

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

EDUARDO RODRIGUES PAGANELLA

**O REPÓRTER DE RÁDIO NO RIO GRANDE DO SUL: UMA REFLEXÃO DA ATIVIDADE SOB O
PRISMA DA ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO**

Porto Alegre
2018

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

Eduardo Rodrigues Paganella

O repórter de rádio no Rio Grande do Sul:
uma reflexão da atividade sob o prisma da economia política da comunicação

Dissertação apresentada como requisito para aprovação no Curso de Mestrado em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador(a): Magda Rodrigues da Cunha

Porto Alegre
2018

Ficha Catalográfica

P128r Paganella, Eduardo Rodrigues

O repórter de rádio no Rio Grande do Sul : Uma reflexão da atividade sob o prisma da Economia Política da Comunicação / Eduardo Rodrigues Paganella .
– 2018.

168.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS.

Orientadora: Profa. Dra. Magda Rodrigues da Cunha.

1. Comunicação. 2. Discurso. 3. Economia Política da Comunicação. 4. Radiojornalismo. 5. Repórter de rádio. I. Cunha, Magda Rodrigues da. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da PUCRS
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Bibliotecária responsável: Salete Maria Sartori CRB-10/1363

Eduardo Rodrigues Paganella

O repórter de rádio no Rio Grande do Sul:
uma reflexão da atividade sob o prisma da economia política da comunicação

Dissertação apresentada como requisito para aprovação no Curso de Mestrado em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovado em _____ de _____ de 2018.

BANCA EXAMINADORA:

Profª Drª Máгда Rodrigues da Cunha (Orientadora)

Profª. Dra. Cristiane Finger - PUCRS

Prof. Dr. Demétrio de Azeredo Soster - UNISC

Porto Alegre
2018

AGRADECIMENTOS

À Maria Cristina Lemos Rodrigues, mãe e professora, pelo apoio incondicional e paciência em compreender a minha ausência em momentos especiais para poder produzir este trabalho. À Celso Paganella Júnior, pai e médico, por me incentivar a buscar caminhos e aprimoramentos. À Edna Maria Paganella, Dinda, e Maria de Lourdes Moraes, por terem me apoiado em momentos tão difíceis ao longo da vida. Aos demais familiares, agradeço pela compreensão durante o período em que me dediquei a este projeto aqui publicado. Preparem-se, pois haverá outras empreitadas pela frente em breve.

Agradeço ainda aos amigos e colegas de profissão que também sentiram minha ausência durante a realização deste trabalho. Foram eventos e momentos especiais que deixei de estar junto para me dedicar ao campo acadêmico. Entretanto, nem um Oceano me faria esquecer das pessoas e das coisas que tanto admiro. Certamente, tornei-me uma pessoa melhor após esse ciclo. Espero ser capaz de retribuir com carinho e conhecimento todo o sentimento que vocês têm por mim.

À professora Dóris Haussen, que me orientou por um ano e meio e me permitiu ingressar no campo acadêmico. Não há palavras para agradecer o crescimento intelectual ao longo desta empreitada. À professora Magda Cunha, que me acolheu em um momento crucial da dissertação e teve paciência para me auxiliar e me ouvir diante de tantas dúvidas e incertezas. Sua orientação foi imprescindível na reta final do trabalho e esse aprendizado será levado com apreço por mim, para usar com meus futuros alunos. Ao Rádio, simplesmente por existir.

Por fim, agradeço à Deus por ter me iluminado ao longo deste trajeto. Não tenho do que reclamar, pois sempre tive minhas preces ouvidas. Nos momentos em que achei que não terminaria o trabalho, pequenas 'conversas' me fizeram ter certeza de que as coisas dariam certo.

RESUMO

A atividade do repórter de rádio se alterou consideravelmente nos últimos anos no Brasil. A expansão da mídia radiofônica para as plataformas digitais e as transformações promovidas pela cultura pós-fordista impõem novos desafios à prática jornalística dentro do segmento de rádio. A partir da ótica da Economia Política da Comunicação, a dissertação proposta neste projeto visa analisar as consequências dessas transformações para o repórter de rádio no Rio Grande do Sul. O exame busca compreender, a partir da percepção de profissionais do passado e do presente, alterações nas rotinas e reflexos das transformações tecnológicas nas atividades de radiojornalismo. A partir da realização de grupos focais, são colhidas informações e impressões daqueles que já executaram e daqueles executam as práticas de reportagem de rádio. O procedimento de Análise de Discurso será empregado para extrair percepções dos antigos e atuais repórteres, buscando ir além daquilo que está presente nas práticas de produção, e compreendendo como o profissional se via e se vê dentro dos cenários de radiojornalismo.

Palavras-chave: Comunicação, Discurso, Economia Política da Comunicação, Radiojornalismo, Repórter de rádio

ABSTRACT

The radio reporter activity has changed considerably in recent years in Brazil. The expansion of the radio media to the digital platforms and the transformations promoted by the post-fordist culture impose new challenges to the journalistic practice within the radio's segment. From the perspective of the Political Economy of Communication, this text proposed in this project will analyze the consequences of transformations for the radio reporter work in Rio Grande do Sul. The exam seeks to understand, from the perception of professionals of the past and present, changes in the routines and reflexes of the technological transformations in the activities of radiojournalism. From the holding of focus groups, information and impressions are collected from those who have already performed and from those performing radio reporting practices. The Discourse Analysis procedure will be used to extract perceptions from the old and current reporters, seeking to go beyond what is present in the production practices, and understanding how the professional saw and see within the scenarios of radiojournalism.

Keywords: Communication, Speech, Political Economy of Communication, Radiojournalism, Radio reporter

SUMÁRIO

1	Introdução	9
2	Da economia política à comunicação	22
2.1	Modernidade e o fordismo	23
2.2	Pós-Fordismo ou acumulação flexível	27
2.3	Economia Política da Comunicação	31
2.4	A Economia Política da Comunicação e as empresas de rádio no RS.....	36
3	Uma breve história do repórter	46
3.1	Reportagem	50
3.2	Repórter.....	55
3.3	Repórter de Rádio.....	60
3.4	Relações de trabalho	67
3.5	Metodologia do trabalho: o confronto de gerações	70
4	Conhecendo a metodologia e os grupos focais e compreensão dos discursos	72
4.1	Apresentação da Análise de Discurso e das ferramentas metodológicas	72
4.2	Análise qualitativa e Grupo focal.....	75
4.3	Grupo focal	76
4.4	Repórteres que atuaram nas emissoras na década de 1990	79
4.4.1	<i>As rotinas do grupo dos repórteres da década de 1990</i>	81
4.4.2	<i>O multimídia e multitarefa para os repórteres da década de 1990</i>	84
4.4.3	<i>Percepção sobre a produção de conteúdos, contratos e remuneração categoria</i>	87
4.5	Os repórteres do presente	89
4.5.1	<i>As rotinas do grupo de repórteres de 2018</i>	90
4.5.2	<i>O multimídia e multitarefa para os repórteres da atualidade</i>	93
4.5.3	<i>Percepção sobre a produção de conteúdos, contratos e remuneração categoria</i>	97
5	Uma análise da atividade de reportagem de rádio com base na EPC	102
5.1	Sobre as rotinas de produção a partir da EPC	103
5.2	Uma análise sobre a produção multimídia e o profissional multitarefa a partir da EPC	108

5.3	Percepção sobre a produção de conteúdos, contratos e remuneração categoria a partir da EPC	111
6	Considerações	115
	REFERÊNCIAS	120
	APÊNDICE A - Entrevista com o grupo focal formado por repórteres dos anos de 1980 e 1990	127
	ANEXO A - Decreto-Lei n. 910 - de 30 de novembro de 1938.....	155
	ANEXO B – Decreto Lei n. 972, de 17 de outubro de 1969	159
	ANEXO C – Decreto n. 83.284 de 13 de março de 1979	164

1 Introdução

"Fulano cobra escanteio e corre para a área para cabecear". A expressão entrou para o folclore do futebol, e por trás dela, há uma fábula sobre um gol que teria sido marcado em um jogo realizado no Brasil no final dos anos de 1940. Lenda ou verdade, fato é que o lance seria de difícil execução, pois, para realizar tal façanha, o jogador teria que se desdobrar para conseguir realizar várias ações em tão curto espaço de tempo. A frase caiu no gosto popular e tornou-se uma expressão corriqueiramente usada para se referir a pessoas que precisam executar diversas tarefas dentro de um mesmo ambiente e em um espaço de tempo relativamente curto. O que diriam os mais lúcidos se entrassem em uma redação jornalística e percebessem que profissionais que se multiplicam para a produção de conteúdos nos mais diversos formatos e plataformas? Possivelmente, que as novas demandas e formatos e modelos de produção obrigam os jornalistas " a cobrar escanteio e cabecear" dentro das empresas de comunicação.

Tem me deixado inquieto nos últimos tempos o significativo número de atividades que profissionais de jornalismo desempenham dentro das redações de rádio sem o devido reconhecimento. De maneira geral, é necessário dominar mais de uma mídia e função para ser um jornalista mais adaptado às novas tecnologias e demandas. No entanto, não raro, o repórter pesquisa, entrevista, escreve materiais para um portal de notícias, produz fotos e vídeos para plataformas digitais e redes sociais, e enfim, entra no ar em rádio e/ou televisão publicando a notícia. Os vencimentos, por sua vez, não aumentaram na mesma proporção das novas demandas. Além disso, fatores como receitas das emissoras de rádio têm sofrido drasticamente diante dos atuais problemas econômicos enfrentados pelo país, levando ao fechamento de cargos e até mesmo de empresas jornalísticas. No radiojornalismo, de forma geral, a situação gerou transformações profundas no modo de produção dos repórteres, que assumiram diversas tarefas, que não estão necessariamente atribuídas ao trabalho intelectual do jornalismo.

Este movimento dentro do campo jornalístico tem relação direta com as transformações sociais e tecnológicas, correlações globais e cadeias de produção, que tornaram-se cada vez mais flexíveis. Os elementos supracitados provocaram drásticas alterações panorama atual da economia política mundial, gerando

implicações dentro dos vários segmentos sociais. Praticamente toda a cultura de produção mundial foi impactada por mudanças tecnológicas alavancadas nas últimas décadas, especialmente a segunda metade do século XX. Pesquisadores da esfera social, como David Harvey (2001), defendem, por exemplo, que fatores como a acumulação flexível de capital e a “compressão do tempo-espço” do capitalismo influenciam, diretamente, nas culturas organizacionais e nos processos de produção, em diversos tipos de indústrias. Bauman (2001) também identifica alterações sociais significativas, especialmente na segunda metade do século XX, e que refletem na perda do poder do Estado-Nação e no ganho de força por parte das organizações multinacionais. A notória expressão “tempos líquidos” de Bauman (2001), para referir-se ao atual contexto da sociedade, incita uma reflexão sobre as mudanças no ambiente de trabalho organizacional, e que já não dispõe das benesses dos sólidos estados-nação de outrora.

As alterações entre aquilo que se consolidou e o novo momento de sistema de produção de em massa, a partir dos anos de 1960 e 1970, foi denominado por pesquisadores de diversas formas, inclusive como **Fordismo e Pós-Fordismo**. Para Harvey (2001), o fordismo caracteriza-se por uma série de procedimentos dentro de linhas de produção industrial com o intuito de otimizar os resultados dos processos. Esta nomenclatura surgiu após o magnata Henry Ford implementar nas primeiras décadas do século XX, nos Estados Unidos, uma sistemática de produção de carros em suas fábricas, otimizando os processos industriais da época. Conforme Gramsci (1999), o modelo mecanizado superou os limites da fábrica, já que Henry Ford também tinha interesse em entender a identidade dos trabalhadores desta linha de produção quando estavam fora dos ambientes de trabalho.

Aspectos socioeconômicos do século XX provocaram, gradativamente, uma passagem histórica entre o regime de produção fordista e um método de produção mais maleável. Harvey (2001) pontua fatores ligados às transformações tecnológicas, associadas a modos mais flexíveis de produção e acumulação do capital, além da chamada expressão “compressão do tempo-espço” como fundamentais para a passagem do fordismo para o pós-fordismo. Do ponto de vista histórico, o autor pontua a crise do petróleo, na década de 1970, a aceleração de fusões e incorporações empresariais de forma global e alterações tecnológicas como princípios desta passagem do regime rígido de produção para um modelo mais flexível. Essa proposta

também acaba com o que Harvey (2001) chama de condição de superacumulação, outra das características do antigo regime fordista. Mosco (1996) tem proposições que compactuam com as ideias de Harvey (2001), e levanta o desenvolvimento das empresas, que se internacionalizaram e tornaram-se multinacionais, com caráter de conglomerado monopólico. Esse processo fortaleceu as estruturas de negócios entre instituições privadas e promoveu um significativo enfraquecimento do Estado-Nação enquanto ente regulador do sistema econômico.

Sob a perspectiva geral dessas mudanças, Mosco (1996) também enfatiza que o avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) teve papel fundamental nesse processo de descentralização das estruturas político econômicas, impactando todos os setores da vida social, inclusive as indústrias culturais, como a da comunicação de massas. Fonseca (2008, p. 79) afirma que “o fenômeno da consolidação das indústrias culturais no mundo moderno é, assim contemporâneo do processo de industrialização que se dá sob o capitalismo monopolista”. Para Fonseca (2008), as mudanças socioeconômicas do regime fordista para o pós-fordista influenciaram diretamente as empresas jornalísticas, que precisaram se reestruturar e reorganizar seus sistemas de produção.

Quanto à manifestação do regime de acumulação flexível nas organizações jornalísticas, observou-se que ela se apresenta no padrão multimídia perseguido pelos conglomerados de comunicação, no progressivo compartilhamento de conteúdos entre as mídias de um mesmo grupo e entre grupos, na reestruturação da ‘linha de produção’ e na reestruturação das funções jornalísticas (FONSECA, 2008, p. 289.)

Assumindo esta proposição, este trabalho relaciona as implicações inerentes ao processo pós-fordista dentro do segmento de radiojornalismo no Brasil, dando ênfase ao profissional que ocupa o cargo de repórter de rádio dentro das emissoras.

É de suma importância assumir que o pesquisador tem interesse neste campo de pesquisa porque entende que a lupa da Economia Política da Comunicação é a ferramenta adequada para correlacionar aspectos globais e diferentes esferas de produção aos processos existentes dentro das empresas de comunicação. A curiosidade deste trabalho está na prática de, a todo momento, tentar observar características de um modelo de economia-mundo, onde uma cadeia de elementos socioeconômicos aponta direções sobre o andamento das grandes corporações, e como essas transformações manifestam-se no trabalho do profissional de uma

atividade como a reportagem de rádio.

Com o objetivo de tentar identificar os reflexos desse movimento no ambiente radiofônico, foram elaborados os seguintes problemas de pesquisa:

- a) Que tipos de implicações resultantes do momento pós-fordista e suas variáveis econômicas e tecnológicas afetam o trabalho do repórter de rádio?
- b) Como aspectos econômico-empresariais interferem na produção do repórter de rádio na atualidade?
- c) A narração da notícia pelo repórter de rádio foi afetada pelas novas dinâmicas?
- d) Em que pontos há discrepância entre as atividades jornalísticas praticadas pelos repórteres de rádio na redação e as leis que regem a categoria?

O objetivo deste texto é investigar as mudanças na atividade dentro de um cenário organizacional que se transforma. A ótica para esta análise se dará através da perspectiva pós-fordista, com o intuito de saber em que aspectos a flexibilidade de ações interferiu nas rotinas de produção do repórter de rádio e quais foram as consequências dessas mudanças. O pesquisador justifica esta escolha a partir de diversos elementos. Entre eles, a curiosidade em saber até que ponto esse jornalismo multifacetado e convergente altera o modo como o Repórter lida com a apuração e divulgação das notícias. A partir dos tensionamentos feitos sobre as relações entre as atividades do Repórter e a Economia Política, e admitindo os reflexos da ciência dentro do campo comunicacional, este trabalho busca:

- a) como objetivo geral, compreender quais foram as consequências das mudanças do regime pós-fordista nas rotinas de produção para os repórteres de rádio;
- b) relacionar as alterações resultantes do momento de produção jornalística multimídia dentro de emissoras de rádio ao momento pós-fordista e descobrir, a partir da ótica dos profissionais, se as exigências dessa produção multiplataforma interferem na profundidade do conteúdo

dentro do ambiente diário de redação e como os profissionais se sentem diante desse modelo de trabalho;

- c) investigar se, dentro de conglomerados midiáticos, o trabalho cooperativo do repórter de rádio é reconhecido/remunerado, e se o profissional já produziu conteúdos para outros veículos dos grupos sem receber pagamentos por isso;
- d) elencar características e preocupações dos repórteres sobre as relações trabalho/remuneração, especialmente em função do caráter multitarefa exigido atualmente.

Correlacionando as sustentações de autores ligados às áreas de Economia Política (BAUMAN, 2001; HARVEY, 2001), da Economia Política da Comunicação (MOSCO, 1996; FONSECA, 2008; SANTUÁRIO, 2015) e do segmento radiofônico, especialmente aquele que trata das transformações provocadas pela tecnologia dentro das redações de rádio (FERRARETTO, 2010; LOPEZ, 2010), este trabalho tem como um dos questionamentos examinar se a demanda de produção multitarefa diminuiu ou aumentou a capacidade de aprofundamento dos conteúdos por parte dos repórteres de rádio. O autor não descarta, por exemplo, que o movimento que afeta as empresas de comunicação e que provoca transformações nas atividades, seja apenas um reflexo daquilo que vem ocorrendo em outras esferas e campos de trabalho ao redor do mundo, onde há uma necessidade de profissionais mais capacitados, com múltiplas habilidades, e capazes de resolver problemas mais complexos. Mesmo assim, é de suma importância que ponderar que no campo da comunicação, aspectos tecnológicos e socioeconômicos, que se desenvolveram com mais velocidade nos últimos anos, representaram mudanças nas rotinas de produção. De acordo com Vianna (1992), as transformações dentro das redações, principalmente provocadas pela tecnologia, são reflexos um momento de passagem do período industrial para um pós-industrial.

