

# OS JORNALISTAS E UMA PROFISSÃO EM MUTAÇÃO:

as vozes dos profissionais de uma  
rádio curitibana<sup>1</sup>

Copyright © 2018  
SBPjor / Associação  
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

BÁRBARA MAIA CERQUEIRA

*Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro – RJ, Brasil.*

DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v14n2.2018.1093>

**RESUMO** – O trabalho aqui exposto tem por objetivo analisar as mudanças ocorridas em âmbito radiofônico frente a um cenário de convergência de meios, que está atrelado a transformações econômicas, sociais e produtivas. Como base teórica, foram utilizados dois conceitos base: o da convergência midiática, em sua abordagem multidimensional (Fidler, 1997; Jenkins, 2009) e o da teoria jornalística do Newsmaking (Wolf, 1997; Pena, 2005). A base empírica utilizada para a análise é composta por nove entrevistas semiabertas, realizadas com atuais e antigos jornalistas da emissora CBN-Curitiba. Como principal resultado, foi identificado que as mudanças produtivas são impulsionadas não apenas pela inserção de tecnologias digitais na rotina diária, mas também por interesses econômicos e políticos, que interferem consideravelmente na prática destes profissionais.

**Palavras-chave:** Convergência de Meios. Radiojornalismo. CBN-Curitiba.

## **LOS JORNALISTAS Y UNA PROFESIÓN EN MUTACIÓN: las voces de los profesionales de una radio curitibana**

**RESUMEN** – El trabajo realizado tiene como objetivo evaluar los cambios ocurridos en el ámbito radiofónico ante una realidad de convergencia de medios, que se vincula a las transformaciones económicas, sociales y productivas. Como base teórica, se utiliza los conceptos básicos: de la convergencia mediática, en su abordaje multidimensional (Fidler, 1997; Jenkins, 2009) y la teoría periodística del Newsmaking (Wolf, 1997; Pena, 2005). La base empírica utilizada para el análisis está compuesta por nueve entrevistas semiabiertas, realizadas con actuales y antiguos periodistas de la emisora CBN-Curitiba. Entre los principales resultados, se identifica que los cambios productivos son impulsados no sólo por la inserción de tecnologías digitales en la rutina diaria, sino también por intereses económicos y políticos, que interfieren considerablemente en la práctica de estos profesionales.

**Palabras clave:** Convergencia de Medios. Radiografía del periodismo. CBN-Curitiba.

**THE JOURNALISTS AND A PROFESSION IN MUTATION:  
the voices of the professionals of a Curitiba radio**

**ABSTRACT** – he objective of this paper is to analyze the changes that took place in a radiophonic context in the face of a scenario of media convergence, which is linked to economic, social and productive transformations. As a theoretical basis, two basic concepts were used: media convergence, in its multidimensional approach (Fidler, 1997; Jenkins, 2009) and the journalism theory of Newsmaking (Wolf, 1997; Pena, 2005). The empirical basis used for the analysis was composed of nine semi-open interviews with current and former journalists from CNB-Curitiba. As a main result, it was identified that the productive changes are driven not only by the insertion of digital technologies in the daily routine, but also by economic and political interests, which interfere considerably in the practice of these professionals.

**Keywords:** Convergence of Means. Radiojournalism. CBN-Curitiba.

**1 Introdução**

O cenário de convergência de meios, tão amplamente discutido no campo comunicacional (Pool, 1983; Fidler, 1997; Negroponte, 1995; Lévy, 1999; Salaverría & Negrodo, 2008; Jenkins, 2009; Rüdiger, 2013; Kischinhevsky, 2016), é passível de ser abordado por diversos olhares, que vão desde as reconfigurações proporcionadas pela mediação de tecnologias digitais, às crises provocadas pelos meios de comunicação ditos tradicionais e às discussões quanto a defasagem de determinadas tecnologias e discursos. Porém, foi considerado crucial, nesta pesquisa, evidenciar a relação entre a convergência midiática e as transformações econômicas, sociais e produtivas, que trazem significativas mudanças às configurações de trabalho, notadamente a dos jornalistas.

As redações midiáticas estão sendo redesenhadas em uma procura por ajustarem-se a demandas ainda pouco compreendidas, mas já observadas em suas consequências, que se refletem, principalmente, na perda de audiência e de investimento publicitário. Seus gestores buscam sanar dificuldades financeiras com cortes, principalmente de

profissionais, e com a exigência por funcionários polivalentes. No rádio o cenário fica ainda mais evidente, visto este ganhar novas características materiais e discursivas.

O conceito de rádio expandido, presente em pesquisa realizada por Marcelo Kischinhevsky (2016), visa esclarecer quais são essas novas características admitidas pelo meio, que passa a estar presente em diversas outras plataformas, “que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música” (Kischinhevsky, 2016, p. 13). A identificação destas novas características, porém, ainda não foi tão facilmente discernida nem pelas empresas radiofônicas, nem pelos próprios ouvintes, fazendo com que o rádio se torne, em certo nível, invisível para a audiência.

