit.; KISCHINHEVSKY, 2012b); análises discursivas (KISCHINHEVSKY, 2012c). Aqui, enfatizaremos as práticas interacionais entre emissora e ouvintes/internautas, entendendo a comunicação como campo de disputas na construção dos sentidos.

Fruto de pesquisa exploratória, o trabalho ainda integra projeto de pesquisa mais amplo, sobre rádio e convergência midiática, realizado junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ), do qual o autor é membro efetivo.

A CBN e o Facebook

A jornalista Priscila Moraes tem uma rotina de trabalho que desperta um misto de inveja e de incompreensão entre muitos colegas de profissão. Ela passa os dias, de 8h às 15h, conectada ao Facebook, em sua mesa junto à equipe que alimenta o site da CBN. Priscila pode até estar se divertindo durante o expediente, mas suas tarefas são bastante concretas: ela tem as incumbências de atualizar o perfil da rádio no site de relacionamentos, de monitorar o que se destaca nas redes sociais online, responder a ouvintes, registrar os bastidores da emissora (inclusive em fotos, em geral não creditadas) e, eventualmente, localizar fontes para entrevistas. Reportagens exclusivas, como um caso de agressão no Metrô e uma denúncia de homofobia sofrida por um casal de lésbicas num bar da Lapa, foram apuradas por Priscila através do Facebook, sendo posteriormente veiculadas tanto em ondas hertzianas quanto online.

O enquadramento funcional de Priscila não a distingue dos colegas de redação. Está lá escrito em seu crachá: “repórter”. Mas sua rotina de trabalho é um indicativo da importância que o Facebook assumiu na vida online dos internautas ao longo dos últimos anos. O Twitter já havia sido apropriado pelos comunicadores do SGR há cinco anos, mas permanece extremamente pulverizado e personalizado – perfis institucionais historicamente têm pouco apelo entre a audiência. Por sua vez, o Facebook tornou-se dominante, assumindo papel estratégico para empresas de comunicação, particularmente para emissoras de TV e rádio⁷.

A página da CBN no Facebook foi criada em 2010, mas era atualizada pela equipe de marketing da rádio em São Paulo, em média duas vezes por dia – muitas vezes, uma das postagens resumia-se a um “Bom dia!”. Depois da Olimpíada de Londres, em 2012, a redação negociou com a direção para assumir a tarefa de atualizar o perfil, ganhando a vaga de repórter que seria posteriormente preenchida por Priscila.

O coordenador de Jornalismo da CBN no Rio de Janeiro, Eduardo Compan, admite que o trabalho no site de relacionamentos tem sido realizado na base de “tentativa e erro”, mas ressalta o retorno obtido com o perfil, cujo número de “curtidas” saltou da faixa de 30 mil para 113 mil, em julho de 2013⁸.

Inicialmente, a página linkava grande número de áudios postados no site da emissora, remetendo o internauta para lá. Depois de alguns meses, no entanto, a emissora deu uma guinada no tipo de postagens, por considerar que o Facebook se tornou “uma espécie de agência de notícias” e por temer “que as pessoas acabem se dando por satisfeitas com o link” e deixando de navegar pelo site da rádio. Compan explica que o foco recaiu sobre bastidores da cobertura, sobre o processo de construção da notícia e sobre conteúdos exclusivos que irão ao ar em ondas hertzianas dentro de alguns instantes, numa clara estratégia remissiva com o intuito não apenas de movimentar o tráfego no perfil, mas de levar ouvintes/internautas para o site da CBN e para as ondas hertzianas. Daí a polêmica iniciativa de não linkar os áudios do site no Facebook.

A gente deixou de pôr os links porque o Facebook se tornou uma espécie de concorrente. A pessoa pode não ligar o rádio e se bastar com aquele áudio que está

⁷ Estudo da consultoria E.Life mostra que, em 2013, 98% dos internautas brasileiros utilizavam plataformas sociais. Dos entrevistados, 81,6% tinham perfil no Facebook, líder absoluto no país. O mesmo levantamento revela que 50,5% dos internautas têm o hábito de ouvir rádio enquanto navegam na rede mundial de computadores e 71,1%, de assistir à televisão. Dados disponíveis em: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2013/06/20/quase-100-dos-internautas-no-brasil-usam-redes-sociais-facebook-lidera/>. Última consulta: 8/7/2013.