Segundo os estudiosos, 'é a chamada revolução pós-industrial. Esta é provocada por uma série de fatores culturais, sociais, econômicos, científicos e tecnológicos, sendo que os últimos emergem como força propulsora. Toda tecnologia está envolvida, mas somente uma se impõe: aquela relativa à criação, compilação, elaboração e difusão de informação' (GIOVANNI apud VIANNA, 1992, p. 15).

Os pesquisadores citados acima, especialmente os ligados à área de jornalismo, já enfatizaram as mudanças nas rotinas de produção, porém o autor deste trabalho crê que existem consequências positivas e negativas nestas mutações, e que elas podem ser vistas sob a ótica pós-fordista. A inquietação das empresas de comunicação em apresentar diversos conteúdos em diferentes plataformas, afeta a propensão do Repórter em explorar de forma mais profunda os detalhes de uma reportagem.

Um repórter de rádio, por exemplo, deve ter conhecimento que lhe permita desenvolver vídeos, textos, fotografias, infografias ou áudio-slideshows. Entretanto, este conhecimento não precisa ser exato ou intenso. Ele deve, sim, saber fazê-lo. Mas ainda é um especialista em áudio, estrutura principal do radiojornalismo hipermediático [...] O repórter multiplataforma deve ter também rapidez e versatilidade para executar diversos formatos, sempre pensando nas diretrizes jornalísticas da empresa e mantendo uma perspectiva crítica da sociedade, tipicamente jornalística (LOPEZ, 2010. p. 127)

Outra reflexão que feita neste trabalho vislumbra entender se a produção desses conteúdos multimídia é compartilhada com outras mídias do conglomerado midiático, e se o profissional sente-se devidamente valorizado por desenvolver materiais que podem ser utilizados em diversas plataformas. Através de entrevistas com profissionais, o trabalho buscará reforçar a situação de profissionais do segmento radiofônico, que produzem ou repassam informações para outras mídias que pertencem ao conglomerado midiático a que pertencem. Neste âmbito ainda, haverá um tensionamento sobre as relações entre carga e demandas de trabalho e remuneração dos profissionais. Atualmente, a exigência de conhecimento técnico para produzir determinados conteúdos nem sempre é acompanhada de capacitação e remuneração adequadas. Com base em outros autores, Pereira e Adghirni (2011) pontuam este momento onde o profissional é multimídia, mas o salário não corresponde às atribuições.

[...] E também nas exigências de se produzir um mesmo conteúdo para vários formatos midiáticos (impresso, TV, rádio, on-line), o que exige dos jornalistas o desenvolvimento de novas competências e uma sobrecarga de trabalho (García Avillés & Carvajal, 2008) que dificilmente é remunerada. Situação que as empresas adotam e vendem com orgulho, levando o profissional a assumir o slogan de “jornalista 24 horas”. De nada adiantou as tentativas dos sindicatos, relatados em inúmeros dossiês, de conscientizar os profissionais a reagir. Com receio do desemprego, a maioria assume este discurso e mantém distância das reivindicações sindicais, mesmo para a demanda de “múltiplo salário” para jornalista multimídia. (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p. 47)

Entre aquelas situações hipotéticas que poderão a vir ser encontradas na pesquisa, haverá a possibilidade de os profissionais sentirem-se confortáveis com as recentes mudanças no campo da comunicação, bem como o contrário. Por conhecimento do campo, o pesquisador não descarta que jornalistas vejam parte das atividades como positivas e plausíveis dentro do cenário de convergência de conteúdos e da produção multimidiática dos grandes veículos de comunicação. Entretanto, as demandas para várias plataformas podem vir a sobrecarregar um profissional que, como já citado anteriormente, executa diversas funções e nem sempre é remunerado como esperava ou como julga justo. Também é possível projetar que existam discordâncias de pensamento entre os profissionais sobre o volume de materiais produzidos e a respectiva capacidade de verificação e apuração das informações. Cabe, além disso, despertar indagações aos profissionais que executam as funções diárias de reportagem de rádio e àqueles que já exerceram o papel se houve alterações no modo de narração das notícias em campo pelo Repórter a partir dos avanços tecnológicos.

No que diz respeito aos instrumentos metodológicos que propiciarão a realização deste trabalho, a pesquisa bibliográfica será de vital importância para embasar conceitos sobre o profissional de reportagem, o radiojornalismo contemporâneo e Economia Política da Comunicação. Sobre esse último ponto, será feita uma introdução e explanação daquilo que o autor compreende como fundamental na sustentação teórica do campo. Adentrando no espectro de possibilidades da Economia Política da Comunicação, é fundamental esclarecer que a vertente adotada para o trabalho é a da Escola Francesa de Regulação. De forma sucinta, é possível destacar que a teórica foi selecionada porque pode abarcar aspectos complexos da sociedade contemporânea a partir do viés econômico-social dentro das empresas de comunicação. À respeito da Escola de Regulação Francesa, ramo do campo da Economia Política tradicional, é possível enfatizar propostas neomarxistas que discutem o debate entre modelos fordista e pós-fordista (SANTUÁRIO, 2015, p. 89). Essa perspectiva de leitura sobre os processos leva em consideração as transformações relacionadas ao capitalismo especialmente após à Segunda Guerra Mundial. Conforme Fonseca (2008, p. 44), identifica-se a partir desta vertente, uma análise mais profunda sobre as formas que o capitalismo adota para se perpetuar.

Avançando no desenvolvimento do trabalho, o próximo passo é utilizar a

metodologia de Análise de Discurso para compreender e esboçar características sobre a produção dos profissionais de rádio dentro da perspectiva pós-fordista. Para isso, serão feitas reuniões com grupos focais e aplicação de questionários mistos com ex-repórteres de rádio e profissionais que atualmente trabalham em emissoras de radiojornalismo do Rio Grande do Sul. Elas vão se basear em três tópicos gerais: a produção de reportagens pelos profissionais de radiojornalismo no período pós-fordista, as pressões e condições de trabalho dentro da redação radiofônica e a aspectos ligados à legislação da profissão de repórter de rádio. Após a coleta das respostas, haverá uma padronização dos resultados a partir da metodologia de Análise de Discurso. Com base nesse procedimento metodológico, serão examinadas as concepções que os profissionais têm dos questionamentos feitos. Por fim, será possível formular uma aparato de materiais suficientes para elencar e sustentar, ou não, as hipóteses sobre as práticas jornalísticas.

Todo ato de comunicação é um objeto de troca entre duas instâncias, uma de enunciação e outra de recepção, da qual o sentido depende da relação de intencionalidade que se instaura entre elas. Isso determina três lugares de pertinência: a instância de enunciação — lugar das condições de produção; a instância de recepção, que será chamada lugar das condições de interpretação; e aquele no qual se encontra o texto como produto acabado, que será chamado lugar de construção do discurso. (CHARAUDEAU, 1997, p. 15).

A utilização dos conceitos metodológicos aplicados às respostas, somados aos aparatos bibliográficos de Economia Política da Comunicação e de radiojornalismo, possibilitarão ao pesquisador inferir e compreender as consequências para o trabalho do repórter de rádio diante da ótica pós-fordista. A metodologia também servirá para desenvolver relações entre as rotinas dos profissionais de reportagem radiofônica e suas percepções sobre a correlação entre trabalhos multimídia e remuneração. A aplicação metodológica se dará com a realização de trabalhos com dois grupos focais e uma análise qualitativa dos resultados. Um dos grupos será composto por três a quatro profissionais que executaram a atividade de reportagem entre os anos de 1980 e 1990 e outro terá o mesmo número de participantes com jornalistas que atualmente executam a tarefa.

A proposta é estabelecer uma análise comparativa entre dois grupos de profissionais através dos discursos apresentados pelos participantes, estabelecendo conexões e distanciamentos entre as práticas passadas e recentes e suas consequência às atividades e aos profissionais. No caso do primeiro grupo, tratam-se

de profissionais que não atuam mais diretamente na atividade de reportagem, mas que já estiveram presentes nas principais redações do Estado. O segundo grupo será composto por profissionais que atualmente estão dentro das emissoras de rádio e têm uma percepção sobre as relações de produção de conteúdos dentro do espectro jornalístico exigido.

A partir da formação dos grupos, será aplicado um questionário misto à respeito da profissão. Os jornalistas serão provocados a repercutir sobre aspectos relacionados à produção de notícias e de conteúdos no passado e no presente, sobre os reflexos da necessidade de produção multimídia dentro das redações, sobre a qualidade e profundidade de jornalismo que se executava e se executa do cenário de dinâmicas multimídia e sobre as relações entre produção de conteúdos, aspirações financeiras e remuneração da categoria. Como já destacado, serão observadas características daquilo que já foi e do que é a reportagem de rádio na ótica dos entrevistados e, como muitas das mudanças (caso tenham ocorrido), se deram por movimentações ligadas ao campo político e econômico. Por fim, é plausível pontuar que a metodologia, a partir do viés qualitativo, não busca gerar um volume de informações, mas obter indicações e sinalizações dos profissionais sobre as impressões deles à respeito da atividade de reportagem de rádio dentro de um contexto pós-fordista.

Por critério escolhido pelo pesquisador, os profissionais que participarão dos grupos deverão ter, ao menos, três anos de experiência de reportagem radiofônica. O período é considerado razoável para que o profissional tenha absorvido boa parte das práticas ligadas à reportagem de rádio. Todos os entrevistados terão os nomes preservados. Foi dada a opção de identificação a eles, mas um dos grupos optou por não expor os nomes. Sendo assim, o critério adotado foi o de substituir os nomes por letras e números. Um dos grupos é formado por A1, A2 e A3. Já o segundo grupo é composto por B1, B2, B3 e B4. O questionário contém algumas provocações, com perguntas fechadas e abertas a respostas mais longas. Após a realização, o pesquisador vai colocar a mesa os apontamentos feitos pelos profissionais para que esses sejam debatidos dentro do grupo focal. A expectativa é de que, a cada uma das provocações feitas, haja algum tipo de repercussão junto aos demais entrevistados. Todas as respostas serão levadas em consideração.

Posteriormente, haverá uma comparação entre a descrição feita pelo

pesquisador com os dois grupos, apresentando pontos de convergência e coincidência entre as respostas e percepções diferentes e divergentes sobre a atividade de reportagem de rádio. Como já citado anteriormente, o exame desses resultados se dará sob a ótica da Economia Política da Comunicação, buscando gerar relações e interpretações entre o campo teórico, com mudanças sociais provocadas por aspectos econômicos, sociais, políticos, tecnológicos e culturais e a atividade de reportagem de rádio, enquanto prática profissional.

Detalhando os capítulos desta dissertação, o primeiro trata de apresentar as forças ligadas à Economia Política¹ dentro das organizações de comunicação, dando origem à Economia Política da Comunicação. Para isso, será necessário apresentar um aparato teórico/conceitual sobre a ciência, assim como uma aproximação dessa proposta às empresas de comunicação. O autor entende, sobretudo, que as forças da economia política afetam, diretamente ou mesmo indiretamente, na produção do repórter e na execução da reportagem. A fundamentação sobre Economia Política se dará a partir da crítica feita por Karl Marx (1876), em seu conjunto de livros conhecido como O Capital. Porém, a conceituação sobre o termo se dará a partir das propostas de Zigmund Bauman (2001) e David Harvey (2001). Estes dois autores serão referências para embasar alterações socioeconômicas, especialmente durante a segunda metade do século XX, e seus reflexos dentro das organizações. Aqui, serão apresentados os conceitos dos autores sobre os termos pós-modernidade e de pós-fordismo. De forma geral, os autores apresentam a alteração do sistema de produção, que se tornou mais flexível e rápido.

Após esta apresentação, haverá a conexão entre as propostas de Bauman (2001) e Harvey (2001) à comunicação. Vários autores se debruçam sobre este tema, e suas correlações com a indústria cultural e a produção de conteúdos de massa. A aproximação entre economia política e o contexto comunicacional se dará a partir de Castells (2000), que ainda reverberando Bauman (2001) e Harvey, relaciona as transformações tecnológicas de comunicação e informação ao avanço das ideias capitalistas. Outros autores como Mosco (1996) também terão útil valia ao trabalho. O pesquisador tem concepções interessantes sobre Economia Política da Comunicação, especialmente quando trata sobre as análises de cunho **terceiro-**

¹ O termo - Economia Política - será grafado com iniciais em letras maiúsculas. O objetivo é que a expressão remeta a conceitos da ciência de Marx.

mundista* e, também quando explica sua proposição sobre a Escola Francesa de Regulação*, e sua relação com o Fordismo. Aqui, já será apresentado uma proposta dos reflexos dessas alterações socioeconômicas dos últimos anos dentro das empresas, direcionando obviamente, para o campo comunicacional.

A partir deste aparato teórico, será possível imergir com mais clareza no campo das empresas de comunicação, e posteriormente, nos profissionais de reportagem, tema deste trabalho. Neste avanço, a principal referência para esta dissertação será o texto Indústria de Notícias, da autora Virgínia Pradelina da Silveira Fonseca (2008). Cabe destacar, de antemão, que essa obra serviu ainda como ponto de partida para parte reflexões propostas deste trabalho. Os conceitos apresentados pela autora, principalmente sobre a notícia apresentada como uma mercadoria, são levados em consideração para o que se pretende tratar neste trabalho. Fonseca (2008, p. 222) também dá indícios da chamada “polivalência funcional”, acelerado pela implementação de ferramentas tecnológicas dentro das redações. Esta proposta da flexibilização dos atores de suas funções vai de encontro às propostas de Bauman (2001). Dentro do corpus analisado por Fonseca (2008), há análise sobre a compressão tempo-espaco dentro do sistema de produção de notícias. Neste ponto, há uma correlação dos conceitos de Harvey (2001) e das dinâmicas dentro das redações jornalísticas. Na época em que o texto foi escrito por Fonseca (2008), as práticas de jornalismo multimídia estavam se desenvolvendo. A autora já alertava para os avanços da profissão e para a nova preparação pela qual os jornalistas passariam, transformando-se em profissionais multitarefa.

A segunda parte do trabalho, intitulada de “Repórter e a história da reportagem (uma breve história da imprensa)”, tem por intuito apresentar um panorama sobre o desenvolvimento do jornalismo enquanto atividade, bem como o surgimento do profissional classificado como Repórter². Esta parte do texto pode ser dividida em alguns aspectos, gerando referências fundamentais para a compreensão do todo. De início, o texto vai discorrer sobre as características gerais da reportagem, enquanto gênero tradicional de narrativa. Autores como Sousa (2008) e Ranke (2011) apresentam profunda revisão histórica sobre o tema, lembrando os avanços da

² A palavra - Repórter - foi grafada em letra maiúscula neste momento do texto, pois o objetivo do autor do texto é reforçar que o profissional é visto, nesta obra, como um agente fundamental da prática jornalística. Em outras passagens do texto, a expressão também será grafada em letra maiúscula.

reportagem desde sua gênese. Aqui, é necessário lembrar algumas passagens consideradas marcos naquilo que se considera narrativa. Ranke (2011) frisa que, já entre os gregos, havia uma preocupação com uma narrativa mais imparcial. Sousa (2008), entre outros, pontua as primeiras narrativas, bem como o desenvolvimento da prensa, os reflexos dos avanços sócio-econômico após a idade média, a passagem pelos períodos de Revolução Industrial, e a fundamentação dos alicerces que formam a imprensa na atualidade. Esses autores são interessantes por contextualizarem o avanço da atividade que moldou-se, transformando-se naquilo que se estabeleceu como jornalismo.

No mesmo capítulo, é apresentada uma definição do que se compreende e se considera Reportagem³. Pensamentos de teóricos como Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986), Nilson Lage (2001), Pereira Júnior (2009) entre outros, auxiliam neste entendimento sobre o gênero. O caráter da reportagem é trabalhado neste momento do texto, com a apresentação teórica classificada sobre o modelo. Na sequência do texto, autores considerados referência na execução da Reportagem, como Kotscho (2003), e outros, enunciam aptidões consideradas elementares para um Repórter. É necessário frisar, neste ponto, que apesar de haver um consenso em alguns conceitos, os tipos de texto e as formas de exemplificação dessas características são bem diferentes entre aqueles que examinam reportagem (os autores de cunho mais teórico) e aqueles que expõem suas experiências (autores que analisam sob um viés mais prático).

Feita essa apresentação, é possível entrar no mote deste trabalho: o repórter de rádio. O trabalho vai indicar aspectos históricos importantes para contextualizar o radiojornalismo brasileiro, bem como frisar o papel e a posição do repórter diante dos avanços. Autores como Jung (2006), Ferraretto (2001), Lopez (2010) e Kischinhevsky (2009) serão referências essenciais parte do texto. O radiojornalismo surgiu e se desenvolveu concomitantemente à mídia radiofônica. A reportagem radiofônica, no entanto, demorou a avançar, principalmente em função do aparato tecnológico. Num passado nem tão distante assim, era extremamente difícil de o repórter de rádio repassar um boletim ao vivo. Também há não muito tempo atrás, havia enorme dificuldade de registrar gravações e editá-las com rapidez. Hoje, não só é possível

³ A palavra - Reportagem - também foi grafada em letra maiúscula, porque tem o intuito de simbolizar uma percepção sobre narrativa. Em outros momentos do texto, a palavra referida também será apresentada com a primeira letra maiúscula.

transmitir conteúdos ao vivo, em tempo real, como executar edições de áudio de vídeo remotamente. Os avanços colaboraram para a formação de um profissional mais qualificado e plural, mas também um agente mais atarefado, e que pode ter problemas em conciliar tantas demandas ao mesmo tempo. Estes são apenas alguns exemplos que serão apresentados sobre a evolução do trabalho jornalístico dentro do segmento radiofônico.