Entretanto, a análise de uma redação radiofônica, pelo âmbito produtivo, permite a percepção de diversas questões que surgem atreladas às mudanças citadas, principalmente no que diz respeito ao trabalho dos jornalistas e a suas rotinas produtivas. Por isso, o *newsmaking* tornou-se essencial como embasamento teórico da discussão aqui proposta, por evidenciar “a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e os processos produtivos” (Pena, 2005, p. 129). A junção teórica da convergência com o *newsmaking* permite, portanto, uma abordagem mais ampla quanto as transformações ocorridas em âmbito redacional, inserindo-se neste cenário tanto os profissionais jornalistas como a realidade produtiva e organizacional.

Como análise empírica, foram utilizadas entrevistas semiabertas realizadas com nove jornalistas, no período de 11 de agosto a 20 de setembro de 2016. Como *corpus* optou-se pela seleção de profissionais contratados pela Central Brasileira de Notícias-CBN em Curitiba, ou que já haviam trabalhado na emissora. As entrevistas foram feitas como etapa empírica da dissertação de mestrado da autora, concluído no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPR, com orientação da professora Claudia Quadros e tinham por objetivo verificar quais relações profissionais e produtivas eram observadas pelos jornalistas, tanto com a profissão escolhida como com a emissora. Empregou-se, portanto, este material na discussão aqui proposta.

Para sistematizar os resultados obtidos nas entrevistas, foi utilizada a análise de conteúdo, principalmente no que concerne à inferência proposta no método. A partir disso, foram determinadas

categorias de análise, que permearam as relações profissionais, produtivas e organizacionais, o que permitiu um diagnóstico mais aprofundado da realidade dos profissionais entrevistados.

## **2 A convergência e o *newsmaking* – vínculos teóricos**

A teoria do *newsmaking* surgiu como uma evolução das pesquisas sobre os emissores, superando as abordagens anteriores que se pautavam na premissa de que as características específicas de um evento se encontravam no próprio evento, como a teoria do espelho (Franciscato, 2014). O *newsmaking* propõe que “é no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia” (Pena, 2005, p. 128). Ou seja, para que seja possível compreender como se dá a escolha de um acontecimento em detrimento do outro e como ocorre a transformação de um fato em notícia, “é necessário conhecer não apenas os sistemas de valores, de representações, de imaginário colectivo que eles propõem, mas também o modo, os processos, as restrições e as limitações em que tudo isso acontece” (Wolf, 1999, p. 80).

Apesar de serem duas teorias diferentes, a convergência e o *newsmaking* complementam-se consideravelmente quando utilizadas para a análise de uma redação radiofônica. Propõe-se este tensionamento por meio de dois aspectos: a questão profissional e a produtiva. Quanto à primeira questão observada, foram evidenciadas seis modificações ocorridas nas redações jornalísticas em âmbito de convergência, que exigem reformulações nas perspectivas abordadas pela teoria do *newsmaking*: a redução do quadro funcional das redações radiofônicas; o acúmulo de funções pelos jornalistas que permanecem nas redações; a deterioração das condições de trabalho provocada pelo desrespeito à lei que rege a profissão e aos direitos do profissional; a extensão do tempo de trabalho por períodos acima de seis horas; a exigência de acúmulo de funções, derivada da extinção de cargos técnicos; e o surgimento do profissional multifunção, que produz para diversas plataformas e cumpre diversos papéis no processo produtivo, proporcionada pela cultura da velocidade e a supervalorização do imediatismo (Maia, 2017).

Já quanto ao segundo aspecto, o produtivo, discorreu-se sobre quatro transformações: a apuração das matérias, que passa a

ser negligenciada nas redações em virtude do excesso de trabalho e da velocidade exigida na sua produção; a produção das matérias, que se utiliza de redes sociais digitais para a captação de informações relevantes, promovendo o surgimento do chamado “jornalismo colaborativo, que é muito caro às empresas jornalísticas por agregar informação sem, muitas vezes, pagar por elas ou mesmo sem estabelecer no processo de produção o espaço de reconhecimento dessa agregação” (Ferreira, Monteiro da Luz & Maciel, 2015, p. 5); a participação do ouvinte, que passa a ter atuação similar à de um produtor, que envia informações que são efetivamente utilizadas pelos jornalistas; e o local da produção da notícia, que passa a ser realizado predominantemente de dentro da emissora (Maia, 2017a).

O tensionamento entre estes dois conceitos destacou as mudanças ocorridas nas redações jornalísticas, principalmente na radiojornalística, e que exigem novas abordagens dos pesquisadores ao se voltarem para esta realidade. Vale destacar, entretanto, que a profissão do jornalista, assim como diversas outras, tem sofrido mutações constantes desde o seu surgimento, visto estar atrelada às práticas sociais, econômicas e culturais. Porém, com a intensificação da convergência midiática como “um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos” (Jenkins, 2009, p. 29), acentuaram-se as transformações sentidas na prática profissional, fazendo com que os ingressos nesta realidade se deparem com

um campo profissional extremamente mutante, incerto, moveição, tanto do ponto de vista da identidade do jornalismo, quanto das possibilidades futuras de uma profissão que não existe. É uma especialização em profunda mudança, sem que se veja com muita clareza os rumos futuros que serão seguidos nas próximas décadas (Marcondes Filho, 2009, p. 58).