⁸ Última consulta: 8/7/2013.

ali. Além disso, o Facebook não nos diz quem está acessando os links. Não conhecemos o perfil dos usuários da nossa página. Por isso, paramos de colocar os links e passamos a postar chamadas para conteúdos disponíveis no site e para o *player* da rádio, no caso de grandes coberturas⁹.

A emissora anda sempre no fio da navalha, pois a ênfase em bastidores sem interesse jornalístico pode trazer tanto “curtidas” e comentários positivos quanto críticas de internautas que não querem ficar “lendo abobrinhas”.

Perguntado sobre a natureza dos comentários, muitas vezes agressivos e recheados de palavrões, Compan diz que a internet é democrática e não deve ser censurada. Priscila Moraes, contudo, reconhece que ocasionalmente um comentário é considerado ofensivo e precisa ser retirado. Nesses casos, ela afirma que entra em contato com o internauta responsável pelo comentário removido, explicando o porquê da decisão. Em geral, diz, acaba sendo compreendida pelo autor do comentário que se excedeu.

Ter um “repórter no Facebook” chama a atenção, considerando-se que atualmente a redação da CBN no Rio de Janeiro é uma equipe enxuta: são 35 jornalistas, dos quais cinco estão lotados no site – dois na chefia e três repórteres. Mas, considerando-se apenas o *corpus* da análise, a tarefa ganha caráter indispensável. A rádio precisa administrar o fluxo de informações, responder a comentários e ter alguém responsável por gerenciar o grande número de mensagens – muitas com denúncias ou sugestões de pauta – que chegam através de mensagens diretas (“inbox”) ao perfil da emissora no site de relacionamentos. Durante um tempo, esse trabalho ficou exclusivamente por conta de Priscila. Agora, um punhado de profissionais do site tem acesso ao perfil e autonomia para atualizá-lo, o que permite postagens 24 horas por dia, mas coloca uma série de desafios, em termos de coerência editorial.

A Copa das Mobilizações

Os preparativos para a Copa do Mundo de 2014, a ser disputada no Brasil, tomaram conta do noticiário e de campanhas publicitárias da mídia de referência ao longo dos últimos anos. Nesse contexto, a Copa das Confederações, espécie de ensaio geral para o Mundial, disputada tradicionalmente no ano que a antecede, ganhou atenções da imprensa especializada, não apenas das editorias de esportes. Também se multiplicaram reportagens

⁹ Entrevista ao autor, por telefone, em 20/6/2013.

de viés político, econômico, de mobilidade urbana, entre outros aspectos inerentes à cobertura de megaeventos. A expectativa da população, de que a Copa traria benefícios em termos de infra-estrutura, acabou se frustrando. Acumularam-se denúncias de obras atrasadas e superfaturadas, que ainda traziam transtornos para os moradores das cidades-sede. Paralelamente, o país se viu colhido pela ressaca da crise econômica internacional iniciada em 2008 e o crescimento econômico estagnou, enquanto a inflação subia, estourando o teto da meta. Este cenário explica em parte, mas está longe de esgotar a longa lista de motivos que levaram à deflagração de uma série de protestos de rua de Norte a Sul do país, justamente no mês de junho de 2013.

A Copa das Mobilizações, como foi apelidada primeiramente nas redes sociais online e em seguida por parte da mídia de referência, envolveu manifestações que cobravam desde serviços públicos “padrão Fifa” – numa referência às exigências da entidade organizadora do Mundial – até a revogação de reajustes de passagens de ônibus, ocorridos no mesmo mês em que o governo federal havia anunciado pacote de desonerações para as empresas de transporte urbano. Informações publicadas pela imprensa dão conta de que os primeiros protestos contra aumento de ônibus e metrô ocorreram ainda em maio, nas cidades de Porto Alegre, Natal e Salvador, o que serviu de inspiração para o Movimento Passe Livre convocar a primeira passeata em São Paulo, no dia 6 de junho¹⁰. Nesta data, cerca de 5 mil manifestantes foram às ruas em São Paulo, Rio de Janeiro, Natal e Goiânia. Houve confrontos com policiais e quatro pessoas foram detidas. Atos isolados de vandalismo foram generalizados no noticiário e tomados como exemplares das manifestações, suscitando grande tráfego de protestos online.