Ainda no primeiro capítulo, será necessário mencionar um fator determinante dentro das redações jornalísticas da atualidade. A relação entre o trabalho executado e as legislações. Haverá um espaço para se debruçar sobre a Lei 972/1969 (BRASIL, 1969), e Decreto Nº 83.284/1979 (BRASIL, 1979) que regulamenta a profissão jornalística. De antemão, pouco se discorre nos documentos sobre a atuação do repórter. A legislação, claramente ultrapassada, nada fala sobre o trabalho do repórter multimídia. Cabe se questionar até que ponto este desamparado legitimado pelas leis afeta e desprestigia a atividade jornalística.

O terceiro capítulo deste trabalho dedicar-se-á à apresentação dos dois grupos focais selecionados para a realização deste trabalho. Um dos grupos contará com profissionais que atuaram como repórteres nas décadas de 1980 e 1990. O segundo grupo é formado participantes que atuam na profissão. Eles relataram suas rotinas de produção, bem como suas características de atividades multimídia e percepções sobre o jornalismo de anos anteriores e do presente. No quarto capítulo, haverá o entrelaçamento entre os aportes bibliográficos citados nos módulos anteriores e a aplicação e análise das entrevistas feitas com os repórteres de rádio. Para auxiliar na compreensão dos resultados, dentro obviamente da proposta metodológica, serão utilizados autores tanto do campo da Economia Política da Comunicação, como do segmento de radiojornalismo. No que tange ao objetivo principal (item a), haverá uma correlação entre autores como Harvey (2001), Castells (1999), Fonseca (2008), Kotscho (2003), Ferraretto e Kischinhevsky (2010) e Lopez (2010). Outros autores ligados às duas áreas que compõem os dois capítulos iniciais também poderão ser utilizados. Isso porque respostas dos jornalistas serão de profunda relevância para associar os aspectos ligados à teoria da Economia Política da Comunicação e o radiojornalismo. Os mesmos pesquisadores são indicados para analisar os itens b, c e d deste trabalho.

2 Da economia política à comunicação

Transformações tecnológicas e sociais, correlações dentro de um sistema-mundo e cadeias de produção cada vez mais flexíveis. É com expressões que integram um novo momento dentro do ciclo de reestruturação do capitalismo que se começa a se delimitar o panorama atual da economia política mundial e suas implicações dentro dos vários segmentos sociais. Praticamente toda a cultura de produção industrial do planeta foi impactada por mudanças tecnológicas alavancadas nas últimas décadas, especialmente a segunda metade do século XX.

Conforme Fonseca (2008, p.16), esse fenômeno é compreendido como uma “reestruturação da vida social sob a hegemonia de uma ordem capitalista”, sendo tratado como um novo momento dentro de um processo de organização da produção. Para tratar deste período autores valem-se de expressões específicas, identificadas pelos mesmos como as mais adequadas para nomear o trecho histórico. O que neste texto é tratado pelo termo pós-fordismo e acumulação flexível, a partir dos conceitos de Harvey (2001) e Fonseca (2008), é tratado por Lyotard (1979) e Jameson (1997) como pós-modernismo. Para Lyotard (1979), o pós-moderno pode ser definido dentro do atual contexto como uma série de movimentos calculados com objetivo de obter a melhor performance possível dentro de uma função. Jameson (1997) compreende que a pós-modernidade revela a conclusão do ciclo moderno, em que uma natureza das atividades foi deixada para trás, desenvolvendo uma “segunda natureza”, destinada, em última análise, a virar um produto. De forma geral, os autores concordam que há uma otimização de atividades e processos planejados em busca da maior eficiência possível. Admitindo que a performance está ligada ao capital, “o pós-moderno é o consumo da própria produção de mercadorias de consumo” (JAMESON, 1997, p. 14). Bem como em outras esferas sociais, o período afeta o campo das comunicações, que experimenta significativas e vultuosas mudanças provocadas, especialmente, pelas novas tecnologias da informação e comunicação nas indústrias culturais.

Diante do que já foi apresentado na introdução deste trabalho e das mudanças de cenário identificadas, o pesquisador optou por se valer dos aparatos teóricos daquilo que é tratado como pós-fordismo a partir da Economia Política da Comunicação para examinar o campo da comunicação, especialmente as transformações nas rotinas de profissionais de reportagem de radiojornalismo dentro

do novo momento supracitado. O termo Economia Política da Comunicação é uma espécie de “recorte” (Fonseca, 2008) de estudos que surgiram nos séculos XVII e XVIII, a partir do economista francês Antoine de Montchrestien na obra *Tratado da Economia Política* (1615) e da obra de Adam Smith, *A Riqueza das Nações* (1776). De acordo com Mosco (1996), o campo da Economia Política da Comunicação começou a tomar corpo e se consolidar enquanto espaço de análise a partir da correlação entre o avanço significativo das concepções de capitalismo e do surgimento das mídias de massa, especialmente com o aparecimento de indústrias midiáticas do século XX. Sendo assim, o capítulo vai correlacionar o aparato teórico de transformação global ao campo da Economia Política da Comunicação

2.1 Modernidade e o fordismo

A atual organização social das cidades desenvolveu-se, primeiramente, com o fim do feudalismo na Europa e o avanço de processos industriais, entre os séculos XVIII e XIX. Aos poucos, os avanços tecnológicos começaram a demandar mão-de-obra e a população agrária buscou espaços urbanos, para preencher esta necessidade de uma burguesia, que constituiu-se durante o final do período feudalista. De acordo com Danenberg ([20--]), a transformação iniciou-se a partir da segunda metade do século XVII, na Inglaterra, após o desenvolvimento das máquinas a vapor. Entretanto, os equipamentos permitiam, de forma geral, uma produção maior de itens e uma queda de custos. Os produtos, desenvolvidos de maneira quase que artesanal até então, tornam-se mercadorias produzidas em escala. Surgem, assim, as fábricas, que concentravam a grande massa operária.

Várias cidades pelo mundo constituíram-se em torno de fábricas ou regiões onde concentravam-se os espaços de trabalho. Quanto às tarefas, cabe salientar que começaram-se a desenvolver linhas de produção onde os trabalhadores especializavam-se em uma determinada atividade, garantindo assim maior produtividade para a fábrica. Os salários, durante esse primeiro momento de industrialização, eram extremamente baixos e os trabalhadores viviam às margens da pobreza. O desenvolvimento tecnológico da época intensificou o processo de industrialização durante o século XIX, principalmente na Europa e na América do Norte, com a descoberta de novos materiais passíveis de serem utilizados como

combustíveis. Avançaram também as tecnologias de transporte e de comunicação. Sobre essa última, por exemplo, cabe mencionar o surgimento do telégrafo, na primeira metade do século XIX.

Diversos modelos de produção dentro das fábricas desenvolveram-se a partir de então. Um dos mais famosos é o Fordismo. Do ponto de vista conceitual, o modelo foi implementado no início do século XX, dentro da fábrica da empresa de automóveis norte-americana Ford, em Dearbon, em Michigan, pelo fundador da companhia, Henry Ford. A linha de montagem para produção em massa foi instalada dentro da fábrica, ocorrendo uma especificação de cada prática dentro do processo de desenvolvimento do produto, garantindo assim ganhos significativos de produtividade (HARVEY, 2001). Os trabalhadores ficavam estáticos em uma determinada posição da linha de montagem, e os produtos em construção (no caso, os carros), chegavam até eles através de esteiras. Cabe mencionar aqui que proposta similar de divisão de trabalho por etapas já havia sido refletida a partir da ótica do Taylorismo. Entretanto, o sistema posto em prática nas fábricas da Ford consolidou a proposta.

Dentro da metodologia de Ford, os trabalhadores fabris começaram a ter uma jornada específica e fixa de trabalho, e receber um salário acima dos padrões pagos a funcionários de outras fábricas da época. De acordo com Harvey (2001), a iniciativa de Ford visava não só aumentar a produção, mas também a capacidade de consumo dentro da sociedade. Além disso, a proposta de Ford incluía ainda uma espécie de uniformização de hábitos para seus funcionários fora do ambiente de trabalho.

Ford acreditava que o novo tipo de sociedade poderia ser construído simplesmente com a aplicação adequada ao poder corporativo. O propósito do dia de oito horas e cinco dólares só em parte era obrigar o trabalhador a adquirir disciplina necessária à operação do sistema de linha de montagem de alta produtividade. Era também dar aos trabalhadores renda e tempo de lazer suficientes para que consumissem os produtos produzidos em massa que as corporações estavam por fabricar em quantidades cada vez maiores. (HARVEY, 2001, p. 122)

Além disso, a premissa do fordismo inclinava-se a tornar-se reguladora e controladora de um sistema econômico, seja em escala regional, nacional ou internacional. Por boa parte do século XX, a proposta fordista estabeleceu-se, buscando, de alguma forma, manter a estabilidade econômica dentro de um cenário caótico no âmbito político social. Diversas empresas do setor automobilístico e de outros segmentos adotaram o modelo de Ford (GOUNET, 1999).

Todavia, Harvey (2001) diz que houve certa resistência de implementação do sistema fordista durante o período entre guerras, especialmente entre os anos de 1920 e 1930. Haviam, conforme o autor, dois fatores fundamentais para a dificuldade em consolidar o conceito fordista. O primeiro deles é o modelo mecanizado de produção que não agradava aos trabalhadores, pois esses não possuíam qualquer tipo de ingerência sobre o produto final, e apenas executavam uma parte do processo. Havia também grande rotatividade de mão-de-obra nas fábricas, o que não era bem visto pela classe operária. Na Europa, por exemplo, as fábricas de automóveis não foram afetadas, num primeiro momento, pela concepção fordista de produção em massa. O segundo ponto apresentado por Harvey (1989) como antagônico ao fordismo se dava por conta dos mecanismos de intervenção estatal. Conforme o autor, alguns setores viam a necessidade de uma estabilização do capitalismo, porém, de forma não beligerante a partir de modelos políticos combativos nacionais democráticos, fenômeno que começava a se intensificar no final da década de 1920. É necessário frisar que, nesta época, o modelo fordista superou conflitos significativos dentro de um curto período de tempo, entre eles a 1ª Guerra Mundial (1914-1918), a crise econômica dos Estados Unidos, ligada à quebra da bolsa de valores de Nova York, em outubro de 1929, e posteriormente, a Grande Depressão dos anos 1930, período de significativa recessão econômica.

Conforme Harvey (1989), os esforços das nações na 2ª Guerra Mundial levaram os sistemas de produção dos países ao modelo Fordista, porque este racionalizava o processo de trabalho e melhoravam a eficiência da produção. Após o conflito, o fordismo consolidou-se enquanto regime de acumulação de capital. Houve, nos países capitalistas, uma significativa e ordenada expansão econômica. Para Harvey (1989), o desenvolvimento posterior à 2ª Guerra Mundial baseou-se em uma regulação atenta por parte do Estado no campo econômico, um capital corporativo mais cuidadoso, capaz de obter uma lucratividade segura, e uma necessidade maior de desempenho dos mercados de trabalho e dos processos de produção. Os grupos de operários dentro das fábricas perderam força, principalmente aqueles considerados mais radicais. Todavia, as empresas ainda aceitavam organizações formadas por funcionários, porque os sindicatos tinham poder de controlar a massa de trabalhadores e de colaborar com as empresas em propostas que gerassem maior produtividade em troca de elevações salariais aos funcionários.

No final dos anos de 1960, o sistema de acumulação fordista apresentava sinais de desgaste. Conforme Harvey (1989), havia uma saturação de mercados internos, e as empresas viam a necessidade de buscarem novos centros de comercialização. O autor define que a rigidez do sistema fordista, que levava em consideração consumo estável, sistemas de produção em massa e mercados invariáveis, já não estava de acordo com a conjuntura global existente. Fonseca (2008) sintetiza este contexto complementando que havia as práticas contraculturais, movimentos de minorias consideradas excluídas e a crítica à racionalidade burocrática pressionavam ainda mais o modelo econômico vigente. Para Harvey (1989), o ponto que simbolizou a transformação do fordismo para o pós-fordismo, e para um sistema de acumulação flexível, foi a crise do petróleo de 1973. Houve uma profunda estagnação econômica global e uma elevação dos indicadores mundiais de inflação nos grandes centros.

De acordo com Fonseca (2008, p. 51), no Brasil, o fordismo teve “implementação limitada”, ainda que o país tenha passado por significativo avanço econômico nos anos de 1950, com avanços da industrialização. Esse desenvolvimento gerou reflexos positivos para o país durante a década de 1960 e de 1970, mesmo período em que os grandes centros capitalistas começavam a sofrer os sintomas do desgaste do fordismo. No Brasil, cabe destacar que neste período, houve uma representativa saída de população das áreas rurais para os grandes centros. Havia mão de obra, porém semiqualficada. Na década de 1980, o país sofreu gravemente com os mesmos problemas dos grandes centros globais na década anterior, hiperinflação e estagnação econômica. Fonseca (2008) destaca pontos interessantes sobre o processo fordista no Brasil. Um deles diz respeito aos salários da classe trabalhadora, que não acompanharam a expectativa de consumo desejada dentro dos parâmetros fordistas. Havia um consumo, porém não se dava de forma massiva, porque grandes parcelas da massa populacional do país ainda eram excluídas financeiramente.

Além disso, o setor informal era extremamente forte no Brasil, o que dificultava uma regulação de atividades e, também, de produção e consumo como em outras economias. Fonseca (2008) frisa que houve uma significativa centralização de renda nos anos de 1960. As condições políticas do país também geraram problemas para a classe trabalhadora do país. Conforme a autora, o capital da época não foi investido

em melhorias sociais, o que atrasou bastante o país dentro de um cenário global que já começava a sentir o desgaste das proposições fordistas.

De forma geral, segundo Antunes (2015), a crise do fordismo significou uma deterioração da estrutura da capital, já que as taxas de lucro já não apresentavam resultados como em outros períodos. O autor pontua que o excesso de capacidade e de produção das fábricas e uma competição intensa em diversos setores corroborou para desequilibrar o sistema fordista. Sob esta perspectiva, “com o desencadeamento de sua crise estrutural, começava também a desmoronar o mecanismo de regulação que vigorou, durante o pós-guerra, em vários países capitalistas avançados, especialmente da Europa” (ANTUNES, 2015, p. 33). Ao mesmo tempo, no campo do trabalho enquanto atividade social, os avanços tecnológicos transformavam cada vez mais a execução das tarefas processos mecanizados e repetitivos, suprimindo uma dimensão artesanal existente. Assim, segundo Antunes (2015, p. 39), o trabalhador começa a se tornar um ‘apêndice’ da máquina.

Recuperando a conjuntura global, é necessário pontuar que, diante dos problemas econômicos provocados por conta da aparente incapacidade do sistema fordista de se adaptar a novos tempos, as grandes potências mundiais buscaram alternativas. Novas formas de negócio, novas ordens sociais e, principalmente, novos formatos de organização do trabalho foram surgindo. O modelo toytotista avançou e ganhou destaque, principalmente, após os anos de 1970. Sob esta ótica de mercado, a produção é vinculada à demanda, visando atender um determinado perfil, ou determinados perfis de consumidores.

2.2 Pós-Fordismo ou acumulação flexível

As mudanças socioeconômicas identificadas, especialmente a partir da segunda metade do século XX, foram compreendidas por intelectuais como um momento posterior à era industrial. Para Lyotard (1979), por exemplo, as alterações nas mais variadas conjunturas nos últimos anos transformou o conhecimento em uma atividade totalmente operacional dentro de um contexto capitalista. O autor entende que houve uma corrosão de conceitos adotados durante a modernidade, e a principal preocupação do momento é em garantir otimização de conhecimento a fim de garantir eficiência (LYOTARD, 1979, p. 16). Partindo de premissas como essa, Lyotard (1979)

é um dos primeiros intelectuais a usar a expressão 'pós-modernidade'. O autor afirma que esse conceito baseia-se em uma composição de concepções que vão além da determinação de um fato ou saber, mas também ingressam num campo filosófico, capaz não só de mostrar uma determinada verdade, mas de condicionar esta verdade, criando um discurso. Lyotard (1979) pontua ainda que, neste momento pós-moderno, o saber é apenas mais um instrumento de legitimação de poder.

Em um campo mais prático, porém ainda dentro da proposta de posterioridade ao momento, Bauman (2001) diz que as transformações socioeconômicas retiraram do Estado o poder regulador das demais esferas sociais. A solidez social vigente durante o período moderno, aos poucos, deu espaço a uma flexibilidade maior de escolhas por parte do indivíduo. Nesta perspectiva, padrões sociais perdem força, bem como a capacidade de uma regulação estática de processos e relações.

O “derretimento dos sólidos”, traço permanente da modernidade, adquiriu, portanto, um novo sentido, e, mais que tudo, foi redirecionado a um novo alvo, e um dos principais efeitos desse redirecionamento foi a dissolução das forças que poderiam ter mantido a questão da ordem e do sistema na agenda política. Os sólidos que estão para ser lançados no cadinho e os que estão derretendo neste momento, o momento da modernidade fluida, são os elos que entrelaçam as escolhas individuais em projetos e ações coletivas – os padrões de comunicação e coordenação entre as políticas de vida conduzidas individualmente, de um lado, e as ações políticas de coletividades humanas, de outro (BAUMAN, 2001, p. 12).