Esta identidade profissional posta em questão confronta-se tanto às exigências do mercado, que priorizam a polivalência, aproximando o fazer jornalístico ao de um produtor de conteúdo, como às relações com valores antes presentes na profissão, que perdem espaço no discurso destes profissionais, como é o caso da autoridade (Maia, 2017b). Ao se depararem com a proliferação de plataformas de publicação e com o aumento acelerado de canais de informações amadores, os jornalistas compreendem que o local antes ocupado exclusivamente por eles, de detentores da informação, não é mais restrito. Assim, “aos poucos a mística do *contrapoder* se esvai. Chantageados pelo desemprego, o jornalista de posição intermediária

na empresa e os precários (freelas, repórteres-redatores, focas) perdem rapidamente de vista o fascínio da profissão” (Marcondes Filho, 2009, p. 62).

Porém, apesar de haver a perda de alguns valores profissionais, outros surgiram como reflexo deste mercado pulverizado e cada vez mais enxuto. A exemplo cita-se o da polivalência (Maia, 2017b), que apesar de ser uma demanda inicialmente imposta pelas empresas midiáticas, tornou-se uma realidade incrustada no fazer profissional, vindo conseqüentemente a incorporar o *hall* de valores que permeiam a prática diária das redações.

Vale ressaltar, contudo, que, apesar da importância do aspecto profissional, é preciso considerar também as peculiaridades do meio a ser analisado, visto haver diferenças produtivas e organizacionais que devem ser consideradas. Portanto, a discussão acerca do rádio no cenário de convergência se faz fundamental.

### 3 O rádio convergente

Como a teoria do *newsmaking* procura estudar a noticiabilidade pelo viés produtivo e organizacional, não se pode ignorar o fato de que cada meio possui particularidades próprias no processo produtivo, não sendo possível, portanto, estudar o rádio, a TV, o jornal e as plataformas digitais conjuntamente, sem considerar tais diferenças. Logo, vale elucidar quais foram as mudanças ocorridas no rádio frente ao cenário de convergência, com o propósito de compreender as transformações ocorridas no âmbito produtivo radiofônico, especificamente.

Luiz Artur Ferraretto (2015) propôs quatro fases específicas na história do rádio no Brasil, sendo elas: a fase de implementação (final da década de 1910 até a segunda metade dos anos 1930), a fase de difusão (início de 1930 até a segunda metade de 1960), a fase de segmentação (final de 1950 até o início do século XXI) e a fase de convergência (de 1990 até os dias atuais). A última fase compreende o período analisado na presente pesquisa, sendo que “o termo convergência expressa a consciência em nível empresarial da aproximação entre comunicação de massa, informática e telecomunicação, corporificada na disponibilização de conteúdo radiofônico para além das ondas eletromagnéticas” (Ferraretto, 2015, p. 139).

Ressalta-se, contudo, que o rádio já vivenciou ao longo dos

anos diversos desafios perante o surgimento de novas tecnologias e transformações produtivas. Com a TV, por exemplo, experimentou perdas publicitárias e de audiência, mas se reinventou como mídia e encontrou novo formato para manter-se relevante perante o mercado ao enfatizar a música e o entretenimento. Porém, com a aceleração da convergência midiática, o rádio atualmente encontra-se frente a uma pluralidade de possibilidades produtivas em canais de áudios diversos. Com a extrapolação para além do veículo tradicional, *hertziano*, o meio tem dificuldades em determinar o que lhe caracteriza.

Escuta-se rádio em ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada, mas desde os anos 1990, o veículo também amalgama à TV por assinatura, seja por cabo ou DHT (direct to home); ao satélite, em uma modalidade paga exclusivamente dedicada ao áudio ou em outra, gratuita, para captação, via antena parabólica, de sinais sem codificação de cadeias de emissoras AM ou FM; e à Internet, onde aparece com a rede mundial de computadores ora substituindo a função das antigas emissões em OC, ora oferecendo oportunidade para o surgimento das chamadas webrádios ou, até mesmo, servindo de suporte a alternativas sonoras assíncronicas como o podcasting (Ferrareto, 2010, p. 21).

Essa expansão trouxe um problema quanto à existência social do meio, que é sua invisibilidade. Com a propagação do rádio presente em outras plataformas, a exemplo das digitais, o reconhecimento do meio pela sua audiência foi problematizado. Ainda, o acréscimo de novas características, presentes nestas plataformas, que vão além da sonora, incitam o debate acerca do que define o rádio como tal. Apesar das discussões sobre as particularidades do rádio não serem novas, intensificaram-se com a expansão deste para o digital. Autores como Meditsch (2001), Cebrián Herreros (2008), Ferrareto & Kischinhevsky (2010), trouxeram contribuições para a questão, com propostas que reconheceram o rádio seja como “meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real” (Meditsch, 2001, p. 4), ou como objeto que exprime “uma linguagem comunicacional específica, que usa a voz (em especial, na forma falada), a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada” (Ferrareto & Kischinhevsky, 2010, p. 1010).

Porém, é com o conceito de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016) que se reconheceu haver uma proposta que abarcou as mudanças ocorridas, sem abordagens que limitem o objeto

pesquisado. O conceito, portanto, considera que o rádio, “sem deixar de ser hertziano e de transmissão unilateral, expande-se para outros suportes e inclui, de forma aceleradamente crescente, o público como protagonista das irradiações” (Kischinhevsky, 2016, p. 9). É por meio deste olhar que foi realizada a análise empírica, ocorrida em uma rádio *all news* paranaense.

