

La práctica del multipodcast de la Radio CBN: análisis de contenido del Jornal da CBN

Bruno Domingues Micheletti brudom01@ucm.es

Resumen:

Propiedad del Grupo Globo, el conglomerado de comunicaciones más grande de América Latina, Rádio CBN fue la primera emisora 100% all news en Brasil. Inspirada en la radiodifusión estadounidense de la época, la emisora que inició sus emisiones en 1991 inauguró un modelo adaptado, capaz de producir contenidos informativos locales y brindar servicios operando con el concepto de red. Actualmente son 43 emisoras, siendo cuatro de ellas propias y treinta y nueve afiliadas, que garantizan cobertura parcial en las cinco regiones del país, con presencia en 84 de las 100 mayores ciudades brasileñas y potencial para ser escuchadas por más de 96 millones de personas. Desde 2004, la emisora comenzó a distribuir parte de su programación en formato de podcasts, actualmente divididos en las categorías de clusterizados (programación/ secciones), originales (exclusivos de la podosfera de la emisora) y personalizados (bajo demanda para marcas). Entre los 100 podcasts más importantes de América Latina, más de 15 son de CBN y uno de cada diez podcasts escuchados en Brasil es de la emisora. Esta comunicación presenta los resultados de una investigación que tiene como objetivo principal analizar la estrategia del Grupo Globo respecto a la producción y difusión de podcast de Radio CBN a partir del estudio de caso del Jornal da CBN, el principal programa informativo de la emisora que se transmite diariamente en horario de 6 a 9:30 am. La metodología utilizada es el análisis de contenido.

Los datos recopilados se refieren al período del 1 al 31 de diciembre de 2021, siendo analizados a partir de una matriz de análisis elaborada por el autor para demostrar cómo la emisora trabaja su podosfera y la distribución entre site, app, plataformas de streaming y redes sociales. En total se analizaron 437 audios de podcast, totalizando 71 horas, 5 minutos y 37 segundos de escucha que permiten identificar las características de estos podcasts en cuatro ejes: 1) Datos generales: extensión de títulos y descripciones textuales, así como si el podcast es exclusivo del Jornal da CBN o replicado en el podcast de una de las secciones; 2) Aspectos formales: duración de los audios y periodicidad; 3) Periodismo radiofónico: datos cuantitativos referidos a la participación de oyentes, entrevistados, noticias, editoriales, géneros periodísticos, etc.; 4) Distribución: monitorización de la difusión de los podcasts en la página principal del sitio web de Radio CBN y de las publicaciones en blogs y redes sociales de la emisora, blogs y redes sociales de los presentadores del programa y de las diferentes secciones. Como resultado, fue posible concluir que Radio CBN adopta una estrategia multipodcast para convertir la programación en podcasts. En el caso del Jornal da CBN, en el período analizado, el 53,47% del contenido emitido fue convertido en podcast del mismo nombre – Jornal da CBN -, siendo parte del contenido a su vez también distribuido en otros 21 podcasts diferenciados (secciones), conducidos por un total 23 presentadores.

Palabras clave: Podcast; Radio; All News; Periodismo

The practice of the CBN Radio multipodcast: Jornal da CBN content analysis

Abstract:

Radio CBN, which is part of Grupo Globo company, the biggest communication conglomerate in Latin America, was the first 100% all news radio station in Brazil. Inspired by the initial American radiobroadcasting, the station that has been on the air since 1991 launches an adapted model, capable of producing local content and providing services while operating with the concept of a network. There are currently 43 broadcasters, 4 of which are own property and 39 are affiliates, which guarantees partial coverage in the five regions of the country, with a presence in 84 of the 100 largest Brazilian cities and the potential to be listened to by more than 96 million people. In 2004, the station began to distribute part of its program in the form of podcasts, currently divided into categories, such as clustered (program/sections), original (exclusive to the station's podosphere) and customized (on demand for brands). Among the 100 most important podcasts in Latin America, more than 15 are from CBN, and one in ten podcasts listened to in Brazil is from this radiobroadcaster. This paper presents the results of an investigation whose main objective is to analyze Grupo Globo's strategy of the production and dissemination of Radio CBN's podcast based on the case study of Jornal da CBN, a daily program in prime time, from 6 am to 9:30 am. The methodology used is content analysis.

The data collected refers to the period from December 1 to 31, 2021, being studied from an analysis matrix prepared by the author to demonstrate how CBN works on its podosphere and the distribution in websites, apps, streaming platforms and social media. In total, 437 podcast audios were analyzed, totaling 71 hours, 5 minutes and 37 seconds of listening that allows for the identification of the characteristics of these podcasts from 4 perspectives: 1) General data: extension of titles and textual descriptions, as well as whether the podcast is exclusive from Jornal da CBN or replicated in the podcast of one of the sections of the program; 2) Formal aspects: audio duration and periodicity; 3) Radio journalism: quantitative data referring to the participation of listeners, interviewees, news, editorials, journalistic genres, etc.; 4) Distribution: monitoring of the dissemination of the podcasts on the main page of the Radio CBN's website and of posts on blogs and social media pertaining to the radio, the presenters of the Jornal da CBN and the presenters of the sections. As a result, it was possible to conclude that Radio CBN adopts a multipodcast strategy to convert dial-up programming into podcasts. In the case of Jornal da CBN, within the period analyzed, on average 53.47% of the radiobroadcast content was converted into a podcast with the same name - Jornal da CBN -, being part of the content was replicated in one of the 21 differentiated podcasts (sections), presented by 23 presenters.

Keywords: Podcast; Radio; All News; Journalism