Associando esse derretimento da solidez dos modelos modernos, Bauman (2001) diz que o Estado-Nação perdeu relevância diante de um cenário global cada vez mais voltado ao capitalismo de consumo. A reflexão de Bauman (2001) sobre os “tempos líquidos” diz respeito a um contexto em que as relações, interações e contratos, já não são elementos rígidos e duráveis, havendo uma maleabilidade de conexões sociais, econômicas e culturais. No campo econômico-social, aspectos como demanda, eficiência e velocidade, além de uma perspectiva dos avanços capitalistas, fizeram as correlações empregatícias se fragilizarem. Tal como Bauman destaca de forma ampla, Antunes (2015) houve uma dissolução do poder do operário e da classe trabalhadora assalariada, que começava a ver conquistas regulamentadas pelo sólido fordismo sendo gradualmente desmontadas por um modelo de mercado mais dinâmico, expansivo, liberal e global.

A partir do final dos anos de 1960 e início dos anos de 1970, o sistema fordista

aparentava não ser suficiente para os novos modelos de demandas econômicas globais. Novas propostas globais começaram a ser identificadas, porém, o remanejamento das formas de produção levava as empresas não mais a uma produção em larga escala a espera de um consumo semelhante. A concepção se baseava em uma produção racionalizada e controlada a partir do consumo, buscando equilíbrio entre fabricação e comercialização dos produtos. Como já frisado anteriormente, os grandes produtores de riqueza buscavam, cada vez mais, novos mercados. Voltando ao cenário global, o sistema posterior ao fordismo caracterizou-se por uma proposta classificada por Harvey (1989) como Acumulação Flexível⁴ e tratada como um pós-fordismo. O autor frisa que há um confronto direto com a rigidez do modelo fordista, e que houve maior versatilidade “dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo” (HARVEY, 1989, p. 140).

Sobre este movimento, Bolaño e Brittos (2009) acrescentam que houve ascensão do papel da informação e comunicação dentro dos processos produtivos. Segundo esses autores, no modelo que se desenvolveu a partir da década de 1970, o Estado tornou-se o responsável por garantir condições para facilitar a circulação e o desenvolvimento do capital, permitindo assim a consumação do regime de acumulação. Ao mesmo tempo, esse mesmo Estado necessita garantir sua própria legitimidade perante à população, e por isso, necessita desenvolver políticas sociais que atendam aos interesses das massas. Neste sentido, Bolaño e Brittos (2009) afirmam que o papel de um governo, independentemente da esfera, afastou-se da participação da atividade econômica direta, passando a ser o agente regulador do mercado neoliberal. Ao mesmo tempo, esse processo de mudança no que tange ao capital afetou a regulamentação do trabalho dentro de uma perspectiva organizacional fordista. Bolaño e Brittos (2009) interpretam que praticamente todos os mercados foram afetados por esta transformação, em que o agente público perdeu força de intervenção, sendo que os atores privados tornaram-se determinantes no desenvolvimento de novas modalidades de regulação do trabalho.

Os fenômenos contemporâneos sintetizados em ascensão do papel da informação-comunicação no processo produtivo, reestruturação das relações

⁴ Para Harvey (2001), o modelo de acumulação flexível sucedeu o Fordismo, com a produção de materiais e produtos em escala eficiente, e não mais em escala, como na proposta anterior. Assim, o desenvolvimento das atividades produtivas ocorre de forma variada, a partir das demandas do mercado.

de trabalho e aceleração da inovação tecnológica são traços do novo arranjo capitalista delineado a partir da década de 1970, em substituição ao que prevalecia desde o final da Segunda Guerra Mundial, modelo que era caracterizado pela produção e consumo de massa, gestão planejada da economia pelos monopólios públicos e privados, Estado fortemente intervencionista na atividade econômica, proteção da relação trabalhista, modelos administrativos rígidos e atuação corporativa centralizada e vertical. (BOLAÑO; BRITTOS, 2009, p. 19)

Somado a isso, incorpora-se um grande desenvolvimento no campo tecnológico. Friedman (1972) afirmava, analisando o início do processo, que do ponto de vista do trabalho, a transformação se dava através da distribuição de tarefas múltiplas. Havia, conforme o autor, uma maior liberdade das equipes de trabalho em gerenciar suas ações, dentro de um campo de produção, garantindo assim, maior envolvimento e flexibilidade do trabalhador com sua atividade. Antunes (2015) apresenta traços práticos da superação do modelo fordista e do desenvolvimento do taylorismo dentro das empresas. Segundo ele, o trabalho é realizado em equipes, rompendo a ótica de parcelamento de ações dentro da fábrica. Os funcionários têm caráter polivalente e, executam múltiplas funções. Também ganham força dentro das empresas círculos e grupos de controle de qualidade, com objetivo de discutir a relação entre capital e desempenho, buscando, em última análise, atingir os melhores padrões de produtividade.

Além desse ponto de versatilidade, Harvey (1989) pontua que as transformações fatores ligados às mudanças tecnológicas geraram aquilo que ele chamada de “compressão do tempo-espço”. Para o autor, a passagem do fordismo para a Acumulação Flexível (ou pós-fordismo) foi aconteceu de forma intensa, com a implantação de tecnologias e formatos organizacionais novos. Segundo Harvey (1989, p. 257), de forma geral, as transformações implicaram em “acelerações paralelas na troca e no consumo”. Assim, houve uma racionalização nas técnicas de produção, o que possibilitou uma maior velocidade de circulação de mercadorias. As transações financeiras também foram impactadas. O fator tecnológico deu extrema velocidade aos movimentos econômicos, que tornaram-se mais voláteis e globais. Para Harvey (1989, p. 258), “a primeira consequência importante foi acentuar a volatilidade e a efemeridade de modas, produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, ideias e ideologias, valores e práticas estabelecidas”.

2.3 Economia Política da Comunicação

A partir das proposições de transformações macroestruturais da sociedade durante o século XX e XXI apresentadas anteriormente, é possível esmiuçar os reflexos do processo global dentro do campo comunicacional. Desde já, é necessário ponderar que existem diversas teorias que podem ser usadas para se ler as transformações do mercado jornalístico. Entretanto este autor entende que a escolha pela Economia Política da Comunicação é bastante adequada para compreender um movimento que atinge as redações jornalísticas do segmento radiofônico.

Mosco (1999) diz que a compreensão de boa parte desses aspectos citados no tópico anterior e ligados ao modelo de acumulação flexível são alvo dos estudos do campo da Economia Política. Para o autor, “a economia política caracteriza-se, igualmente, por um interesse em estudar o todo social ou a totalidade das relações sociais que formam os campos econômico, político, social e cultural” (MOSCO, 1999, p. 98). Essa premissa, capaz de sustentar o direcionamento sobre os estudos, é utilizada por autores que analisam o campo da Economia Política da Comunicação, que relaciona os processos sociopolíticos, econômicos e culturais ao campo das empresas e das indústrias comunicacionais.

As alterações do mercado global identificadas por teóricos da análise socioeconômica transformam, inclusive, o espectro da produção das indústrias culturais, com o avanço de interesses financeiros e mercadológicos dentro do domínio cultural, informacional e comunicacional (ANDRADE, 2013). Para Santuário (2015, p. 82), a proposta da Economia Política da Comunicação estuda a “relação de poder, a partir das relações assimétricas entre produtores de mídia, consumidores dessa cultura e Estado”.

As principais propostas e reflexões sobre o tema tiveram início a partir da visão dos problemas provocados por estagnações econômicas das décadas de 1960 e 1970 e do início do processo de multinacionalização de empresas de diversos campos econômicos (MOSCO, 1996 apud FONSECA, 2008). Para Mosco (1996), a Economia Política da Comunicação é o conjunto de relações sociais entre os sistemas de produção, distribuição e consumo de produtos culturais. De forma geral, os autores concordam que houve uma transformação nos modos de produção e consumo de conteúdos a partir das tecnologias, e que essas mutações se devem à transição após

estagnação econômica da metade do século XX, à perda de relevância dos Estados-Nação para os conglomerados multinacionais (sistema-mundo), à implosão de uma concepção de mundo comunista.

Cabe destacar que a Economia Política da Comunicação tem diversas vertentes de estudos e concepções baseados na teoria geral de economia política. Mosco (1996), Fonseca (2008) e Santuário (2015) apresentam vertentes gerais da teoria. A primeira tradição de pesquisa é a Ortodoxa, classificada pelos autores como um tipo de economia política conservadora e de centro e centro-direita dentro do espectro intelectual (FONSECA, 2008, p. 34), onde a expansão de liberdades individuais gera implicações no campo econômico a partir de uma perspectiva neoclássica. A segunda vertente apresentada pelos intelectuais é a da Economia Política Institucional, voltada a um pensamento centro-esquerdista (SANTUÁRIO, 2015, p. 89). Pela proposta, as correlações institucionais e tecnológicas configuram mercados de acordo com um determinado controle de empresa e governos. A terceira perspectiva é a Escola Francesa de Regulação, engajada numa discussão dentro do fordismo e pós-fordismo, e que examina, a partir da proposição sistema-mundo, relações entre o capitalismo monopolista, crescimento da divisão internacional do trabalho e desespecialização. A quarta tradição de pesquisa é apresentada por Fonseca (2008) como a de escolas geradas a partir movimentos sociais, relacionando o comportamento social ao ambiente orgânico.

Como já citado anteriormente, a vertente admitida para esta análise é a da Escola Francesa de Regulação, com base nas relações entre as transformações já citadas na metade do século XX. Conforme Santuário (2015), uma das correlações mais comuns feitas pelos pesquisadores do campo da Economia Política da Comunicação liga os pressupostos do tema ao campo das indústrias culturais⁵, a partir dos estudos da Escola de Frankfurt, dos anos de 1920 e 1930. Conforme Rudiger (2001), a proposta inicial dos frankfurtianos era desenvolver uma teoria crítica da sociedade, tratando de diversos temas do campo social. Com o desenvolvimento dos estudos, autores como Adorno Horkheimer, Marcuso, e posteriormente, Habermas, entre outros, identificaram que a cultura havia se tornado uma mercadoria dentro de

⁵ O termo busca identificar o modo de produção cultural no período industrial capitalista, conforme considerações de Rudiger (2001). Pensadores alemães verificaram que, em sociedades capitalistas mais desenvolvidas, o consumo estético massificado é impulsionado e articulado pela indústria cultural.

um contexto global capitalista vigente na época. Indo além nas análises, foi possível perceber que os meios de comunicação se incorporaram a essa engrenagem, a partir da produção massificada de conteúdos.

Dessa forma, os pensadores do grupo foram os primeiros a ver que, em nosso século, a família e a escola, depois da religião, estão perdendo sua influência socializadora para as empresas de comunicação. O capitalismo rompeu os limites da economia e penetrou no campo da formação da consciência, convertendo os bens culturais em mercadoria. A velhíssima tensão entre cultura e barbárie, arte séria e arte leve, foi superada com a criação de uma cultura de mercado em que suas qualidades se misturam e vêm a conformar um modo de vida nivelado pelo valor de troca das pessoas e dos bens de consumo. (RUDIGER, 2001, p. 139)

Segundo Rudiger (2001), o aprofundamento das análises fez os frankfurtianos compreenderem que o modelo vigente de indústria cultural da época não tinha somente viés mercadológico, mas que a premissa econômica estava predominando sobre formas e conteúdos culturais.

O problema não é apenas o fato de o conhecimento, a literatura e a arte, senão os próprios seres humanos, se tornarem produtos de consumo. No limite, acontece uma fusão entre esses conceitos. As obras de arte e as próprias idéias, senão as pessoas, são criadas, negociadas e consumidas como bens cada vez mais descartáveis, ao mesmo tempo em que estes são produzidos e vendidos levando em conta princípios de construção e difusão estética e intelectual que, antes, eram reservados apenas às artes, às pessoas e ao pensamento. (RUDIGER, 2001, p. 139)

Freitag (1994) também entende esse viés pessimista, em que os processos de produção cultural eram desenvolvidos dentro de uma relação capitalista pragmática e não mais por valores estéticos literários ou filosóficos. Dessa forma, outros autores (FONSECA, 2008) compreendem que vários segmentos de produção foram afetados por uma percepção meramente mercadológica, que visa a obtenção de lucros.

Ainda que as análises tenham surgido dos estudos frankfurtianos, os teóricos da Economia Política da Comunicação enxergam não somente uma, mas diversas “indústrias culturais”. Mattelart e Mattelart (1999) frisam que a produção de mercadorias culturais não reflete uma única lógica, e que há uma ruptura com o conceito de “indústria cultural” herdado da Escola de Frankfurt.

Para eles, a indústria cultural não existe em si; é um conjunto compósito,

constituído por elementos que se diferenciam fortemente uns dos outros, por setores que apresentam suas próprias leis de padronização. Essa segmentação das formas de rentabilização da indústria cultural pelo capital traduz-se nas modalidades de organização do trabalho, na caracterização dos produtos e de seu conteúdo, nos modos de institucionalização das diversas indústrias culturais (serviço público, relação público/privado etc.), no grau de concentração horizontal e vertical das empresas de produção e distribuição, ou ainda na maneira pela qual os consumidores ou usuários se apropriam de produtos e serviços. (MATTELART; MATTELART 1999, p. 122-123)

Seguindo esta linha, Santuário (2015, p. 101) explica que os mais diversos setores culturais “apresentam leis de padronização próprias”. Fonseca (2008, p. 68) vai além nesta proposta e sustenta que a produção cultural dentro do espectro abordado tem por função “ocupar o espaço do lazer, a fim de recompor as forças de trabalho do operário, sem lhe dar trégua para refletir sobre a realidade”.

Após apresentar conceituações sobre indústrias culturais, é importante frisar que esse processo avançou e se consolidou no Brasil a partir dos anos de 1950 e 1960, mas foi impactado por alterações no mercado nos anos de 1970. As produções culturais, de forma geral, foram impactadas economicamente por políticas adotadas durante o regime militar (1964-1985). Foram feitos pesados investimentos em infraestrutura e tecnologia para garantir “integração e segurança nacional” (MENDONÇA, 2014, p. 32). Este trabalho não tem interesse em entrar no âmbito político da conturbada época, que provocou diversos traumas para a sociedade brasileira. Todavia, é inegável que o período provocou mudanças significativas nas empresas de comunicação existentes, que se modernizaram e movimentaram-se, deixando o isolacionismo midiático para se transformarem em conglomerados de comunicação. Conforme Capparelli, Ramos e Santos (1998), houve uma articulação de interesses entre o empresariado e o regime militar; para a obtenção de proventos econômicos e ideológicos.

Os militares brasileiros priorizaram alguns setores estratégicos da economia, investindo em infra-estrutura para o desenvolvimento industrial acelerado e fortemente controlado. As telecomunicações estavam entre esses setores estratégicos e foram fortemente privilegiadas. Durante os primeiros períodos militares, entre 1965 e 1972, foram criados a Embratel, o Ministério das Comunicações e o Sistema Telebrás, possibilitando a implantação de uma sofisticada infra-estrutura de telecomunicações que ligaria os quatro cantos do País, inicialmente por uma rede de microondas, complementada depois por satélites nacionais e, mais tarde, também por extensas ligações físicas por fibras ópticas. Esses investimentos do Sistema Telebrás favoreciam, no campo da comunicação de massa [...] (CAPPARELLI; SANTOS, 2002, p. 11)

Para Ortiz (1991), a ideia de integração nacional convergiu pontos entre os governos militares e a classe empresarial do campo da produção cultural. Partindo desse pressuposto, os grandes investimentos no campo da infraestrutura, com o consequente desenvolvimento de uma indústria cultural, principalmente vinculado à televisão, transformaram-se em ferramenta política por parte dos militares. E neste período que começam a desenvolver-se os conglomerados midiáticos do país. Fonseca (2008, p. 92) ressalta que na década de 1970, as “indústrias culturais no Brasil passam por uma formidável expansão”. A década consolida, segundo a autora, a transição dos negócios no campo da comunicação, agora “submetidas à lógica capitalista de produção” (FONSECA, 2008, p. 92). Nesta linha, desenvolve-se a lógica pós-fordista do campo empresarial, que prevê aquisições e incorporações de empresas, formando conglomerados midiáticos capazes de produção em várias plataformas, com capital capaz de investir em tecnologia e consolidados dentro de um mercado de comunicação. Esses aspectos, associados à maturação da lógica de produção cultural com viés mercadológico, favoreceram a modernização do meio jornalístico no Brasil.

Sustentadas essas percepções sobre o avanço da Economia Política da Comunicação e das Indústrias Culturais, é possível identificar (FONSECA, 2008) alterações do sistema capitalista atual na produção de conteúdos culturais, inclusive no campo jornalístico brasileiro. As mudanças ligadas desenvolvimento da atividade jornalística foi impactado pelas normas mercadológicas. O produto se modificou com o passar do tempo, incorporando-se a uma dinâmica do capital. O avanço ocorreu em todas as mídias, e o rádio foi impactado, gerando reflexos nacionais e reverberando na consolidação das características das mídias regionais.

O desenvolvimento das indústrias culturais no Brasil se deu através de fatores políticos e econômicos. A transição citada acima, e que ocorreu em esfera global, foi afetada no país, diretamente, pelo período da Ditadura Militar. Nesse momento histórico, o jornalismo brasileiro começou a se enquadrar dentro de uma proposta de indústria cultural. A principal mudança é a passagem de uma concepção da empresa de comunicação para um conglomerado industrial. Fonseca (2008) destaca que, dentro desta perspectiva, houve uma submissão da imprensa (de todas as mídias) às regras e demandas do capitalismo.