#### 4 Procedimentos metodológicos

A análise empírica utilizada na pesquisa aqui proposta foi realizada no ano de 2016, para consecução da dissertação de mestrado da autora. Foram realizadas nove entrevistas semiabertas com o objetivo de identificar como os jornalistas descreviam suas rotinas produtivas, as mudanças observadas no fazer profissional e a relação entre a redação e a empresa, no que tange às decisões organizacionais. Assim, foram permeadas três realidades distintas, mas complementares, que também se relacionam com a perspectiva proposta pela teoria do *newsmaking*, que são as relações profissionais, produtivas e organizacionais.

A entrevista semiaberta possui características que permitem uma amplitude do tema, relacionado ao problema de pesquisa proposto, em que cada questão pode ser expandida, apresentando as perguntas de forma aberta (Duarte, 2015). No caso aqui exposto, foram pré-estabelecidas 16 perguntas que serviram de base para as entrevistas, mas que foram trazidas como ponto de partida para outras questões que surgiram ao longo da aplicação do método. A escolha por um número alto de perguntas permitiu um desenvolvimento mais orgânico dos diálogos, além de uma maior proximidade com os entrevistados, algo evidenciado nos resultados obtidos.

Para manter resultados factíveis, procurou-se manter tempo similar de duração na realização das entrevistas, que foi de 45 a 55 minutos. Dos nove entrevistados, quatro eram contratados da CBN-Curitiba e cinco, ex-funcionários. As entrevistas foram realizadas presencialmente, com exceção da efetivada com “a jornalista que lembra do rádio com carinho”, que foi via *e-mail*, distinguindo-se das demais. O período de realização foi de agosto a setembro, mas efetuadas em diferentes locais, sendo três na própria CBN-Curitiba e as restantes em locais diversos, como cafés, universidades e escritórios de empresa. Ao todo, somaram-se mais de cinco horas



de áudios gravados, que chegaram ao número de 79 páginas transcritas (Maia, 2017a).

Para não expor os entrevistados, utiliza-se aqui apenas codinomes inventados pela autora (Quadro 1), com inspiração no trabalho realizado pela professora Roseli Fígaro, Cláudia Nonato e Rafael Grohmann em 2013, com jornalistas da cidade de São Paulo. A opção por preservar os nomes dos jornalistas se deu por entender que a exposição deles poderia gerar problemas trabalhistas em um mercado cada vez mais saturado e concorrido. Além disso, a não utilização dos nomes permitiu que os entrevistados se sentissem mais à vontade em expor pontos de vista polêmicos ou críticos. Entretanto, para compreensão do *corpus* utilizado na pesquisa, foram disponibilizadas informações que podem ser relevantes na compreensão das falas analisadas.

**Quadro 1** – Codinomes jornalistas

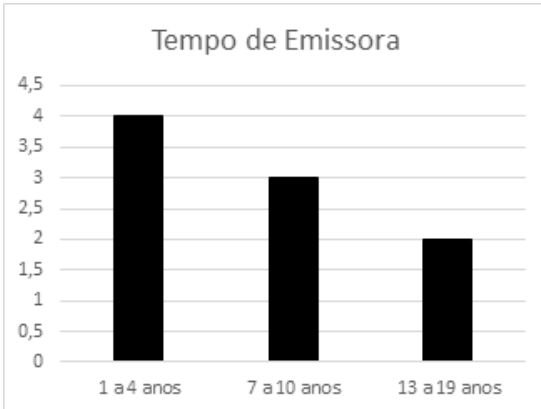
O jornalista que atua em diversas frentes
O jornalista com tempo de rádio
A jornalista recente no mercado
O jornalista que também é radialista
O jornalista que não atua mais como jornalista
A jornalista com vasta experiência
A jornalista que agora é docente
O jornalista que entende de rádio como ninguém
A jornalista que se lembra do rádio com carinho

Fonte: Maia (2017a)

**Quadro 2** – Idade dos entrevistados

22 anos
31 anos
35 anos
41 anos
42 anos
49 anos
49 anos
56 anos
60 anos

Fonte: Maia (2017a)

**Gráfico 1** – Tempo de emissora

Fonte: Maia (2017a)

Os dados disponíveis trouxeram informações importantes para a análise. A primeira delas é que a maioria dos jornalistas entrevistados possuía mais de oito anos de formados, tendo uma compreensão quanto à formação universitária muito particular e enxergando determinadas mudanças, principalmente no que tange às questões tecnológicas, com bastante cautela. Segunda, que a emissora CBN-Curitiba mantém jornalistas por longos períodos de contrato, o que diverge da ideia da redação jornalística como “cemitério de carreiras abortadas” (Marcondes Filho, 2009, p. 59). Por fim, que há na redação da emissora analisada uma predominância de jornalistas mais velhos, diferenciando-se de um mercado que valoriza os mais jovens, por estes possuírem salários mais baixos e a necessidade de acumular experiência (Kischinhevsky, 2013).

Para realizar a sistematização dos resultados obtidos nas entrevistas, foi utilizada a análise de conteúdo (Bardin, 2016). O método, apesar de seu histórico positivista, ganhou características qualitativas quando assumiu a inferência como etapa processual. Com isso, foi possível organizar as falas dos jornalistas em três categorias, onde cada uma delas compreende três unidades que possuem relação entre si. As categorias corresponderam às três relações centrais presentes na pesquisa: profissional, tecnológica (ou produtiva) e organizacional. Desse modo, ficaram descritas da seguinte forma:

As relações profissionais, que verificaram questões pertinentes a atuação destes jornalistas, seus valores e sua formação.