Na segunda-feira seguinte, dia 10, após outra série de convocações através de redes sociais online, 15 mil manifestantes voltaram às ruas no Rio de Janeiro e em São Paulo, e ao fim de passeatas pacíficas houve novamente confronto entre grupos minoritários anarquistas e policiais, com 47 pessoas sendo detidas.

Os protestos foram se intensificando até que, no dia 13, depois de Jabor atacar os “revoltosos de classe média”, as ações truculentas da Tropa de Choque da PM de São Paulo finalmente começaram a suscitar críticas. Ao fim do dia, 137 pessoas estavam detidas e mais de 100 feridas, das quais dez jornalistas, sete deles do jornal *Folha de S.Paulo*, todos no exercício de suas atividades profissionais; uma repórter da Folha, Giuliana Vallone, foi

¹⁰ Esta informação e as seguintes sobre a cronologia dos protestos foram extraídas de infográfico publicado pelo jornal *O Globo*, tendo como fontes de informações tanto a Polícia Militar, governos de estados e prefeituras quanto líderes de movimentos sociais. Cf. REMIGIO, Marcelo, “Um mês para não esquecer”, pág. 16, 30/6/2013.

atingida por uma bala de borracha no olho direito e teve que ser hospitalizada¹¹; um fotógrafo, Sérgio Silva, da agência Futura Press, também foi baleado no olho esquerdo e até o fechamento deste artigo tinha remotas chances de recuperar a visão¹². Nesse mesmo dia, o jornalista Elio Gaspari publicaria no site do jornal O Globo texto que seria reproduzido na edição impressa do dia seguinte, com chamada de capa e o título “A PM começou a batalha na Maria Antônia”, referência à rua que faz esquina com a Consolação e que foi palco da mais brutal ação do Choque¹³. No dia 14, mais 232 pessoas seriam detidas em protestos que reuniriam cerca de 24 mil pessoas em Niterói e em São Paulo.

O rádio teria papel de destaque na cobertura dos acontecimentos em São Paulo¹⁴. No Rio de Janeiro, o rádio se tornaria protagonista apenas no dia 16, domingo, durante a cobertura de México x Itália, no Maracanã, quando o repórter do SGR Genilson Araújo, escalado para acompanhar as manifestações no entorno do estádio, narrou a repressão policial a uma passeata pacífica, culminando num cerco a uma área de lazer carioca próxima, a Quinta da Boa Vista. Editadas por internautas, as entradas ao vivo de Genilson durante a partida tornaram-se um viral na rede, compartilhadas por milhares de pessoas e replicadas em diversos sites, no próprio domingo¹⁵. Curiosamente, só no dia seguinte a CBN colocaria Genilson no ar, no CBN Rio, falando sobre o episódio¹⁶.

No dia 17, após o “eu erre” de Jabor, policiais detiveram outras 237 pessoas em protestos que reuniram 276 mil, em 25 cidades. As manifestações se alastrariam por todo o país, até o dia 20, quinta-feira, quando pelo menos 1,4 milhão de pessoas participaram de atos públicos em 129 cidades.

Os protestos prosseguiriam após essa data, mas, para fins de análise e por conta do prazo de fechamento deste artigo, o *corpus* ficou circunscrito a este período – 7 a 20 de junho. A seguir, serão detalhadas as dinâmicas de interação entre emissora e ouvintes no perfil da CBN no Facebook, buscando-se compreender estas práticas no contexto de um

¹¹ Cf. *Comunique-se*, 14/6/2013. <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/sub-destaque-home/72057-sete-reporteres-da-folha-sao-feridos-pela-pm-uma-esta-hospitalizada>.