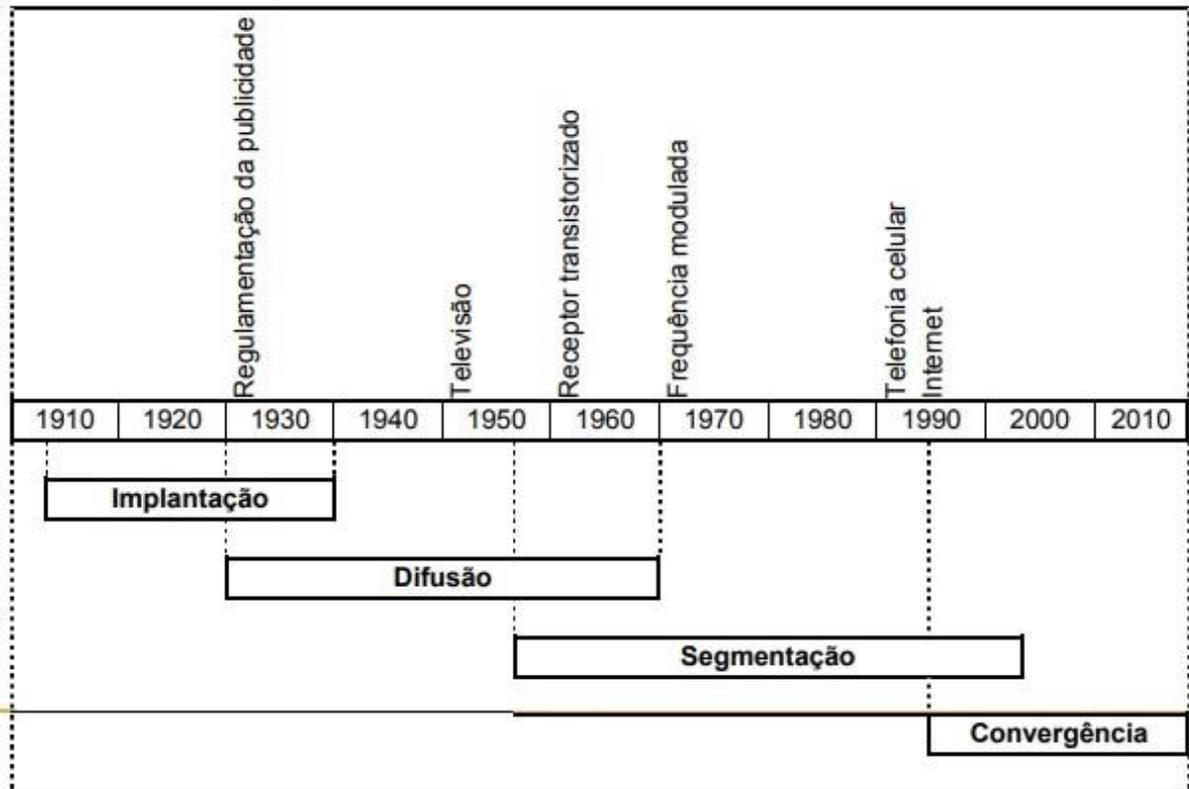
A transformação do jornal e da notícia em produto é um fenômeno circunscrito às indústrias culturais contemporâneas da etapa monopólica, ainda que tardia, do capitalismo brasileiro. [...] A nova ordem, representada pelo ingresso na etapa monopólica do capitalismo, viabilizada de forma dependente e através da associação do Estado e dos grupos dominantes nacionais com o capital estrangeiro, que aqui passou a investir maciçamente, principalmente depois do Golpe de 1964 significou acentuada mudança de mentalidade (FONSECA 2008, p. 109)

2.4 A Economia Política da Comunicação e as empresas de rádio no RS

O segmento radiofônico não passou incólume a todas essas mudanças. Se num período histórico identificado por características fordistas o rádio começou a tomar forma, as rupturas econômicas da segunda metade do século passado tornaram-se mais evidentes e influenciaram o modelo de produção radiofônica no país. O jornalismo dentro das empresas consolidou-se (ZUCOLOTTO, 2012) com a inserção de novas tecnologias às rotinas de produção, como o transistor, o computador e o telefone celular, no caso do rádio. A produção de notícias passou a ser tanto quanto um serviço, uma mercadoria (FONSECA, 2008). Nesta linha, os comportamentos dos conglomerados de comunicação, apesar de distintos, já que os caminhos se apresentavam incertos, tinham um destino comum, em que as rotinas e métricas de publicações e produções precisavam se adequar a uma demanda de mercado.

Ferraretto e Kischinhevsky (2010) traçam um estudo sobre a manifestação da Economia Política da Comunicação no rádio. Segundo os autores, o cenário é de repensar a mídia radiofônica sob uma lógica de demanda, onde há mais participação de ouvintes e o consumo de conteúdos se dá de forma convergente. Eles apontam que as novas tecnologias favoreceram esta intensificação de atividades e reformulações da mídia radiofônica. No campo empresarial, os autores sustentam que a reformulação da mídia sonora ocorreu a partir dos anos de 1970, com a aceleração dos processos de incorporação e concentração de meios sob uma mesma organização empresarial, formando instituições privadas que possuem diversas mídias. Em outro texto, levando em consideração aspectos analisados pela Economia Política da Comunicação, Ferraretto (2012) define uma segmentação do rádio brasileiro em quatro fases (figura 1).

Figura 1 – Periodização historiográfica do rádio, segundo Ferraretto (2012)



Fonte: Ferraretto (2012)

Conforme o autor, o primeiro momento é marcado pelas experiências iniciais no meio radiofônico. Começam a surgir as sociedades, geralmente formada por entes das elites, para financiar emissoras de rádio pelo país. Além de um elitismo idealista da burguesia da época, que via o novo equipamento um marco do progresso, manifestava-se entre aqueles que ajudavam financeiramente as emissoras um encantamento com a potencialidade da tecnologia. Neste cenário, os conteúdos tinham o viés desejado pelas elites, e a cultura popular tinha dificuldade em obter espaço no meio.

Ao mesmo tempo em que o caráter tecnológico do rádio deixava de ser uma novidade para tornar-se uma realidade, surgia o que Ferraretto (2012) classificou como a segunda do meio radiofônico no Brasil: a difusão. A regulamentação da publicidade na rádiodifusão, na década de 1930, deu um viés mercadológico para o rádio. Conforme Ferraretto (2012, p. 11) “passa a ocupar posição central no processo

de acumulação dada a dependência do círculo mercantil-capitalista em relação à comunicação empresa-consumidor”. As programações começam a ser estruturadas dentro de uma lógica de conteúdo e venda de anúncios. Fernando Henrique Cardozo (apud FERRARETTO, 2012) classifica os os gestores dessas emissoras como ‘capitães da indústria’, homens do meio que agiam por conhecimento e instinto, sem um planejamento específico duradouro, visando lucros para seus negócios. Segundo Bolaño (2012), o período marca uma contradição entre “os capitais individuais, que precisam comunicar-se com um público amplo, visando a concorrência e, de outro, o Estado e os grupos políticos, que procuram no meio, uma forma de legitimar suas posições”. Haussen (1997) sustenta que o governo da época tinha uma visão nacionalista e tentava mobilizar as massas, ao mesmo tempo em que vigiava e até censurava programações. Espetáculos de música, novelas e programas de auditório compunham a grade das emissoras no período, que já começavam se preocupar com a competição pelo domínio da audiência nas ondas hertzianas, especialmente na década de 1950.

O terceiro período apontado por Ferraretto (2012) é o da segmentação das rádios. Cabe lembrar que já nos anos de 1950 a televisão ganhava espaço no Brasil, tomando atrações e, principalmente, verbas publicitárias do rádio. Novos formatos de conteúdos são experimentados, a transmissão de ondas em FM dá possibilidade às empresas de rádio produzirem programações para outras parcelas da população, buscando públicos mais específicos. Associado a isso, uma ‘sociedade de consumo’ começava a se fortalecer com a maior urbanização, uma economia que aparentava pujância diante do Milagre Econômico Brasileiro, e o início de facilidades para a realização de compras a crédito. A conjunção desses elementos criava novos mercados a serem explorados pelo meio, que soube aproveitar o período para angariar públicos criando conteúdos segmentados. Ortriwano (apud BOLAÑO, 2012) destacou que as emissoras de rádio, ainda impactadas pelas receitas perdidas em detrimento do avanço da televisão, começaram a substituir os elencos por músicas gravadas, e os programas de auditório por serviços de notícias e de utilidade pública. O rádio foi ganhando caráter regional, e se especializando (ORTRIWANO apud BOLAÑO, 2012), ou se segmentando (FERRARETTO, 2007). Mais do que isso, a mídia se afastou do modelo nacional de transmissão de televisão, que previa uma produção massificada em escala nacional, para uma proposta de regionalização e proximidade com praças e comunidades.

As divisões mais claras apresentadas durante o período foram as de rádios de cunho popular, com um comunicador capaz de cativar as massas (especialmente as mais empobrecidas), de cunho musical jovem, focadas em grupos sociais de classes média e altas e de cunho radiojornalístico, interessadas em um público adulto de classes mais altas. Do ponto de vista de gestão, os capitães da indústria começam a dar espaço a um outro modelo de administrador, capaz de gerar métodos de trabalho mais eficientes para a obtenção de lucros. As empresas tornam-se mais complexas e formam-se os conglomerados.

Esse período de segmentação proposto por Ferraretto (2012) estendeu-se até parte da década de 1990, quando tecnologias como o telefone celular, o computador e a conexão via internet começam a serem inseridas nas redações e rotinas de produção dos profissionais de rádio. A preocupação não deixa de ser o ouvinte dentro da segmentação, mas ganha um adereço fundamental, buscando estar presente nas mais variadas plataformas onde o público possa estar. Novos conteúdos específicos para a mídia digital são desenvolvidos pelas emissoras, como *podcasts*, textos para sites, vídeos e fotos para redes sociais, entre outras inovações. Conforme Ferraretto (2012), o meio extrapola as barreiras do tradicional modelo de transmissão, através de ondas hertzianas, entrando em um período de múltiplos modelos de conteúdo para múltiplos canais. A portabilidade permitida pelo aprimoramento de telefones celulares e suas funcionalidades abriu novos caminhos de produção de materiais culturais, independentemente do formato em que esse conteúdo for criado. Sobre isso, Lopez (2010) corrobora com Ferraretto (2012) e aborda a possibilidade de interatividade criada pela internet, afirmando que o ouvinte deixou de ser passivo, tornando-se alguém capaz de colaborar, em tempo real, com informações para a emissora.

O jornalista hoje é compelido a integrar essas novas dinâmicas, a compreender e utilizar as ferramentas com agilidade para, desta maneira, acompanhar seu ouvinte e as ferramentas que ele adota para consumir a informação. Desta forma, o rádio, mais uma vez, se revisita. Não abandona suas características, não deixa de ser rádio, mas adé- qua suas rotinas e sua narrativa às possibilidades geradas pelos novos espaços de difusão de informação. (LOPEZ, 2010, p. 115)

Entretanto, se do ponto de vista de produção, há uma certa clareza sobre procedimentos a serem utilizados futuramente, não há muitas certezas quanto à comercialização dos conteúdos. De acordo com Ferraretto (2012), existem dúvidas sobre modelos para obtenção de lucros a partir dos novos mecanismos tecnológicos

disponíveis. Entretanto, o autor sustenta que “a indústria da radiodifusão sonora incorpora o novo regime de acumulação, que caracteriza o sistema capitalista após a crise do petróleo e seus reflexos na década de 1970”, (FERRARETTO, 2012, p. 20) embasando-se na proposta geral sobre o paradigma de acumulação apresentado por David Harvey (2001). Os modelos mais recentes de conteúdos produzidos por rádio envolvem a transmissão dos programas em vídeo ao vivo através das redes sociais, como o Facebook, e o Youtube, entre outros. Os primeiros indícios dão conta de que a proposta pode sim gerar receitas e criar um modelo de obtenção de lucros para as empresas.

Partindo desta segmentação histórica, é possível mencionar a trajetória das duas principais emissoras de radiojornalismo do Rio Grande do Sul: a Rádio Gaúcha e a Rádio Guaíba. Ainda que as empresas não sejam o foco deste trabalho, que também não pretende adentrar nas minúcias das emissoras, apresentar o caráter organizacional delas faz-se essencial para compreender como as características de mercado das instituições acabam se manifestando naqueles profissionais que atuaram e ainda trabalham nesses espaços. Cabe destacar que a escolha de profissionais destas duas emissoras se deu porque ambas transformaram-se bastante ao longo dos anos e atualmente se enquadraram no perfil de organização sob moldes do mercado balizado pelo capitalismo.

Conforme Ferraretto (2007), que o radiojornalismo do Rio Grande do Sul começa a migrar de uma produção artesanal para um modelo de mercado a partir da década de 1950. Dentro da esfera do organizacional, cabe destacar que é neste período de transição que duas das principais empresas de rádio do Rio Grande do Sul, a Rádio Gaúcha e a Rádio Guaíba, começaram a ganhar relevância dentro do cenário de radiojornalismo no Estado. As emissoras surgiram de formas distintas, já que a primeira tem 30 anos a mais que a segunda. Todavia, ambas apresentam características que permitam analisá-las dentro perspectiva de indústria cultural submissa ao modelo de capitalismo monopólico. Ambas têm particularidades que as diferenciam, mas o autor entende que as duas emissoras apresentam características organizacionais e de produção semelhantes, o que permite analisar os profissionais que nelas atuaram de uma forma mais homogênea.

X

A primeira emissora de rádio do Rio Grande do Sul foi a Sociedade Rio-

Grandense, inaugurada em 1924, em Porto Alegre (FERRARETO, 2002). A emissora era formada por sócios que, ao longo de dois anos, foram desistindo de investir na mídia radiofônica. Entretanto, há ressalvas sobre o pioneirismo da Rádio Sociedade Rio-Grandense. Ainda na década de 1920, surge a Rádio Pelotense, fundada em 1925, em Pelotas. Em 1926, a Rádio Sociedade Rio-Grandense encerrou suas atividades na capital.

Já em 1927, surgiu, em Porto Alegre, a Rádio Sociedade Gaúcha, conhecida atualmente apenas como Rádio Gaúcha, com características similares à emissoras anteriores já existentes em outras partes do país. O conteúdo era baseado em música e alternativas culturais. A emissora era financiada por um grupo de sócios, que mensalmente colaboravam para a manutenção de equipamentos e realização de transmissões. Nos anos seguintes, a emissora fez pequenos investimentos em infraestrutura, permitindo a mudança de aparelhos transmissores e a obtenção de prefixo.

Durante a década de 1930, a Rádio Sociedade Gaúcha fortaleceu o caráter cultural das irradiações. Além disso, segundo Ferrareto (2002) começam a ser transmitidas partidas de futebol. As transmissões de fora dos estúdios começam a ser feitas com mais frequência, ainda de forma precária. As inserções de anúncios em meio à programação começaram se popularizar. Nos anos seguintes, novas emissoras foram surgindo na capital. Mesmo assim, em 1957, a Rádio Gaúcha foi adquirida por um grupo de investidores, e passou a ser dirigida por um deles, Maurício Sirotsky Sobrinho. A emissora (SCHIRMER, 2002) passou a enfatizar transmissões de esporte e irradiações jornalísticas.

No mesmo ano em que a Gaúcha mudava de mãos, surgia, também em Porto Alegre, a Rádio Guaíba, ligada ao jornal Correio do Povo, administrado pelo grupo do empresário Breno Caldas. Mércio (2008) aborda que o objetivo da nova radiofrequência, segundo o próprio fundador, era apresentar um caráter diferente das demais emissoras existentes até então, apresentando o jornalismo como um dos principais ativos da emissora. Quanto à estética e ao público-alvo, a Rádio Guaíba tinha objetivos bem claros: a alta sociedade gaúcha, com um uma sobriedade capaz de respeitar a inteligência e seriedade do ouvinte, como se fosse um 'Correio do Povo no ar' (MÉRCIO, 2008). Além da capacidade técnica, considerada surpreendente na época, a emissora possuía a chancela de credibilidade do jornal Correio do Povo, um

dos mais respeitados do Rio Grande do Sul. Assim, já no primeiro ano, a Rádio Guaíba estava consolidada entre os principais veículos de rádio do Estado. Neste sentido, a Guaíba enquadrava-se dentro de um conglomerado do ramo de comunicação, ainda que esse grupo, capitaneado pelo Correio do Povo, não estivesse dentro dos moldes de concentração de veículos jornalísticos. A emissora do grupo Caldas Júnior ganhou protagonismo e começou a fazer frente às principais rádios da capital na época.

Rudiger (1993) afirma que, já nos anos de 1930, o jornalismo dentro da perspectiva de indústria cultural já se desenhava. Conforme o autor o desenvolvimento do jornalismo gaúcho nos quadros de indústria cultural já aparecia dentro do grupo Diários Associados e Emissoras Associadas, quando o empresário Assis Chateaubriand começou a concentrar jornais e empresas de rádio, formando um conglomerado. Este modelo chegou a ser implantado no Rio Grande do Sul. Entretanto, conforme Rudiger, “a passagem do jornalismo gaúcho à fase industrial coincide com o surgimento dos grandes conglomerados de comunicação, resultantes da fusão entre empresas jornalísticas e emissoras de rádio e televisão[...]” (RUDIGER, 1993, p. 97). Avançando historicamente, Maurício Sirotsky, que era proprietário da Rádio Gaúcha, inaugurou, em 1962, a TV Gaúcha, e ambas passaram para o controle da Rede Excelsior e, na sequência, para empresários ligados ao jornal Folha de São Paulo. Entretanto, ainda na década de 1960, Sirotsky readquiriu a Rádio e TV Gaúcha e fundou, em 1969, a Rede Brasil Sul de Comunicação, que atualmente é conhecida como Grupo RBS. Um ano depois, houve também a incorporação do jornal Zero Hora à RBS.

As décadas de 1950 e 1960 foram marcadas por uma intensa disputa por audiência entre as emissoras de rádio de Porto Alegre. Em 1954, entretanto, as instalações da Rádio Farroupilha são destruídas pela população após o suicídio de Getúlio Vargas. A emissora era ligada ao grupo Diários Associados, de Chateaubriand, e fez forte oposição ao ex-presidente (FERRARETTO, 2007). Na década de 1960, com a consolidação da Rádio Guaíba, a disputa entre as emissoras se acentua. Ferraretto (2007) diz que foi a Rede Excelsior que acabou por introduzir uma estrutura mercadológica de acumulação a partir de um modelo de indústria cultural.