Nesta categoria destacaram-se as seguintes unidades: a) o profissional multifunção; b) os valores profissionais; e c) a formação acadêmica *versus* o mercado de trabalho. As relações tecnológicas, que voltaram o olhar para os impactos das transformações tecnológicas no âmbito produtivo e a inserção dos jornalistas neste cenário em mutação, cujas unidades observadas foram: a) a produção do ouvinte; b) a produção da notícia ante a convergência tecnológica; e c) o tempo *versus* a prática jornalística. Por fim, as relações organizacionais, que procuraram analisar como se estrutura a convivência entre a redação e seus profissionais e a empresa. Considerando esse vínculo, acentuou-se as unidades: a) demissões; b) direitos trabalhistas; c) o futuro do mercado radiofônico.

## 5 A fala dos jornalistas

Dos resultados obtidos nas entrevistas, as relações profissionais foram as mais evidenciadas. O jornalista multifunção surgiu de diferentes formas nas entrevistas, desde uma perspectiva histórica, considerando o requisito da polivalência como uma mudança natural, perpassando a concepção positiva da mudança, como algo esperado ou desejado pelos jornalistas, que passam a ter mais controle sobre o que é produzido (desde a coleta até a publicação), chegando, por fim, à abordagem mais crítica, que considera a exigência multifunção um problema para consecução das demandas relativas ao cargo contratado. Porém, pela centralidade da questão na fala dos jornalistas, entendeu-se ser esta uma discussão que atravessou questões outras, como as mudanças relativas aos valores expostos pelos profissionais na rotina produtiva, onde inseriu-se a polivalência em uma absorção acrítica do perfil jornalístico esperado pelo mercado.

Os valores profissionais permeiam uma concepção de profissão que está intimamente conectada ao entendimento que os sujeitos que compartilham esse fazer possuem da prática que se ocupam. E “poucas profissões tiveram tanto êxito como os jornalistas na elaboração de uma vasta cultura rica em valores, símbolos e cultos (...) e de uma panóplia de ideologias justificativas em que é claramente esboçada uma identidade profissional, isto é, um *ethos*” (Traquina, 2012, p. 128). Porém, alguns valores não foram identificados na fala dos jornalistas entrevistados, como é o caso da autoridade

e liberdade. Compreende-se que o desaparecimento do valor da autoridade está atrelado à proliferação das plataformas de publicação digitais e ao surgimento de vozes diversas, não mais atreladas ao *ethos* profissional. E o da liberdade, à concepção de uma já instaurada autonomia do jornalismo e de um mercado predominantemente privado que, muitas vezes, atende a interesses particulares, exigindo um fazer jornalístico muito conectado à produtividade, esvaziando-o de sentido e de complexidade.

Entretanto, essas discussões quanto aos valores e às definições ontológicas do jornalismo estão ainda associadas às pesquisas realizadas em âmbito acadêmico, não estando, portanto, inseridas em uma rotina prática ou nas controvérsias existentes nas redações. Isto acaba por refletir às críticas realizadas pelos entrevistados quanto ao distanciamento existente entre a formação universitária e a prática produtiva. A discordância dos jornalistas quanto ao âmbito da formação formal recai-se sobre dois aspectos: o primeiro quanto às demandas de mercado não abordadas na academia e a segunda quanto à ausência de experiência profissional dos professores. “Ninguém sai sabendo nada da Universidade. Por que quem ensina não sabe, então como ele vai ensinar? Você só aprende com quem sabe e com quem faz” (O jornalista que entende de rádio como ninguém, 2016).

As questões evidenciadas na categoria profissional acabaram por complementar-se com as relações tecnológicas, principalmente no que se refere à formação acadêmica. Como a maioria dos entrevistados já se formou há mais de 8 anos, estes sentem grande dificuldade em utilizar os conhecimentos obtidos na prática diária. Afirmaram haver a necessidade constante de aprendizado frente a novas tecnologias antes desconhecidas e que compreendem ser fundamental que o jornalista tenha hoje uma formação que abarque as diversas possibilidades construtivas do discurso noticioso. Contudo, apesar de considerarem fundamental a existência de uma formação que atenda as demandas do mercado, os entrevistados inseridos nesta rotina produtiva discordam de muitas das requisições impostas a eles, principalmente quanto ao aumento da velocidade na produção. “Você quase que perde a oportunidade de ter um material bem produzido. Perde-se a capacidade de refletir sobre o material que você tem disponível e a solução que você vai dar para este material” (O jornalista que também é radialista, 2016).

Essa velocidade atrela-se, na perspectiva dos entrevistados,

à popularização das redes sociais digitais, o que intensificou também a participação dos ouvintes na produção radiofônica. Porém, este cenário relaciona-se não apenas à *internet*, mas também às questões econômicas e organizacionais, principalmente no que tange a diminuição do número de jornalistas na redação. Com o aumento da velocidade na produção, o surgimento de novas plataformas de publicação, que exigem que o profissional se desdobre em mais de um meio e a minoração relativa ao número de pessoas que atendam às exigências da rotina diária, o jornalista enxerga no ouvinte um parceiro produtivo, principalmente no que concerne às informações relativas ao trânsito e à cidade. “O ouvinte está no trânsito e manda fotos, notícias. Coisa que antes a gente precisava apurar, ligar para o rádio trânsito. Hoje não precisa mais, o ouvinte está lá, mandando fotos, informações” (A jornalista com tempo de rádio, 2016).