¹² Cf. *Comunique-se*, 14/6/2013. <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/veiculos/72060-fotografo-pode-ficar-cego-apos-ser-atingido-por-bala-de-borracha>.

¹³ Cf. <http://oglobo.globo.com/pais/a-pm-comecou-batalha-na-maria-antonia-8684284>.

¹⁴ Cf. CHENI, Anderson, *Comunique-se*, 14/6/2013. <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/veiculos/72069-rádios-jornalisticas-se-destacam-na-cobertura-dos-protestos-em-sao-paulo>.

¹⁵ Cf., entre outros, <http://www.bocaonews.com.br/noticias/principal/geral/62773,reporter-da-cbn-chora-ao-relatar-manifestacao-ao-vivo-no-rio.html>. Equivocadamente, internautas destacaram o suposto choro de Genilson, que na realidade tinha a voz embargada pelo gás lacrimogêneo lançado pelos policiais militares.

¹⁶ Cf. entrevista do repórter a Octávio Guedes e Lilian Ribeiro, disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/rio-de-janeiro/2013/06/17/BATALHAO-DE-CHOQUE-CHEGOU-ATIRANDO-E-DISPARANDO-BALAS-DE-BORRACHA-QUANDO-OS-MANIFESTANTE.htm>.

embate em torno da construção de sentidos para as maiores manifestações populares vistas pelo país desde o impeachment do ex-presidente Fernando Collor de Mello.

O Facebook da CBN como termômetro das reações da audiência

O dia 7 de junho, uma sexta-feira, foi um dia típico em termos de postagens no perfil da CBN no Facebook. Embora os protestos estivessem começando a pipocar em São Paulo, o assunto não surge na página da emissora. Das 17 postagens, apenas uma refere-se a bastidores da rádio – a visita do jornalista da TV Globo Márcio Gomes, que assumiria o cargo de correspondente no Japão. Todas as demais diziam respeito a programas, boletins ou comentários veiculados na rádio. A taxa de “curtidas”, comentários e compartilhamentos é baixa: a mais expressiva é do quadro de humor Rádio Sucupira, “curtido” por 189 ouvintes e compartilhado por 185, suscitando 16 comentários.

Durante o fim de semana, a lógica da agenda persiste. No sábado, dia 8, são 20 postagens, das quais nove referentes a programas, cinco relativas a coberturas esportivas, quatro chamadas para reportagens especiais e apenas duas sobre notícias do dia – um incêndio e o fechamento de uma área comercial por ordem do tráfico de drogas. No domingo, são apenas sete postagens, cinco relativas a esportes e duas a programas.

Na segunda-feira, dia 10, não há registro de mudanças. Todas as 21 postagens se referem a programas, boletins ou comentários, exceto uma nota remetendo ao estado de saúde do ex-presidente sul-africano Nelson Mandela. Chama a atenção o uso generalizado de fotos sem crédito, sejam elas de bastidores da rádio ou de noticiário nacional e internacional. Outra característica peculiar que emerge da análise é o texto de caráter publicitário de várias publicações, como a chamada para o comentário do jornalista Gilberto Dimenstein:

Você sabia que o seu lixo eletrônico pode render descontos em passagens aéreas? Gilberto Dimenstein descobriu que o Sesc de Minas Gerais oferece um voucher de R\$ 50 para cada resíduo eletrônico que for descartado de modo correto em uma de suas unidades. Os vouchers podem ser usados na compra de passagens aéreas da companhia Azul.

Gilberto Dimenstein trata de assuntos que envolvem o capital humano de segunda a sexta, às 8h35. Acesse o site CBN e ouça o comentário na íntegra sobre esse bom incentivo para o descarte correto de resíduos.

Sem os links para os áudios, por opção editorial, as queixas acumulam-se. Na chamada para o comentário do jornalista Merval Pereira, um ouvinte assinala:

Seria muito interessante que o pessoal da CBN no Facebook passasse a adotar sempre que possível, um hiperlink nos seus posts pra facilitar a nossa vida de ouvinte e facebooker. Por favor pessoal, não quero desviar o assunto do post, mas é que esse semana já é a 4ª vez que sinto falta desse bendito hiperlink nos posts aqui do Facebook... Agradeço a compreensão,
Abraço.