Eventos como a Campanha da Legalidade (1961) e a instalação da Ditadura Militar no Brasil (1964) mudam o cenário das emissoras no Rio Grande do Sul. De forma geral, a publicação de conteúdos jornalísticos é prejudicada a partir do ingresso

dos militares ao poder. Na década de 1970, as indústrias culturais do Rio Grande do Sul foram afetadas pelas medidas econômicas adotadas pela Ditadura. Ferraretto (2007) diz que, ao mesmo tempo em que as empresas se beneficiaram das estruturas tecnológicas formadas pelo regime de exceção, elas sofreram com o avanço o aumento da concentração de capitais e a própria concorrência existente. Os oligopólios tornam-se mais presentes e as empresas de pequeno e médio porte vão se inviabilizando. “Na segunda metade da década de 70, já preponderavam na economia brasileira conglomerados empresariais, que disputam a preferência dos consumidores pela diferenciação de seus produtos, pelo prestígio da marca e pelo recurso constante da publicidade” (FERRARETTO, 2007, p. 173). No mesmo período, começam a ganhar força os conteúdos jornalísticos, já que o regime militar dava sinais de desgaste.

O final da década de 1970 marca também o início da derrocada do grupo Caldas Júnior, especialmente do jornal *Correio do Povo* (GALVANI, 1994). A Rádio Guaíba também começa a ser afetada pelos problemas do conglomerado, que naquela década, colocava no ar a TV Guaíba (1979). Na década de 1980, o conglomerado da Caldas Júnior tinha extensas dívidas, mas mesmo assim, colocou no ar a Rádio Guaíba FM, destinada a uma programação musical. Entretanto, a crise financeira do grupo se acentuou, culminando no fechamento do jornal *Correio do Povo* (1984). A Rádio Guaíba não saiu do ar, mas foi duramente afetada pela situação do grupo. Em contrapartida, o grupo RBS começava, entre o final da década de 1970 e o início da de 1980, a consolidar-se na dianteira do mercado de comunicação do Rio Grande do Sul. Além disso, a empresa expandiu as operações, adquirindo ainda o controle de um canal de televisão em Santa Catarina (SCHIRMER, 2002). Ferraretto (2007, p. 197) afirma que a RBS conseguiu fazer o que o grupo Caldas Júnior não conseguiu: passar de uma geração para outra da família a gestão empresarial do conglomerado, adaptando-se às exigências do ‘capitalismo monopólico’. Para Fonseca (2008), este período marca a passagem das indústrias culturais no Rio Grande do Sul.

Distingue-se, portanto, duas fases na trajetória das empresas de comunicação do Rio Grande do Sul: 1ª) a *empresarial*, em que começa ainda no final do século XIX, com a fundação do *Correio do Povo*, e se estende até o final da década de 1970, típica da etapa concorrencial imperfeita do capitalismo retardatário brasileiro; e 2ª) a *das indústrias culturais* (conglomerados nacionais e transnacionais), que se institui com a hegemonia

da RBS no início dos anos 1980, e continua nos dias atuais, início do século XXI, sob a etapa monopólica do capitalismo. [...] o conglomerado RBS vem se mantendo na liderança pela capacidade de se ajustar continuamente às mudanças determinadas pelos distintos regimes de acumulação (FONSECA, 2008, p. 137)

A metade da década de 1980 marca a transferência de diversos profissionais da Rádio Guaíba para a Rádio Gaúcha, simbolizando o período em que o grupo RBS se sobrepõe ao Caldas Júnior. Em 1986, a Empresa Jornalística Caldas Júnior foi adquirido pelo empresário Renato Bastos Ribeiro, que assumiu o controle da TV Guaíba, da Rádio Guaíba e tornando-se dono do jornal Correio do Povo. No mesmo ano, o jornal voltou a circular. Enquanto isso, o grupo RBS ganhava cada vez mais território e audiência no Rio Grande do Sul. A parceria com a Rede Globo foi importante para consolidar o grupo RBS, que transformou-se enquanto empresa de comunicação.

Rotinas de trabalho e produção são metodizadas, enquanto a base tecnológica sofre uma constante modernização. Assim, concorrer identificando por meio de sondagens de mercado e explorando as fraquezas dos adversários torna-se uma norma. A busca do lucro transcende o momento imediato e vai sendo construída ação após ação. (FERRARETTO, 2007, p. 214)

No segmento radiofônico, o grupo RBS avança com emissoras de rádio desenvolvidas para diferentes públicos, e com diferentes nichos, através do sistema RBS Rádios, reafirmando sua liderança no meio. A Rádio Gaúcha, por sua vez, começava a desenvolver um modelo de programação voltado para programação esportiva e de notícias.

Na década de 1990, o grupo em que a Rádio Guaíba estava não fez grandes mudanças em seu modelo de gestão e negócios. O Grupo RBS tentou, sem sucesso, ingressar no segmento das telecomunicações, superando forte turbulência financeira (SCHIRMER, 2002). Nos anos 2000, a hegemonia entre os conglomerados midiáticos manifesta-se nas emissoras. O antigo conglomerado da Caldas Júnior foi adquirido pela Igreja Universal do Reino de Deus, do bispo Edir Macedo (LOBATO, 2007). A Rádio Guaíba manteve boa parte de sua programação, mas jamais conseguiu recuperar o prestígio perante à audiência, e principalmente, diante dos patrocinadores. Medidas como a associação da Guaíba AM e FM e mudanças nos

programas, no público-alvo e na modernização do conteúdo também não foram suficientes nos últimos anos para que a emissora retomasse grandes resultados financeiros. O grupo RBS, por sua vez, dentro de uma hegemonia construída, principalmente, entre as décadas de 1980 e 1990, conseguiu manter o posto de principal empresa de comunicação do Estado. A Rádio Gaúcha está, desde 2015, na liderança de audiência entre todas as emissoras FMs da Região Metropolitana de Porto Alegre. O Grupo RBS, em 2017, promoveu uma importante mudança nas formas de produção e publicação dos seus conteúdos, criando o site GaúchaZH.com, que integra profissionais da mídia rádio e jornal em um mesmo modelo de publicação para a internet. (GAMA NETO, 2017).

3 Uma breve história do repórter

Encontrar uma definição conceitual para a palavra ‘repórter’ certamente não está nos planos deste que vos escreve. As inúmeras facetas de uma profissão carregam enorme responsabilidade social e não permitem quaisquer manifestações definitivas. O dicionário Aurélio da Língua Portuguesa de 2009, por exemplo, afirma que repórter é o “profissional que produz reportagens” (p. 424). Ainda que de forma simplificada, o léxico tem certa razão, na medida em que o repórter realmente é contratado para realizar reportagens. Mas, diante de uma frase tão simples, é impensável não se questionar e refletir sobre o ser repórter e sobre sua função. Será que ser repórter simplesmente é a pessoa incumbida de ‘produzir reportagens?’.

Teóricos da comunicação e profissionais do mercado já escreveram inúmeros livros, teses, dissertações e artigos tentando encontrar conceitos e definições para a profissão ‘repórter’. Diferenças à parte, é consenso que, dentro de uma redação jornalística, a figura do repórter é a mais importante (LAGE, 2001). Outra consonância entre aqueles se propõe a refletir sobre o tema é de que a profissão mudou significativamente com o passar dos anos e os avanços das tecnologias. Esta transformação iniciou assim que o repórter começou a existir dentro do contexto de produção de notícias em periódicos, e é cada vez mais sentida por profissionais que executam reportagens no cotidiano. Para tentar compreender este momento da profissão do repórter dentro de um ambiente movido por inúmeras alterações culturais e tecnológicas, é necessário regredir ao cerne do jornalismo, desde o seu surgimento até os dias de hoje.

A gênese da reportagem não é tão definida assim. Uma recuperação temporal interessante sobre o tema pode ser encontrada nos estudos de Jorge Pedro Sousa (2008). O autor defende que o jornalismo tem uma ligação direta com a história, e frisa que os primeiros resumos historiográficos feitos pela humanidade sobre situações acontecimentos são um “dispositivo pré-jornalístico” (SOUSA, 2008, p. 20). Inegavelmente, a civilização grega é a base de inúmeros dos conhecimentos e das reflexões em diversos campos do saber de hoje. Desde antes de Cristo, os gregos prestavam enormes serviços intelectuais a uma sociedade que começava a se desenvolver e a compartilhar saberes e conhecimentos científicos.

Dessa época, surgem relatos daqueles que são considerados os primeiros

historiadores da civilização ocidental, entre eles Heródoto, considerado o “Pai da História”, e Tucídides, que escreveu relatos sobre a Guerra do Peloponeso, que ocorreu no século V a.c. Neste sentido, Ranke (2011) pontua que, mesmo sem fugir da função de contar a história, Heródoto tem uma visão mais divina a respeito dos acontecimentos sobre disputas na Grécia. Seu relato é baseado em histórias contadas por outras pessoas e teve, por característica, registrar traços culturais dos locais por onde viajou.

Já Tucídides é mais analítico e tem certo ceticismo quanto ao divino. Para Ranke (2011), o relato tucidiano, inclusive, tem caráter mais imparcial. Por conta desse tom, considerado pelos historiadores mais isento, Sousa (2008, p. 23) diz que Tucídides é ‘o primeiro repórter’ que se tem registro. Sobre o antigo escritor grego, Sousa (2008) acrescenta que as características narrativas, e a capacidade de apresentar contextos e de questionar de forma crítica a veracidade das informações das fontes são similares às dos jornalistas de hoje.

Tucídides, ao contrário de Heródoto, virou-se para a narração historiográfica do presente ou do passado próximo (a Guerra do Peloponeso), confundindo-se mais a sua função com a dos actuais jornalistas. [...] No entanto, Tucídides foi também o primeiro a descartar-se dos deuses para explicar o curso da história, o primeiro a avaliar as fontes com espírito crítico para ponderar a sua credibilidade e ainda o primeiro a atribuir com clareza os motivos de um acontecimento histórico à acção dos homens [...]. Pode dizer-se, assim, que Tucídides foi o primeiro a procurar debaixo da superfície dos pretextos e das causas enunciadas por diferentes fontes as causas reais dos factos históricos. (SOUSA, 2008, p. 26)

Avançando na construção do relato e divulgação de notícias, entre os séculos II a.c e I a.c surge, durante o império romano, a chamada *Acta Diurna*, considerada por pesquisadores da área da comunicação, como Cuadrado (2007), o mais antigo jornal da história. A publicação era feita em placas expostas em locais públicos e, geralmente, continha informações sobre julgamentos, escândalos políticos, entre outros. Neste mesmo período histórico, também começaram a surgir as *Actas Senatus*, que apresentavam informações sobre procedimentos legislativos e administrativos. Cuadrado (2007) pontua que, nessa mesma época, surgiram oficinas especializadas em reprodução das *actas* e comercialização dos escritos. Sousa (2008) diz que, com o passar dos anos, outras *Actas* foram surgindo pelo território romano, muitas vezes replicando para Roma aquilo que ocorria em cidades menores. O autor acrescenta que o período romano colaborou para a formação dos jornais em

aspectos como a frequência de publicação, a difusão para longas distâncias, publicações locais e abertura *actas* privadas.

A passagem do período do império romano para a Idade Média, no século V, é reconhecida por historiadores como uma época de declínios culturais e comerciais. A formação da Europa medieval é marcada pelo desenvolvimento de pequenos reinos, compostos, geralmente, por povos de origem germânica. Houve uma intensificação das atividades rurais de subsistência e a formação de feudos, onde a nobreza, detentora de terras, era a autoridade. Os senhores feudais garantiam aos seus vassalos segurança e alimentação, em troca de força de trabalho. A sociedade, como um todo, fechou-se em feudos e a cultura de ler era resguardada apenas a nobres e sacerdotes. Apesar disso, Sousa (2008) afirma que o período registrou alguns fenômenos pré-jornalísticos, porque boa parte das notícias e troca de informações era feita a partir da oralidade. No entanto, além dos contos orais, crônicas e relatos de viagens da época já apresentavam algumas características que atualmente persistem no jornalismo, pois continham muitas informações e novidades sobre locais distantes.

“

O passar dos séculos foi, gradualmente, derrubando paradigmas sociais e dando mais liberdade ao pensamento e às trocas de cultura na Europa. Segundo Sousa (2008), no Renascimento, a partir do século XIV, o continente europeu tornou-se mais aberto ao comércio e cultura. Surgiram as primeiras universidades, burguesias começam a ganhar destaque dentro da sociedade, desbravadores se aventuram em grandes navegações em busca de novos territórios e a crença cega no poder divino já desperta certa dúvida, abrindo espaço para reflexões sobre a Igreja Católica. No campo comunicacional, surgiram novos formatos pré-jornalísticos. No entanto, o avanço mais significativo foi o aperfeiçoamento da prensa de tipos móveis, através do sistema tipográfico desenvolvido pelo alemão Johann Gutemberg, no século XV. O modelo de impressão espalhou-se rapidamente pela Europa através de impressores germânicos. De acordo com Burke (2004), no ano de 1.500, aproximadamente 250 pontos da Europa já possuíam prensas similares às de Gutenberg. Conforme Alberto e Terrou (1990), entre o final do século XVI e início do XVII, surgem os primeiros periódicos regulares do mundo. Aos poucos, a periodicidade das publicações foi aumentando.

De acordo com Sousa (2008, p. 75), o desenvolvimento dos jornais se deu em

um momento em que a sociedade europeia necessitava de informação. Fatores como o descobrimento de terras distantes, a intensificação do comércio em bolsas de valores e a necessidade cada vez mais iminente de saber ler fizeram a sociedade buscar livros noticiosos e relações de notícias. Surgiram as primeiras gazetas, que segundo Sousa (2008), desenvolveram-se na primeira metade do século XVII, e já tinham regularidade de impressão superior a três edições por semana. Conforme Lage (2001), os primeiros jornais tinham, por objetivo, difundir ideias burguesas e/ou aristocráticas. Lage (2001) frisa que, em seu surgimento, o jornalismo era essencialmente publicista. Os textos noticiosos ficavam em segundo plano, e as publicações exaltavam o discurso retórico ou parlamentar, a análise erudita e o sermão religioso. Nos principais países da Europa, começaram a se desenvolver sistemáticas diferentes de produção jornalística. Porém, conforme Sousa (2008), na França e Inglaterra, por exemplo, os regimes políticos da época constrangiam e regulavam as publicações. Lage (2001) sustenta que esta ideia de publicismo perdura até hoje. Rudiger (1993, p. 11) reforça a concepção de que os jornais nasceram sob demanda do Estado, com o intuito de organizar um sistema de comunicação com uma 'classe letrada ascendente'.

O século XVIII apresentou diversas transformações sociais oriundas dos avanços da Revolução Industrial. A mão-de-obra passou a ser cada vez mais necessária nas fábricas das grandes cidades europeias. A organização social sofreu fortes alterações devido às expansões comerciais, reflexo das ideias liberais da época. Neste momento histórico também, as burguesias começaram a se valer dos periódicos como tentativa de desbancar oligarquias e senhores feudais que ainda detinham forte influência social (BASSETTO, 2008). Rudiger (1993) acrescenta que, o distanciamento entre classes dominantes dos regimes e uma burguesia cada vez mais politizada, deu margem ao avanço de uma imprensa mais independente. Entre o século XVIII e XIX, a imprensa permeou entre modelos político partidários e de cunho mais jornalístico. De acordo com Lage (2001), a figura do jornalismo publicista começou a perder força. Para Rudiger (1993), neste período, surgiram as redações jornalísticas, e o jornalismo político-partidário ganhou relevância, com certo cunho noticioso, mas também com facções políticas disputando espaço ou mesmo criando publicações para divulgar suas ideias. Um dos pilares desse movimento é a Revolução Francesa (1789). Sousa (2008) conclui que a conjuntura social do período na Europa permitia uma coexistência de publicações com diferentes linhas editoriais, com

destaque para os periódicos noticiosos, ideológicos, filosóficos e científicos; porém, todos estilos com um caráter comercial.

O jornalismo do século XIX também foi evidenciado por avanços e transformações. O pensamento burguês dominava as páginas de jornal. Conforme Lage (2001), o mercado publicitário se desenvolveu nos jornais, dando início à integração entre imprensa e anunciantes com interesses econômicos, assim como ainda ocorre nos dias atuais. O período do século XIX também marca o surgimento e desenvolvimento da imprensa no Brasil. De acordo com Bahia (1990), a imprensa de periódicos chegou de forma tardia ao país, na comparação com outras nações da América do Sul. Publicações escritas e orais esporádicas circulavam no país, mas sem grande circulação. O principal fator era a censura dos portugueses a publicações na, até então, colônia. Os primeiros periódicos surgem em 1808, mesmo ano em que a Família Real de Portugal chega ao Brasil, fugindo das tropas napoleônicas. Os primeiros títulos foram o *Correio Braziliense*, impresso na Inglaterra e lido no Brasil, e a *Gazeta do Rio de Janeiro*. Segundo Morel (2011 apud MARTINS; LUCA), o *Correio Braziliense* era impresso em Portugal e importado para o Brasil. O jornal tinha uma linha crítica, apesar de não ser totalmente contrário ao regime monárquico. Já a *Gazeta do Rio de Janeiro* foi o periódico oficial da monarquia portuguesa no Brasil. Na sequência, outros periódicos surgiram no país.

Para Lage (2001), o século XIX assinalou, no mundo, o surgimento do gênero jornalístico de reportagem, bem como o agente que produz o tipo de conteúdo: o repórter. No próximo tópico, vamos apresentar algumas características do repórter e da reportagem. Algumas antigas tradições sobre relatos persistem, mas há uma sofisticação naquilo que se considera reportagem.