Contudo, a utilização do material produzido por esse ouvinte traz duas questões importantes de serem debatidas: a primeira refere-se ao cuidado que esta informação exige, visto não haver dados seguros de quem é esse ouvinte ou se a informação é verdadeira ou não. Os jornalistas entrevistados afirmam checar tudo antes de qualquer publicação, porém, ainda assim, a falta de conhecimento quanto a fonte torna-se uma questão.

Os ouvintes são movidos, inclusive, por interesses muitas vezes. Uma coisa que eu acho muito, muito perigosa é o denunciismo. As denúncias que chegam para a rádio. E aquelas denúncias viram uma tese, de acordo com o ponto de vista daquele ouvinte, porque ele merece ser ouvido, ele merece ser atendido, porque ele teve um problema no posto de saúde, ele teve um problema no buraco de rua, no abastecimento de água, e ele vira autoridade. E se esse cara for um presidente de associação de moradores que tem interesse político contra uma gestão pública? E se ele for um cara afiliado a um partido político? E se ele for o inimigo do vizinho que ele está denunciando? Eu não sei quem esse cara é. E essa tese se baseia na denúncia do ouvinte, não checada e ela continua prevalecendo mesmo quando toda a checagem é feita só para falar que “nós ouvimos o outro lado e eles disseram que não é nada disso” (A jornalista que agora é docente, 2016).

O segundo aspecto refere-se à compreensão da empresa midiática, gerada por esta participação, de que o número mais enxuto de jornalistas é capaz de resolver as demandas geradas em uma redação radiojornalística. Tal questão evidencia-se não na fala dos entrevistados, mas nos silenciamentos, principalmente quanto ao receio de muitos em expor pontos de vista que podem prejudicá-los.

As demissões, “uma ameaça palpável e constante” (Kischinhevsky, 2008, p. 71) nas empresas radiofônicas, justifica este medo. Em uma análise comparativa quanto ao número de contratados na emissora em 1995, ano de estreia e agora, fica evidente como a demissão é uma constante ameaça. Enquanto a emissora possuía uma “equipe inicial contratada para fazer, a partir de 1995, a programação local da Rádio CBN-Curitiba formada por 15 jornalistas e mais três formandos em Jornalismo, além dos responsáveis técnicos” (Quadros & Godoy, 2005, p. 7), mantêm-se atualmente apenas cinco jornalistas e duas estagiárias, que absorvem as demandas técnicas que surgiram após o desaparecimento de diversos cargos, como o de editor de áudio.

O receio provocado pelo aumento das demissões faz com que os profissionais aceitem condições que muitas vezes ferem seus direitos trabalhistas. A lei que rege o fazer jornalístico no Brasil, Decreto-lei 972/1969, em seu artigo 2º, expressa que a profissão de jornalista compreende, privativamente, o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades:

Art. 2º. (...) a) redação, condensação, titulação, interpretação, correção ou coordenação de matéria a ser divulgada, contenha ou não comentário; b) comentário ou crônica, pelo rádio ou pela televisão; c) entrevista, inquérito ou reportagem, escrita ou falada; d) planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição gráfica de matéria a ser divulgada; e) planejamento, organização e administração técnica dos serviços de que trata a alínea “a”; f) ensino de técnica de jornalismo; g) coleta de notícias ou informações e seu preparo para divulgação; h) revisão de originais de matéria jornalística, com vistas à correção redacional e à adequação da linguagem; i) organização e conservação de arquivo jornalístico e pesquisa dos respectivos dados para a elaboração de notícias; j) execução da distribuição gráfica de texto, fotografia ou ilustração de caráter jornalístico, para fins de divulgação; l) execução de desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico.

Ou seja, o acúmulo de função com a exigência da edição de áudio e produção de vídeos e fotos vão de encontro ao previsto em lei. Porém, as entrevistas evidenciaram que a maioria dos contratados entendiam ser fundamental, hoje, o jornalista absorver estas demandas como práticas usuais da profissão. Contudo, outras condutas abusivas foram declaradas, como a exigência por jornadas de trabalho que superam às 5 horas por dia, com horas extras não remuneradas, a exemplo do mencionado pela jornalista recente no mercado (2016): “eu trabalho pelo menos seis ou sete horas. É

muito difícil sair no horário. Não paga hora extra, não registra. Você registra que sai tarde, mas quando chega a folha vem como 'hora extra não autorizada', aí vem zerado". E a prolongação do período de trabalho, patrocinado principalmente por ferramentas como o *WhatsApp*, que permitem o acesso facilitado aos funcionários por meio de mensagens de texto. Assim, o jornalista, mesmo quando de férias, folga ou fora do período em que está presente na emissora, atende a demandas enviadas por estas plataformas. "Quando você recebe mensagem do seu grupo de trabalho, quando você está em casa, você vai olhar estas mensagens. Então, queria ou não, você vai se envolver. E quando chega uma mensagem que você tem algo a falar ou contribuir, você não vai deixar para depois" (A jornalista que agora é docente, 2016).