Na penúltima postagem do dia, com chamada para o CBN Noite Total, a manifestação em São Paulo figura entre os destaques do programa e há uma foto (não creditada) de manifestantes sendo presos. Apenas sete comentários e três compartilhamentos são registrados, mas o primeiro comentário chama a atenção, por se limitar a um link para outra página do Facebook que traz charge com críticas à cobertura dos protestos pela imprensa¹⁷. Esta prática se disseminará nos dias seguintes, sugerindo que os comentários de perfis da mídia de referência no Facebook passam a se configurar não apenas como um espaço de manifestação de opiniões e ideias, mas também um campo de batalhas midiático, em que outras narrativas são contrapostas à cobertura.

O tema é desdobrado no CBN Madrugada, com foto de manifestação no Rio. Comentários criticam o tom da cobertura. Um deles assinala que, na Turquia, a mídia classifica atos públicos como “protestos”; no Brasil, como “vandalismo”. Curiosamente, o tema não é mencionado em nenhuma das demais 19 postagens daquele dia 11 de junho, todas relacionadas a programas, boletins, comentários ou reportagens exclusivas, exceto por duas notas de bastidores, uma de repórter-ouvinte (notícia a partir de foto sobre queda de pedaço de reboco do teto do Aeroporto de Congonhas, em São Paulo) e uma notícia sobre desocupação de área invadida na Zona Sul paulista, com uma chamada inusitada:

A repórter Luciana Marinho acompanha a reintegração de posse em uma área invadida por cerca de mil famílias na Zona Sul da capital paulista. Barricadas com fogo foram montadas para impedir a entrada de autoridades. Veja outras informações no site da CBN!

No dia 12, novamente, as manifestações ficam em segundo plano na página da CBN no Facebook. Só há cinco menções, as duas primeiras ocorrendo nas chamadas do CBN

¹⁷ Cf.

<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=471765796232807&set=a.306926306050091.71044.227280064014716&type=1&theater>.

Madrugada e do Jornal da CBN. No primeiro, destaque do programa enfatiza “rastros de destruição” deixado por manifestantes na Avenida Paulista e é ilustrada por foto sem crédito de guarda municipal apontando um extintor contra um cone em chamas. Comentários criticam duramente o tom da cobertura. O mesmo ocorre com o jornal matinal, cujos destaques foram assim representados no site de relacionamentos:

Bom dia pessoal, falta exatamente um ano para o começo da Copa de 2014. Confirmam os principais destaques do Jornal hoje:

- + O novo protesto contra o reajuste na tarifa do transporte público em São Paulo teve confronto com a Polícia e vandalismo na região central da cidade.
- + Sete ônibus foram danificados e agências bancárias chegaram a ser incendiadas.

Naquele dia, as manifestações só voltariam a ser citadas em duas postagens. A primeira, intitulada “Protestos São Paulo”, chamava para entrevista com o prefeito de São Paulo, Fernando Haddad, e paradoxalmente era ilustrada por foto do político sorridente; a segunda remetia ao comentário de Jabor, que chamava os protestos de “vandalismo puro” e era ilustrada com foto sem crédito de ônibus depredado, com o letreiro “Juventude está errando a causa – Arnaldo Jabor”; e a terceira resumia-se a uma foto ilustrando o quadro Liberdade de Expressão. O comentário de Jabor é “curtido” por 206 e compartilhado por 168 internautas, suscitando 64 comentários, claramente divididos entre contrários e favoráveis.

No dia 13, o assunto novamente não é citado ao longo do dia. São apenas quatro menções, a primeira remetendo a um jornal da manhã e as três últimas, à noite. A primeira destas, intitulada “Protestos no Rio”, busca refinar a nomeação, talvez refletindo as numerosas críticas à rádio e à imprensa geral nos comentários publicados no Facebook:

As ruas do Centro foram tomadas por manifestantes que protestavam pacificamente contra o reajuste da tarifa de ônibus. Na foto, eles ocupam as escadarias da Alerj. Logo depois, houve confronto com a Polícia Militar. Confira a cobertura completa no site da CBN.