3.1 Reportagem

O avanço das tecnologias ao longo dos últimos dois séculos alterou profundamente a produção jornalística. Entre os séculos XIX e XXI, surgiram diversos equipamentos que transformaram o relato jornalístico. Podem ser citados como exemplo, a máquina fotográfica, o gravador de som e de vídeo, equipamentos de transmissão em tempo real e computadores e celulares, capazes de aglutinar diversas ferramentas em um único aparelho, entre outros. A medida que estes equipamentos

foram se desenvolvendo, o repórter começou a se apropriar das ferramentas e as utilizou em suas produções narrativas. Ao longo dos anos e do desenvolvimento dos estudos, o meio acadêmico começou a formalizar alguns conceitos sobre a expressão “reportagem”. Criaram-se, por exemplo, técnicas de produção das composições discursivas chamadas de reportagens. Este tópico tem por função determinar, ainda que de forma bastante flexível, algumas características da essência da reportagem, bem como do trabalho e das qualidades do repórter.

Seixas (2009) tem um interessante e aprofundado estudo que apresenta critérios para a definição de gêneros jornalísticos. A autora se debruça sobre autores de diversos países para compreender proposições gerais sobre gêneros e discursos de jornalismo. A proposta apresentada por ela sustenta a importância do agente que produz o conteúdo.

Dentro da principal finalidade reconhecida para uma composição discursiva jornalística podem estar variados atos comunicativos, com seus respectivos compromissos. [...]. Uma reportagem pode ser constituída de assertivos sobre articulações entre objetos de acordo para o leitor-médio e, para o leitor-especializado, ser constituída de opinativos. Neste caso, os tópicos atuantes são diferentes, pois o leitor-especializado atua com conhecimentos que o leitor-médio não tem. A finalidade reconhecida da composição discursiva jornalística (reportagem) pode não ser a única finalidade cumprida, já que não se realizou apenas assertivos (SEIXAS, 2009, p.189)

Dentre os brasileiros citados como base dos estudos no Brasil, estão pesquisadores como Luiz Beltrão (1976) e José Marques de Melo (1985). Os pesquisadores sustentam que, até mesmo a produção de cunho informativo têm caráter interpretativo. Beltrão (1976, p. 52) afirma que a informação, neste caso, é repassada em “sua integridade, captada, analisada e selecionada pelo jornalista. Neste sentido, o autor defende que, apesar de haver um grau de interpretação por parte de quem seleciona e produz a notícia, quem deve legitimar ou não aquela linha de visão escolhida é o público. Beltrão (1976, p. 54) sustenta que a imprensa brasileira, de forma geral, deixou de lado o segmento investigativo, pois os grandes veículos de comunicação preferiram focar em uma produção industrial, que consiste em “informar sem se comprometer”. Atualmente, no entanto, há indícios de que a imprensa está buscando produzir trabalhos de maior fôlego, gerando informação e comprometimento com a qualidade do conteúdo. No que tange à reportagem, Beltrão (1976, p. 54) afirma que o bom trabalho precisa apresentar um conflito, ou uma

contraposição de ideias.

[...] jornalismo contemporâneo reclama dos seus agentes, seja ele investigativo (que inquirir sobre as causas e origens dos fatos, seja interpretativo ou analítico (que busca a ligação entre eles e oferece a explicação de sua ocorrência.[...] E desde que o jornalista adote o princípio filosófico de que qualquer questão oferece duas perspectivas - uma pró e outra contra - e entenda que a boa reportagem (notícia em profundidade) é justamente aquela que consegue apresentá-la com equidistância, manter-se-á a objetividade e um bom padrão ético” (BELTRÃO, 1976, p. 54)

Do ponto de vista técnico, há uma preocupação extremamente importante entre os acadêmicos em discernir a narrativa ‘reportagem’ de outras composições discursivas, principalmente em relação ao gênero ‘notícia’. Os autores sustentam que as fronteiras entre os gêneros apresentam ligeiras diferenças, especialmente quando trazem algum tipo de contextualização. No entanto, admitem que a notícia é uma espécie de anúncio do fato ou acontecimento, e a reportagem, uma apresentação de ângulos do fato.

O que caracteriza o fato, portanto, é o resultado de uma ação, passada. Já o acontecimento é fenômeno em processo. Um incidente no metrô é um fato, mas este fato está relacionado a vários acontecimentos como o processo de investigação sobre o que provocou o incidente. Os acontecimentos podem estar em ocorrência ou terem um dado grau de probabilidade de ocorrer, ou seja, acontecimentos prováveis, previsíveis (porque convencionados) e possíveis também são objeto de conhecimento do jornalismo. (SEIXAS, 2009, p 184)

Sodré e Ferrari (1986) corroboram com a interpretação de Seixas (2009). Assim, um fato se torna notícia logo que anunciado. Cabe frisar que para ser notícia, um conteúdo precisa ter relação a um fato recente, caso contrário pode ser enquadrado em outros moldes de produção informativa, como por exemplo, reportagem. “Embora a reportagem não prescindir de atualidade, esta não terá o mesmo caráter imediato que determina a notícia, na medida em que a função do texto é diversa: a reportagem oferece detalhamento contextualizado àquilo que já foi anunciado, mesmo que seu teor seja predominantemente informativo”. (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 18)

Ainda segundo Sodré e Ferrari (1986, p. 36), uma das principais diferenças entre noticiar e reportar é a capacidade da segunda de, além de apresentar um fato, ampliar a visão sobre um determinado assunto, levando o leitor a um posicionamento crítico. Neste aspecto, os autores frisam que o profissional responsável por executar

a narrativa tem a capacidade de determinar, a partir da forma de construção do texto, o objetivo do conteúdo, e conseqüentemente, o gênero que este conteúdo é apresentado. Pereira Júnior (2009) corrobora com esta ideia, afirmando que o fato jornalístico é algo externo ao repórter, e que a construção de uma notícia ou reportagem está na forma como o profissional percebe o fato. Assim, os acontecimentos tornam-se estratégias, a partir dos procedimentos arbitrários adotados pelo responsável pelo conteúdo. O autor aponta que as decisões e exclusões de informação a partir de um fato partem do profissional.

Para Pereira Júnior (2009, p. 25), apesar da aceitação de que a composição do texto é fruto de uma sensibilidade humana arbitrária, a “ideia de ‘fato-padrão’ não chega a contaminar a confiança que temos em algo palpável, material, a que damos o nome de ‘realidade’”. Assim, o jornalista não é um mero intérprete dos fatos, porque trabalha constrói um contexto a partir de vestígios, testemunhos e elementos, garantindo o que o autor chama de uma interpretação pertinente dos acontecimentos, ainda que a reprodução seja simbólica. “Para narrar é preciso saber mais, não só dados sumários, mas a relação entre eles. Informação abundante dá latro à narrativa. Lacunas de informação são um convite à desonestidade, à imaginação de peças que faltam para a história ficar redonda” (PEREIRA JÚNIOR, 2009, p. 148)

Esta percepção é complementada no texto com a afirmação de que a reportagem possibilita o conhecimento em profundidade sobre o contemporâneo. Segundo Pereira Júnior (2009, p. 149), os modelos de narrativas, de forma geral, possuem alguns itens relevantes:

- a) estruturas, que ligam e dialogam do início ao fim do texto;
- b) contextualização dos fatos, como base para que o leitor se situe;
- c) conflito de bases, quando a narrativa gira em torno de uma determinada conflagração e suas complicações;
- d) história oculta, que garante um sentido que vai além do relato;
- e) estilo, que deve ser ajustado caso à caso;
- f) ritmo, dando velocidade, ou não, na apresentação dos fatos; ângulos, buscando fugir de estereótipos e julgamentos sumários;

- g) condução, que permite e obriga o autor a pôr os dados dentro de uma trama;
- revisão, que prevê procedimentos para um reexame do texto, a fim de saber se o objetivo foi executado como planejado.

É fundamental frisar que, na proposta de Pereira Júnior (2009), esses procedimentos, que são considerados úteis para a construção da narrativa, dependem diretamente da qualidade da informação obtida e verificada. O autor pondera, por exemplo, que dependendo da mídia, recursos específicos podem colaborar na construção textual. Sodré e Ferrari (1986) apontam que a reportagem tem, por essência, a necessidade de apresentar uma descrição narrativa dos fatos, e esse detalhamento precisa ter um personagem e uma ação, já que seriam capazes de despertar o interesse humano. Para os autores, existem três modelos básicos de reportagem: a reportagem de fatos, reportagem de ação e a reportagem documental.

A reportagem de fatos (fact-history) teria um relato objetivo dos fatos. Geralmente, o texto é redigido a partir da forma de pirâmide invertida, com uma apresentação sucessiva de fatos, permeadas pela ordem de importância. Há, também, um distanciamento do texto daquele que o produziu. Já na reportagem em ação (action-story), há uma narrativa fiel dos fatos, porém a partir da visão do repórter, que deixa de ser um mero observador da história e se torna parte da narrativa. O terceiro modelo proposto, a reportagem documental (quote-history), é caracterizado por elementos objetivos, somados, geralmente, a dados e pesquisas, sendo o relato também sustentado por documentos e parâmetros exatos. Sodré e Ferrari (1986), concordam, porém, que os modelos não são rígidos e combinações são comuns durante a construção de uma reportagem. Os elementos básicos que compõem a reportagem são, segundo Sodré e Ferrari (1986, p. 15):

- a) predominância da forma narrativa;
- b) humanização do relato,
- c) texto de natureza impressionista;
- d) objetividade dos fatos narrados.

Ainda buscando conceitos e definições, Lage (2001) tem uma visão mais crítica sobre os procedimentos da reportagem. O autor cita que, a partir do desenvolvimento do jornalismo norte-americano, começou a se estabelecer uma proposta de informação jornalística que deveria reproduzir dados com fontes. Assim, “os testemunhos de um fato deveriam ser confrontados um com os outros, para que se obtivesse a versão mais próxima possível da realidade” (LAGE, 2001, p. 18). Nesta linha ainda, a objetividade jornalística ganhou força, inclusive com técnicas de redação, como o *lead**. No entanto, o autor pondera que a narrativa de reportagem tem, por característica, ir além da apresentação de fatos e dados. Cabe acrescentar ao pensamento de Lage (2001), que será ampliado ao longo deste texto, a capacidade do agente que executa a reportagem neste processo de captação e apresentação da realidade. A partir das propostas sobre conceitos técnicos de reportagem dos autores apresentados acima, este texto admite por Reportagem um gênero jornalístico formado por uma construção narrativa que obedece a alguns padrões técnicos de formulação, e que incluem a apuração de fatos, apresentação de versões e contextualização dos processos.

3.2 Repórter

Se o gênero narrativo da reportagem depende de quem executa, o repórter tem papel fundamental na composição da reportagem. Afinal de contas, ele é quem, geralmente vai a campo, colhe dados e transforma todas as informações em um texto jornalístico. A reportagem jornalística é fruto deste processo, fazendo do repórter o agente principal na elaboração do texto, seja em forma ou conteúdo. Todavia, é necessário salientar que o meio de destino da reportagem interfere em sua construção.

De acordo com Lage (2001), o Repórter ganhou relevância dentro do processo comunicacional a partir do século XIX. Os veículos midiáticos, que davam os primeiros passos dentro do modelo atual de empresa de comunicação, desenvolviam novos padrões para a produção de notícias. A notícia ganhou um formato moderno, similar aos utilizados ainda hoje, com a implementação do *lead*. Assim como na narrativa oral, a composição textual prioriza aquilo que de mais importante aconteceu e situa àquele que está recebendo o conteúdo. As técnicas, que foram desenvolvidas nos

Estados Unidos, rapidamente ganharam espaço em vários outros países industrializados, durante os séculos XIX e XX.

Lage (2001) sustenta que cresceu, especialmente no século XX, a necessidade de aproximação com a oralidade, cultivando figuras de estilo de construção textual. Começavam também os conflitos entre aquilo que envolvia a realidade social e o que os patrocinadores de periódicos gostariam que aparecesse nas páginas.

Conflitos eram inevitáveis. À medida que a figura do repórter se definia, que ele se tornava importante, que era mais vezes acionado para cobrir os fatos sociais [...], mas de instauravam contradições entre os relatos jornalísticos e os preconceitos ou valores sustentados pelas elites anunciantes[...]Repórteres passaram a ser bajulados, temidos e odiados. A reportagem colocou em primeiro plano novos problemas, como discernir o que é privado, de interesse individual, do que é público, de interesse coletivo; o que o Estado pode manter em sigilo e o que não pode; os limites éticos do comércio e os custos sociais da expansão capitalista. (LAGE, 2001, p. 16-17).

Obviamente, o trabalho do repórter, seja qual for a mídia, sofreu alterações, desde sua aparição até os dias atuais. Porém, as premissas sobre a execução do trabalho são as mesmas do início da atividade. Alguns textos acadêmicos sobre reportagem pouco, ou nada falam sobre as qualidades de um repórter. Os estudos científicos dão a entender que, qualquer profissional que seguir os requisitos orientados academicamente terá condições de produzir uma reportagem. Este pesquisador, até o momento, também não encontrou qualquer estudo que possa ser utilizado nesta dissertação para contradizer esta proposição. Porém, jornalistas que conhecem a dinâmica da produção de reportagens elencam características e virtudes do ser humano, enquanto agente produtor de conteúdo, que vão além da técnica. Atribuídas às presunções pragmáticas e éticas, é necessário elencar virtudes da pessoa para que esta possa ser chamada de 'repórter'.

Kotscho (2003), por exemplo, sustenta que ser repórter é uma 'opção de vida', diante das dificuldades diárias enfrentadas pelos profissionais. Em uma visão romântica, o profissional argumenta que existem poucos atrativos em se escolher 'ser repórter'.

Jornalismo não é uma ciência exata. As técnicas, qualquer um aprende em pouco tempo. Mas, antes de começar a escrever, o repórter tem que definir bem definido porque escolheu essa profissão, o que quer dela. Se for dinheiro, prestígio ou segurança, melhor desistir logo, porque devem existir mil opções mais atraentes. O repórter só deve ser repórter se isso for irreversível, se não houver outro jeito de ganhar a vida, se alguma força maior

o empurra para isso. (KOTSCHO, 2003, p. 7)

Ainda assim, Kotscho (2003) apresenta um argumento similar ao sustentado por Beltrão (1976), quando afirma que é o leitor quem precisa tirar suas próprias conclusões do texto reportado. Outros repórteres apresentam outras características consideradas fundamentais para que o repórter tenha sucesso na sua atividade. Dentre essas, está a capacidade de saber contar boas histórias. No livro *Repórteres* (1997), Audálio Dantas reúne uma compilação de histórias de grandes profissionais da reportagem do país. Em boa parte dos textos, os autores explanam sobre características gerais da profissão. O próprio Dantas (1997, p. 10), por exemplo, diz que o bom profissional de reportagem é aquele capaz de “contar um fato ocorrido na esquina de sua rua. Ou, em outro extremo, aquele que vai até o fim do mundo no encaixo de uma boa história”. Noblat (2006) admite a concepção de Dantas (1997), porém é mais enfático e determinista em relação às capacidades dos profissionais. Para ele, a notícia pode estar em qualquer lugar, e o “faro” do jornalista é o que diferencia os repórteres bons dos ruins.

Conforme Kotscho (apud DANTAS, 1997), a reportagem, material que diferenciava um veículo de comunicação do outro, tornou-se raridade. Ele questiona o paradoxo da mídia, de forma geral, que apresenta uma oferta grande de informações, mas que ao mesmo tempo, apresenta conteúdos e formas padronizadas. A crítica, segundo o autor, é válida para todos os veículos de comunicação. De forma romantizada, Kotscho (2003) diz que os repórteres buscavam as informações conversando com as pessoas nos mais diversos lugares, e não aguardando receberem pautas dentro de redações. Um fator simples, porém frisado em obras que se norteiam pelas experiências dos profissionais, é a sorte. José Hamilton Ribeiro (apud Dantas, 1997, p. 107) diz que “repórter é como goleiro, tem que ter sorte”. O autor, pondera, porém, que só ventura não é suficiente para que uma ocasionalidade torne-se uma boa história. É necessário, também, saber trabalhar, administrar e encontrar novidades diante de casualidades.

Kotscho (2003) levanta outra característica considerada por ele fundamental para o repórter. Este aspecto implica na dosagem entre informação e emoção na narrativa. O autor defende que, mesmo haja uma oscilação de sentimentos durante uma cobertura, o profissional precisa ter a capacidade de controlar suas sensibilidades. Sodré e Ferrari (1986) afirmam que a narração jornalística é a essência

da reportagem. Segundo os autores, a narrativa de gênero jornalístico se diferencia da literatura porque contém um compromisso com a objetividade da narração do fato. Isso não impede, no entanto, que o profissional se valha de alguns elementos similares aos da literatura. Sobre isso, Sodré e Ferrari (1986, p. 107) pontuam que é fundamental que haja uma “dosagem da seleção e combinação de elementos” que compõem uma reportagem, para que ela não só seja, mas também pareça verdadeira. Os autores reforçam que, no jornalismo, devem se impor apenas a narrativa dos fatos reais. Em Sodré e Ferrari (1986, p. 123), os autores exemplificam os riscos da tentativa do repórter, de sobrepor a literatura ao fato, citando o caso de uma jornalista americana que ganhou e, posteriormente, perdeu um prêmio Pulitzer, considerado o mais importante do mundo, porque contou uma história totalmente verossímil, porém falsa.