Todavia, apesar dos abusos identificados, os entrevistados compreenderam ser necessárias mudanças na lei que dispõe sobre o exercício dos jornalistas, visto esta não acompanhar mudanças que consideram ser permanentes, principalmente as de cunho tecnológico. Deveras, o Decreto-lei citado foi criado em 1969 e não possui atualizações desde os anos 1980, o que o torna defasado perante as transformações ocorridas na realidade destes profissionais. Assim sendo, é preciso que haja o desenvolvimento "de um arcabouço regulatório relativo ao exercício da profissão do jornalista, estabelecendo critérios claros para uma digna remuneração correspondente à atividade multimídia e também punições para eventuais abusos" (Kischinhevsky, 2013, p. 72).

A redação radiofônica, palco das vicissitudes descritas pelas entrevistas realizadas, fez com que surgissem na pesquisa questionamentos quanto ao futuro do meio. Contudo, esta questão não surgiu de forma similar em todas as entrevistas. Enquanto uns consideraram o rádio meio relevante e com baixo custo de manutenção, outros discorreram sobre o desaparecimento deste para o surgimento de algo novo, um meio híbrido que tenha características de diversos meios. Ficou evidente, em ambas as perspectivas, que a compreensão do que caracteriza o rádio pode ter relação com as abordagens dadas. Na afirmação do jornalista que entende de rádio como ninguém (2016), a questão destacou-se ainda mais: "tem milhares de rádios no Brasil pela *internet*. A tendência no futuro, e não muito distante, é que deixe de haver a transmissão eletromagnética, ela será através do streaming. E isso vai ficar cada vez mais barato".

Assim, a discussão quanto ao futuro do rádio parece relacionar-se mais com as suas características materiais que com sua expressividade. O rádio expandido versa justamente sobre essa transição do meio para outras roupagens, ganhando novas características, mas sem deixar de ser rádio, logo, como um meio “que transmite, na forma de sons, conteúdos jornalísticos, de serviço, de entretenimento, musicais, educativos e publicitários” (Ferraretto & Kischinhevsky, 2010, p. 176) expande-se e encontra em outras formas de difusão possibilidades possíveis.

## 6 Considerações finais

As mudanças citadas ao longo do texto evidenciaram diversas esferas presentes na caracterização do profissional jornalista. A primeira referiu-se ao âmbito material, ou seja, às ferramentas utilizadas por estes para a realização do trabalho que se propõem. Nessa questão, foram destacados os estranhamentos provocados pela inserção das tecnologias digitais na rotina produtiva, assim como o acúmulo de funções técnicas pelos jornalistas. Entretanto, diminuir a discussão para a relação material é estabelecer que a citada ocupação se define como prática exclusivamente funcional, esvaziando-a de sentido. Por isso, a esfera do jornalismo como profissão é trazida de diversas maneiras, considerando tanto os valores relativos a prática jornalística como as compreensões dos entrevistados perante as transformações observadas e os receios frente a um jornalismo cada vez mais múltiplo e de difícil definição.

Outro aspecto notabilizado durante a pesquisa referiu-se às mudanças produtivas. Estas podem ser descritas em duas instâncias: a primeira, relativa às mudanças orgânicas ou naturais, e a segunda, àquelas impulsionadas por interesses organizacionais, financeiros e políticos. Na primeira incluem-se todas as transformações de cunho tecnológico, ou seja, a inserção da *internet* na rotina produtiva, o surgimento de gravadores digitais e o uso cada vez mais comum das redes sociais. Já a segunda atrela-se às modificações que ocorrem a fim de atender interesses de poucos, comprometendo a qualidade do material produzido na redação e sobrecarregando os jornalistas contratados. Nota-se que ambas as instâncias ocorrem concomitantemente, sendo que a



separação analítica acontece apenas para evidenciar os diferentes interesses que as permeiam.

Constata-se também que a convergência midiática, intensificada nos últimos anos, trouxe questões importantes de serem debatidas pelos jornalistas, seja com a participação mais ativa dos ouvintes na produção diária, que é vista ainda com cautela por alguns entrevistados, seja com as indagações relativas à exigência por profissionais polivalentes, seja com os embates perante uma lei que não corresponde à realidade das redações que estão cada vez menos especializadas em um meio, produzindo para diversas plataformas.

Tais questões tornaram-se prementes de serem analisadas pelas teorias do jornalismo, evidenciada aqui pelo *newsmaking*, considerando que o conceito busca compreender como a cultura profissional e os valores compartilhados determinam as decisões tomadas pelos meios (Pena, 2005). “Assim sendo, é preciso considerar que os valores profissionais mudaram motivados pela perspectivação do *ethos* do profissional. As etapas produtivas não perpassam mais diversos atores, sendo o Jornalismo, cada vez mais, uma atividade individualizada” (Maia, 2017a, p. 123). Estas novas características por sua vez trazem novos aspectos que transformam consideravelmente o cenário analisado pela teoria, sendo necessária, portanto, sua reconcepção e tensionamento com outros conceitos, como o da convergência.