A postagem é “curtida” por 311 ouvintes e compartilhada por 174. Parte dos 51 comentários instaura um debate sobre as causas do movimento e sobre o tom geral da cobertura; há dois em inglês, um deles pedindo ajuda com tradução para compreender o que estava se passando; boa parte dos comentários fazia referência, positiva ou negativa, ao uso

do advérbio “pacificamente” no texto. Mas a postagem seguinte põe todo esse esforço de refinamento de tom a perder:

A PM usou balas de borracha e bombas de gás para dispersar os manifestantes em São Paulo. Mais de cem pessoas foram detidas. É o quarto protesto contra o aumento das tarifas de ônibus. A cobertura completa está no site da CBN.

Diante desta postagem, ilustrada por foto sem crédito de policiais militares disparando balas de borracha contra manifestantes, os comentários sobem o tom nas críticas à cobertura, chamando a rádio de “imprensa da mentira”, “imprensa chapa branca” e atacando a “parcialidade” da emissora. O enquadramento da foto, feita da perspectiva dos PMs, certamente tem papel decisivo nas reações negativas.

No dia 14, sexta-feira, o tema é tratado em seis das 19 postagens no perfil da rádio. Curiosamente, a postagem que mais suscitou reações não tem relação direta com os protestos: é o comentário de Carlos Alberto Sardenberg sobre o recuo do governo na decisão de exigir a discriminação da carga tributária nas notas fiscais. Foram 451 “curtidas”, 79 comentários e 1.420 compartilhamentos. A segunda postagem mais popular foi à noite e pode ser classificada como um discurso auto-referencial, já que o trabalho de uma repórter se torna o foco da notícia:

Um policial militar atingiu a repórter Andrea Ferreira, da CBN, com spray de pimenta, enquanto ela estava no ar ao vivo noticiando a manifestação contra o aumento das passagens de ônibus em Niterói, na Região Metropolitana. Ela passa bem. A PM disse que apurará o caso. Ouça no site da CBN.

Esta postagem foi “curtida” por 411 ouvintes/internautas, comentada por 69 e compartilhada por 275. Entre os comentários, críticas à linha editorial da rádio e ao trabalho da imprensa em geral (“Só muda de ideia quando atinge a/o repórter CBN!?”; “agora quem sabe a imprensa começa a apoiar os manifestantes!”; “Hipócritas... repórter comprado tem q levar borrachada mesmo”).

No sábado, dia 15, embora as manifestações continuassem, 10 das 19 postagens diziam respeito à cobertura da partida entre Brasil e Japão, estreia da seleção brasileira na Copa das Confederações. O mesmo ocorre no domingo, dia 16, com 12 das 22 postagens remetendo às transmissões das partidas México x Itália e Espanha x Uruguai. Só duas enfatizam os protestos nos arredores do Maracanã, uma delas mencionando confrontos nas

imediações da Quinta da Boa Vista, sem destacar o relato do repórter Genílson Araújo, e a outra citando apenas o fechamento da estação do Metrô de São Cristóvão. Os comentários críticos à cobertura centrada no que estava ocorrendo em campo se multiplicam. Em pouco tempo, ouvintes/internautas começam a postar links para outras páginas do Facebook e sites externos com versões editadas das entradas ao vivo de Genílson Araújo durante o jogo entre México e Itália. Na postagem sobre o fim do jogo Espanha x Uruguai, um comentário linka para vídeo amador de 11min sobre violência policial nas manifestações da Avenida Paulista, com nada menos que 91.848 compartilhamentos e 19.058 “curtidas” até o dia 27 de junho.