Por fim, apesar de considerar as transformações ocorridas em diversas esferas profissionais, o que impulsionou o surgimento do conceito de rádio expandido que visa a abarcar as novas formas de produção e de identificar na fala dos entrevistados as transições tecnológicas que ocorreram na emissora, ficou evidente que o processo produtivo em sua essência pouco mudou, pois continuou-se produzindo conteúdos em formatos similares e para o mesmo suporte (*hertziano*). Portanto, o rádio expandido não faz parte da realidade da emissora, visto que, apesar de estar presente em outras plataformas digitais, não se produz ou se pensa produtos específicos para elas, o que faz com que o conceito, nas singularidades da pesquisa aqui descrita, seja muito mais um apontamento futuro que uma realidade presente.

Além disso, pela dificuldade da emissora em se adequar as mudanças impostas pelo mercado, os profissionais acabam por vivenciar ainda mais intensamente as transformações impostas,

que atendem principalmente aos interesses dos proprietários de mídia. Tal realidade foi evidenciada tanto pela extinção dos cargos técnicos, como pela sobrecarga de profissionais que assumiram mais de uma tarefa na rotina da redação.

## NOTAS

- 1 A primeira versão deste artigo foi apresentado no XV Congresso Internacional Ibercom, em Portugal. A versão atual incorpora modificações que fazem do texto um trabalho inédito.

## REFERÊNCIAS

- Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: 70.
- Cebrián Herreros, M. (2008). *La Radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires: La Crujía.
- Duarte, J. (2015). Entrevista em profundidade. In J. Duarte, A. Barros (Orgs.), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação* (pp. 62-83). São Paulo: Atlas.
- Ferraretto, L. A. (2010). O rádio e as formas do seu uso no início do século XXI: uma abordagem histórica. In A. F. Magnoni, J. M. Carvalho (Orgs.), *O Novo Rádio – Cenário da Radiodifusão na Era Digital* (pp. 19-54). São Paulo: Senac.
- Ferraretto, L. A. (2015). Uma proposta metodológica para pesquisar a história do rádio no Brasil. In J. M. Melo, N. Prata (Orgs.), *Radialismo no Brasil: cartografia do campo acadêmico (itinerário de Zita, a pioneira)* (pp.135-151). Florianópolis: Insular.
- Ferraretto, L. A., Kischinhevsky, M. (2010). Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. *Revista FAMECOS*, 17, pp. 173-18. DOI: 10.15448/1980-3729.2010.3.8185
- Ferreira, P. A., Monteiro da Luz, C. R., Maciel, I. M. S. (2015). As redes sociais como fonte de informação: uso do WhatsApp como ferramenta de apuração da notícia. Trabalho apresentado no Intercom. Rio de Janeiro, v. 1. Recuperado de: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3508-1.pdf>.

Fidler, R. (1997). *Mediamorfosis: comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Granica.

Figaro, R. (2013) Perfis e Discursos de Jornalistas no Mundo do Trabalho. In R. Figaro, C. Nonato, R. Grohmann (Orgs.), *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista* (pp. 7-137). São Paulo: Salta.

Franciscato, C. E. (2014). Inovações tecnológicas e transformações no jornalismo com as redes digitais. *Revista GEINTEC: gestão, inovação e tecnologias*, 4, pp. 1329-1339.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.

Kischinhevsky, M. (2008). Amigo ouvinte, o locutor perdeu o emprego: considerações sobre o processo de automação nas rádios FM do Rio de Janeiro. *EPTIC OnLine* (Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación), X, pp. 1-13. Recuperado de <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/205/>

Kischinhevsky, M. (2013). Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In C. Rodrigues (Org.), *Jornalismo On-line: modos de fazer* (pp. 57-74). Rio de Janeiro: PUC/RJ.

Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e Mídias Sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X.

Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.

Maia, B. (2017a) *O Processo de Convergência no Radiojornalismo: transformações profissionais na rádio CBN-Curitiba* (dissertação de mestrado). Universidade Federal do Paraná. Curitiba. Recuperado de <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/47272>

Maia, B. (2017b). As Transformações no Ethos do Jornalista: a reformulação dos valores profissionais perante um cenário de convergência. Trabalho apresentado no 15o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo, v. 1. Recuperado de <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2017/paper/view/522>.

Marcondes Filho, C. (2009). *Ser Jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus.

Meditsch, E. (2001) *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular.

Negroponete, N. (1995). *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras.

Pena, F. (2005). *Teorias do Jornalismo*. São Paulo: Contexto.

Pool, I. S. (1983). *Technologies of freedom*. Cambridge: Harvard University Press.

Quadros, C. I., Godoy, E. R. (2005). Crise do Radiojornalismo em Curitiba. Trabalho apresentado no III Encontro da Rede Alcar, 2005, Novo Hamburgo, v. 1. Recuperado de <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/3o-encontro-2005-1>.

Rüdiger, F. (2013). *As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores*. Porto Alegre: Sulina.

Salaverría, R., Negredo, S. (2008). *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol90.

Traquina, N. (2012). *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular.

Wolf, M. (1999). *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Presença.

**Bárbara Maia** é mestre em comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná – UFPR e doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ. Ela integra o Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas e é bolsista pela Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, FAPERJ. E-mail: [barbaramaiap@gmail.com](mailto:barbaramaiap@gmail.com).

RECEBIDO EM: 30/12/2017 | ACEITO EM: 26/03/2018