O dia 17, segunda-feira, marca uma guinada na página da rádio no Facebook. O mea-culpa de Jabor é apenas o primeiro indício do aumento do tráfego. Ao todo, foram 38 postagens, e a emissora claramente passa a organizar a publicação de informações. À tarde, pela primeira vez usa *hashtags*, o que integra o perfil da CBN a um fluxo mais abrangente, um círculo mais amplo de redes sociais online, sobre o qual não tem ingerência. Outra novidade: a rádio passa, enfim, a convocar ouvintes/internautas a enviar conteúdo colaborativo (fotos e vídeos) para o email do site.

Até o início da tarde, as críticas sobre o tom da cobertura dos protestos permanecem, agora atacando a abrangência das reivindicações:

a cbn esta perdendo o foco, ou fugindo dele, os protestos NÃO SÃO PELO AUMENTO DAS PASSAGENS... hj o monopólio da informação se perdeu... a corrente na internet provê um meio de tráfego de informação que NÃO PODE MAIS ser contida...

CBN, meus filhos, NÃO É MAIS sobre as tarifas. A manifestação tem outros objetivos. Não percam o bonde

SERÁ QUE VOCES CONTINUAM A CONSIDERAR ESTAS MANIFESTAÇÕES COMO LUTA CONTRA OS r\$0,20??? SÃO SURDOS OU MAL INTENCIONADOS????

CBN, isso não eh só pelo aumento das passagens. Não adianta achar que eh, porque não eh!! O povo quer ver o fim da corrupção, isso eh só o começo!!! Não suportamos mais!

O uso de *hashtags* como #protestobrasil, #protestorj e #protestosp multiplica o volume de comentários e compartilhamentos para a casa das centenas e milhares. A postagem mais popular, “curtida” por 3.587 e compartilhada por 4.393, suscitando 178 comentários, chama para a cobertura da passeata no Centro do Rio, que naquela noite

reuniria mais de 100 mil pessoas. A ilustração é uma foto de repórter-ouvinte. O eixo dos comentários se desloca da crítica à cobertura para os elogios ao protesto pacífico. Evidencia-se outra forma de interação, pouco registrada até então no perfil da rádio: a “marcação” de “amigos” integrantes da rede social dos internautas autores dos comentários, o que faz com que estes recebam notificação por email ou por telefone móvel, com link para a postagem para a qual se quer chamar a atenção. A “marcação” configura um chamado mais pessoal do que o compartilhamento, ajudando a estreitar laços que muitas vezes não existem offline.

Nos dias seguintes, as postagens voltam para a normalidade, com baixas taxas de compartilhamento e comentários. Algumas poucas, no entanto, alcançaram grande popularidade – notadamente, a chamada para o quadro Hora de Expediente, com Dan Stulbach, José Godoy e Luiz Gustavo Medina, no dia 19, em que se destacava, em meio à revolta popular, a aprovação do projeto conhecido como “cura gay” na Comissão dos Direitos Humanos da Câmara, dirigida pelo pastor Marcos Feliciano; e o comentário de Milton Jung, no dia 20, sobre a posição de celebridades como Pelé, que desaconselharam a população a participar das manifestações. Hora de Expediente seria “curtido” por 2.372 pessoas e compartilhado por nada menos que 8.158, suscitando 138 comentários. Já Jung seria “curtido” por 2.199 e compartilhado por 2.380, com 156 comentários.

Considerações finais

Sem pretensões de trazer uma explicação coerente para os fenômenos observados, busca-se aqui esboçar considerações preliminares sobre as interações registradas na página da CBN no site de relacionamentos.

De um modo geral, a interação com ouvintes/internautas ocorre de forma modesta, o que pode ser parcialmente justificado pela ausência de links para os áudios referenciados nas postagens. A emissora segue uma rotina produtiva também no Facebook, com a maioria das publicações referindo-se a programas, comentários, boletins e reportagens especiais. Percebe-se uma demora na reação aos protestos, que vão ganhando força diariamente e permanecem mal representados online, justamente num momento em que a internet se firma como espaço de convocação das manifestações e divulgação das reivindicações.

Uma análise discursiva poderia extrapolar diversas conclusões do material coletado, mas, considerando-se as entrevistas realizadas, percebe-se uma dificuldade da emissora para qualificar as manifestações – uma hesitação que pôde ser detectada nos mais diversos meios de comunicação tradicionais. Mais do que imposições de uma linha editorial determinada, o que emerge da observação das postagens é uma insegurança quanto às (diversas) razões que levaram à mobilização popular, com apoio decisivo das convocações através de redes sociais online. Daí as críticas de ouvintes/internautas quanto à ênfase dos textos das chamadas em relação ao aumento das passagens de ônibus.

O fluxo de informações nas redes sociais ocorreu de forma intensa naqueles dias, mas o perfil da CBN parece ter ficado a maior parte do tempo à margem. Poucas foram as postagens que suscitaram milhares de compartilhamentos.

Links em comentários estabelecem campo de embates em que as narrativas sobre os acontecimentos, veiculadas pela mídia de referência, ganham contrapontos, na forma de contra-narrativas. Um bom exemplo foi registrado em comentário à chamada que remetia à cobertura da invasão da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro (Alerj) por uma minoria de manifestantes após a passeata dos 100 mil, na noite do dia 17. O link encaminhava os internautas para vídeo postado pelo grupo anarquista Anonymous BR no Youtube, com críticas ao comentarista Arnaldo Jabor. Só este vídeo teve, até o dia 27 de junho, nada menos que 962,9 mil visualizações, o que evidencia a emergência de novas formas de mediação social online, à margem da grande imprensa.

Embora não seja nosso foco neste artigo, também chama a atenção o uso da imagem no perfil da CBN no Facebook, na maioria dos casos recorrendo a fotos não creditadas. Só no auge dos protestos, a partir do dia 17 de junho, começamos a registrar o uso de fotos com crédito – na maioria de agências de notícias internacionais ou da própria Agência O Globo – ilustrando as postagens. Percebe-se ainda uma opção (inconsciente?) por fotos que incorporam a perspectiva dos policiais, e não dos manifestantes. Apesar da convocação para o envio de conteúdo colaborativo, raras são as fotos de repórteres-ouvintes. Mas quando estas são publicadas há evidências de maior tráfego na página.

Estas são apenas algumas considerações iniciais obtidas a partir de uma primeira análise do material coletado, um corpus vasto, que exigirá reflexões posteriores. Reflexões que deverão levar em conta o novo papel do rádio em suas articulações com as chamadas mídias sociais e a crescente batalha por fluxos de informação, tráfego e atenção dos internautas, com a concorrência entre a tradicional mídia de referência e novos atores.

Referências bibliográficas

- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires: La Crujía, 2008.
- FERRARETTO, Luiz Artur, KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência – Uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista Famecos**, vol. 17, n. 3, set.-dez. 2010.
- GOFFMAN, Erving. “A fala do rádio – Um estudo dos percursos dos nossos erros”, in MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (orgs.). **Teorias do rádio – textos e contextos – vol. II**. Florianópolis: Insular, 2008.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã: UBI/LabCom Books, 2010.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Compartilhar, etiquetar: interação no rádio social**. Anais do XXI Encontro Anual da Compós. Juiz de Fora: UFJF, 2012a.
- _____. **Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs** – Circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 9, n. 1. Florianópolis, 2012b.
- _____. **Estratégias enunciativas da Rádio CBN e etiquetagem de conteúdos** – A cobertura via internet do desabamento de prédios no Centro do Rio. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Fortaleza: Unifor, 2012c.
- _____. “Rádio social – Mapeando novas práticas interacionais sonoras”, Anais do XX Encontro Anual da Compós. Porto Alegre: UFRGS, 2011.
- PRATA, Nair, CAMPELO, Wanir, SANTOS, Maria Cláudia. **A utilização das redes sociais pelo rádio mineiro**. Anais do VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Luís: Universidade Federal do Maranhão, 2010.
- SANTOS, Maria Cláudia. **Configurações atuais da interação entre as emissoras de rádio e os usuários do Twitter: a experiência da Rádio Itatiaia**. Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Recife: Unicap, 2011.
- TAVARES, Mariza (org.). **Manual de Redação CBN**. São Paulo: Ed. Globo, 2011.