Um aspecto que merece mais atenção e gera consenso entre profissionais de mercado e acadêmicos diz respeito à condição do repórter em presenciar o fato, ou estar no lugar em que os fatos ocorreram. Neste princípio, pode-se dizer, que reside um dos principais problemas causados pelas transformações político-econômicas e pelas novas tecnologias de informação e comunicação. Há um entendimento de que a coleta e apuração de notícias *in loco* condicionam o repórter a ter um espectro maior e melhor de informações. E isso é valorizado tanto por pesquisadores, quanto por profissionais.

Cabe mencionar, em uma pequena deferência deste pesquisador, um dos mais brilhantes registros de reportagem *in loco* da história do jornalismo e, posteriormente, da literatura brasileira. O então repórter do jornal Folha de São Paulo, Euclides da Cunha, cobriu parte da Guerra de Canudos (1896 - 1897), travada entre militares federais e um movimento sócio-religioso que ganhou corpo no final do século XIX no interior da Bahia. O trabalho minucioso rendeu destaque ao jornalista, que além de publicar textos para o periódico, escreveu, em 1902, uma obra chamada *Os Sertões*, relatando sua experiência. O livro tornou-se um dos marcos da literatura nacional. De acordo com artigo de Maria Jandyra Cavalcanti Cunha e Vítor de Abreu Corrêa (2013), o trabalho *in loco* de Euclides da Cunha foi muito além da percepção informativa sobre os acontecimentos em Canudos.

Ele foi testemunha *in loco* dos acontecimentos e, uma vez observador participante, vivenciou os horrores da guerra. A qualidade narrativa de seus

relatores permitiu a criação de cenário único para uma batalha impensável, em local inóspito. A subjetividade transborda do texto. Ainda assim, a cobertura guarda território no campo do jornalismo pela factualidade e verossimilhança, presentes graças ao testemunho. Uma das características centrais da correspondência de Euclides da Cunha está além das questões estritamente ligadas ao caráter testemunhal. O repórter explora ao máximo os seus sentidos e relata em detalhes os eventos: da longa espera em Salvador até a derrota de Canudos, passando pela descrição da paisagem, do homem e da luta. (CUNHA; CORRÊA, 2013, p. 12).

Para Nilson Lage (2001, p. 23) o “[...] repórter está onde o leitor, ouvinte ou espectador não pode estar”. Assim, cabe ao profissional destacado para reportar uma determinada pauta a responsabilidade de selecionar não só aquilo que tem caráter informativo, mas também detalhes que possam ser interessantes na narrativa. Lage (2001, p. 23) define o repórter como um ‘agente inteligente’, totalmente apto em compreender o contexto e equilibrar suas colocações. Em geral, os repórteres têm autonomia, habilidades sociais e de reação capazes de auxiliar no trabalho.

Kotscho (2003, p. 12), não embasa seu argumento, mas defende que “lugar de repórter é na rua”. Carlos Wagner (apud DANTAS, 1997) afirma que a “estrada” foi sua grande escola de aprendizado sobre reportagem. O jornalista argumenta que aprendeu, na faculdade, as bases da profissão, que o longo período trabalhando em redação consolidaram seu trabalho como repórter, mas que seu crescimento diário foi ganhando força percorrendo estradas. Em um artigo acadêmico sobre o *ethos* dos repórteres da Rede Globo, Bennetti e Gadret (2017) afirmam que o profissional de reportagem da emissora baseia-se em eixos que envolvem conhecimentos da profissão, postura diante dos fatos e reconhecimento perante aos colegas.

O *ethos* do “bom jornalista”, construído no discurso dos repórteres, congrega os atributos de experiência, curiosidade, humildade, credibilidade, responsabilidade social e amor à profissão. O “bom repórter” é aquele que gosta de estar na rua e em contato com as pessoas, sabe ouvir e fazer denúncias, corre risco de ser ameaçado em função de pautas incômodas, come mal, tem uma vida dura e perigosa, mas sabe divertir-se em meio às dificuldades da profissão. O *ethos* do repórter também é construído por meio dos indicadores de pertencimento ao campo jornalístico, como a afinidade ou a analogia com outros jornalistas, a conquista de prêmios e o trabalho realizado [...] (BENETTI; GADRET, 2017, p. 74-75)

Diante dos aspectos apresentados, ainda que o repórter tenha capacitado-se tecnicamente para executar uma reportagem, é necessário que este apresente algumas características que vão além dos manuais jornalísticos. Porém, é

fundamental ponderar que essas características não foram simplesmente descobertas ou lançadas pelos jornalistas citados neste texto. Muitos dos elementos valorizados por profissionais surgiram na metade do século XX, através do movimento *New Journalism*, principalmente nos Estados Unidos. O espaço informativo do texto é compartilhado com observações, inferências, reflexões, e outras concepções subjetivas.

Dentre as proposições apresentadas, está a necessidade de compreensão de que o texto do repórter não pode ter a pretensão de dar aos receptores do conteúdo uma conclusão sobre o caso, mas a amplitude para compreenderem uma situação apresentada e gerarem seu próprio crivo. Somado a isso, o repórter necessita saber dosar dados informativos e sensibilidades na apresentação do seu texto. Mesmo assim, nem teóricos, nem profissionais de campo defendem que o repórter tenha por papel exclusivo relatar apenas dados informativos. A observação *in loco* do acontecimento é fundamental para o trabalho, pois o profissional tem a capacidade de adicionar sensações pessoais aos dados, dando verossimilhança ao produto jornalístico.

3.3 Repórter de Rádio

Não bastassem todas as competências supracitadas para que um profissional tenha capacidade e características para produzir uma reportagem, surge uma segmentação: o tipo de mídia em que o material é veiculado. Neste sentido, pondera-se que a produção radiofônica têm sofrido constantes mudanças em função da tecnologia, e que algumas delas permitem ao profissional executar tarefas que, no início dos trabalhos de reportagem, eram complexas ou ainda não existiam. No passado por exemplo, o repórter de rádio precisava ir ao local, colher informações e voltar para a emissora para transmitir o conteúdo. Atualmente, a transmissão é, muitas vezes, feita com excelente qualidade de qualquer lugar do planeta.

A partir da consolidação do rádio enquanto mídia de comunicação em massa, a partir dos anos de 1920 (FERRARETTO, 2001), a informação jornalística tornou-se uma das características do meio. Conforme Moreira (2011), a primeira fase histórica do rádio brasileiro, por exemplo, mostrava que o meio era capaz de divulgar os acontecimentos, ainda que não tivesse na notícia uma de suas principais atrações.

Jung (2006) e Moreira (2011) afirmam que em 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro já desenvolvia o caráter noticioso.

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro emissora fundada por Roquette-Pinto e apontada como a primeira do País, foi precursora também da introdução do jornalismo na radiofonia brasileira. Inaugurou nosso radiojornalismo com o *Jornal da Manhã*, produzido e apresentado pelo próprio Roquette-Pinto, da forma mais improvisada e amadora possível, a partir das notícias de jornais. (MOREIRA, 2006, p. 44)

Um ponto interessante a ser destacado aqui é que as transmissões de Roquette Pinto, no *Jornal da Manhã*, eram feitas por telefone, o que já demonstrava que era possível fazer transmissões ao vivo externas em rádio através de ligações telefônicas. Havia tecnologia, mas nem sempre ela era usada. “O jornalismo inicial praticado pelas emissoras ainda estava muito preso ao papel e ao estúdio. As notícias lidas haviam sido escritas para os jornais impressos, eram de dias anteriores e não existiam repórteres que iam para as ruas em busca de fontes próprias de informação” (BESPALHOK, 2006, p. 34). Conforme Jung (2006) e Ferraretto (2001), nos anos de 1930, com a regulamentação e permissão do governo para a veiculação de anúncios, as rádios começaram a formar elencos de artistas. Assim, nos primórdios da atividade radiofônica do País, a grade de atrações era composta, predominantemente, de programação musical.

Em 1941, o radiojornalismo brasileiro começa a ganhar forma com o surgimento do programa de notícias *Repórter Esso*⁶, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, considerado um marco dentro da história do rádio no país. O estilo do texto do noticiário notabilizou-se por apresentar objetividade, linearidade e concisão.

No período anterior ao lançamento do *Repórter Esso*, o radiojornalismo brasileiro caracterizava-se pela ausência de um tratamento redacional específico para o veículo, ou seja: as notícias eram selecionadas e recortadas dos jornais e lidas ao microfone pelo locutor que estivesse presente no horário. Tesoura e cola eram, na época, os únicos recursos disponíveis para o jornalismo radiofônico (MOREIRA, 1991, p. 26 apud ZUCULOTO, 1998, p. 63).

⁶ Conforme Klöckner (2011), o *Repórter Esso* foi um programa de notícias veiculado, principalmente, no Rádio e que chegou ao país em 1941, poucos meses antes do Brasil entrar na 2ª Guerra Mundial. A atração era patrocinada pela empresa americana Standard Oil New Jersey (Esso) e tornou-se referência na redação de notícias radiofônicas. Ainda segundo Klöckner, havia interesse em apresentar, com o programa, parte do modo de vida dos norte-americanos da época, buscando incutir parte da cultura dos Estados Unidos aos países que veiculavam o informativo.

Em um aprofundado estudo sobre o Repórter Esso, Klöckner (2011) pontuou que as técnicas implementadas pelo noticiário, que ficou quase 30 anos no ar, influenciaram em diretrizes e padrões de redação praticamente todas as produções de programas de notícias em rádio posteriores no país. “[...]o novo modelo de expor o noticiário no rádio, mais do que apresentar novidades, conferiu um ritmo novo à rotina das emissoras e das pessoas. [...]” (KLÖCKNER, 2011, p. 46). Além disso, o *Repórter Esso* desenvolveu um hábito da população em se inteirar das últimas informações através das ondas do rádio. Apesar do avanço extremamente significativo para a consolidação do segmento jornalístico radiofônico do país, o papel de apuração dos fatos não era feito por profissionais brasileiros e as notícias eram internacionais. As informações eram repassadas por agências de notícias e apenas editadas e incorporadas ao noticiário no Brasil.

No final dos anos de 1940 e início dos anos de 1950, avanços tecnológicos e segmentações começam a se desenvolver dentro das redações radiofônicas os departamentos de jornalismo (FERRARETTO, 2000). Naquele período, por exemplo, a Emissora Continental, do Rio de Janeiro, já procurava espalhar profissionais por diversos pontos para cobertura sobre festas de carnaval e de esportes. Através de inovações tecnológicas, a emissora tornou-se uma referência no desenvolvimento da reportagem jornalística em rádio. As informações veiculadas eram relacionadas ao noticiário nacional ou regional, e os repórteres eram orientados a narrarem as notícias do local onde os fatos aconteciam. Teóricos do radiojornalismo atribuem a Carlos Palut o nascimento do trabalho de reportagem externa no Brasil. De acordo com Felice (apud FERRARETTO, 2000, p. 139), a partir de Palut, operadores de rádio e repórteres iam juntos para as reportagens nas ruas, e assim eram instalados equipamentos para a realização dos trabalhos externos. De acordo com Bespalhok (2006), Palut tinha grande conhecimento sobre os potenciais da linguagem radiofônica e desenvolveu um modelo de reportagem de rádio em que o repórter estivesse no local do fato acompanhando os acontecimentos e narrando as situações em tempo real. As qualidades de Carlos Palut fazem dele um dos grandes nomes da reportagem de rádio no país. O modelo de trabalho deixou marcas significativas no radiojornalismo brasileiro e, parte de suas características ainda está presente na atividade dos repórteres de rádio.

Na mesma época, outro avanço do rádio foi o desenvolvimento do transistor, que possibilitou ao rádio se tornar portátil e “livrou o aparelho de fios e tomadas, proporcionando a criação de uma nova linguagem, apropriada para um veículo de alta mobilidade” (PRATA, 2012, p. 26). Os equipamentos tornaram-se populares no Brasil no final da década de 1950 e início da década de 1960. Essa possibilidade garantiu aos ouvintes poderem ouvir rádio em deslocamento. O consumo da mídia rádio também se alterou, porque a audiência não era de famílias que se reuniam em torno do aparelho, mas de indivíduos que tinham ouviam as suas emissoras em deslocamento ou longe dos tradicionais móveis de rádio que ficavam em casa. Outro equipamento fundamental no desenvolvimento da reportagem de rádio foi o gravador magnético. Os aparelhos tornaram-se portáteis e em pouco tempo, incorporaram-se ao leque de instrumentos utilizados pelos profissionais de reportagem. Segundo Ortriwano (2002-2003), foi possível coletar e guardar entrevistas de forma mais rápida. Além disso, as fitas utilizadas nos gravadores portáteis permitiam maior facilidade na fragmentação das sonoras. Posteriormente, porém dentro deste resgate histórico, surgiram as chamadas ‘unidades móveis’, veículos automotivos que contavam com equipamentos que se interligavam à central técnica da emissora, permitindo ao repórter transmissões de longo alcance. Esta ferramenta garantia às emissoras mobilidade e a possibilidade de estar no lugar do fato em tempo real. Na esteira do processo de modernização, começam a se desenvolver gravadores magnéticos de som, que deram nova cara à produção de notícias. A portabilidade dos equipamentos aumentou a capacidade dos profissionais de reportagem de coletar depoimentos nos locais do fato e fragmentar aquilo que julgassem mais importantes em suas reportagens (ORTRIWANO, 2002-2003).

O desenvolvimento das emissoras FM no Brasil entre os anos 1970 é elemento fundamental para se compreender a reportagem de rádio no país. A nova forma de transmissão, através de Frequência Modulada (FM), garantiu maior qualidade de emissão de ondas hertzianas em curto alcance. Ainda que o modelo de emissão das FMs tenha surgido nos anos 1950 no Brasil, somente nos anos de 1970 houve uma consolidação, a partir de uma determinação do governo militar brasileiro, que decidiu incentivar esse tipo de transmissão (FERRARETTO, 2000). O rádio de entretenimento voltou a ganhar força, com programações voltadas ao público mais jovem. A qualidade de transmissão da FM intensificou o desenvolvimento de rádios musicais, e a transmissão em Amplitude Modulada (AM) intensificou suas produções jornalísticas.

Neste período, aos poucos, o radiojornalismo começou a galgar espaços na frequência modulada. Conforme Ortriwano (1985), a especialização das emissoras começou a formar novos públicos, e o meio de radiojornalismo, já aliado ao modelo de FM, intensificou a produção de conteúdos específicos e locais.

[...] aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. Foi se encaminhando no sentido de atender as necessidades regionais, principalmente ao nível de informação. Começa a acentuar-se a especialização das emissoras, procurando cada uma delas um público específico. (ORTRIWANO, 1985, p. 21-22).

A década de 1970 fundamentou a relevância do profissional de reportagem dentro da produção de notícias dentro das emissoras que se propunham a fazer radiojornalismo. Conforme Lopez (2010), o repórter era o responsável pela pesquisa e documentação dos seus materiais. De acordo com Ortriwano (2002), os modelos de rádios de *Talk and News* e *All News*⁷ foram experimentados. Este modelo de programação se desenvolveu muito nos anos de 1980, e o corpo de repórteres das emissoras destinadas a este trabalho de apuração aumentou consideravelmente.

O desenvolvimento das tecnologias seguiu influenciando e modificando as formas de produção de reportagem. Nos anos de 1990, começaram a se desenvolver os profissionais multitarefa, capazes, num primeiro momento, de editar sozinho o melhor trecho de suas entrevistas e colocarem no ar. A expansão da internet dentro da sociedade e a imersão gradual das emissoras de radiojornalismo na rede também impulsionaram o surgimento de uma consciência de que o repórter deve assumir diversas tarefas dentro do ambiente de produção. Concomitantemente, as ferramentas tecnológicas foram se aprimorando e oferecendo novas possibilidades para a produção de rádio, criando também as novas demandas de conteúdos. A popularização da telefonia celular incorporou-se rapidamente ao cotidiano dos repórteres de rádio. Se num passado não muito distante, os profissionais precisavam de radio-operadores para realizarem reportagens externas ou utilizavam orelhões, a implementação dos aparelhos celulares deu agilidade e facilidade de transmissão de conteúdos aos profissionais. Atualmente, a evolução tecnológica dos aparelhos faz

⁷ Segundo Ortriwano (2002), a programação *All News* é formada de atrações estritamente noticiosas. Já o modelo *Talk And News* engloba notícias, entrevistas, e comentários. Conforme a autora, os modelos não se apresentam em suas formas puras, mesclando momentos com informação com outras propostas de formatos.

dos *smartphones* ferramenta fundamental para a transmissão, não só de conteúdo em áudio, como também visual, seja com a produção de textos, fotos e vídeos. Rapidamente, os repórteres de rádio, principalmente os ligados ao radiojornalismo, apropriaram-se das novas ferramentas e incorporaram novas funções às suas rotinas. Diante disso, a produção do repórter de rádio, assim como de outros profissionais de imprensa, tornou-se multimídia.

O desenvolvimento de práticas convergentes por repórteres de rádio intensificou-se nos últimos dez anos. A produção de conteúdos para as mais diversas plataformas aumentou, e o desenvolvimento das redes sociais fez com que a notícia propagasse-se de forma mais intensa. A velocidade do rádio incorporou-se a este novo momento, porém os profissionais de reportagem são exigidos em mais funções de forma cada vez mais veloz. Em dissertação que tratava sobre a utilização da plataforma de redes sociais Twitter pelos repórteres da Rádio Gaúcha, a pesquisadora Geórgia Santos (2013, p. 84) afirmou que houve uma “alteração brusca na rotina de produção do jornalismo” na emissora, aumentando assim a carga de trabalho e impactando nos textos produzidos pelos profissionais de reportagem.

Plataformas de transmissão de conteúdos audiovisuais e troca de mensagens como o WhatsApp de forma extremamente simples e ferramentas que permitem streaming de vídeo em tempo real, como o Facebook Live e o Twitter Live. Ao se incorporarem ao cotidiano de produção, essas novas ferramentas incumbem o repórter de rádio a ter conhecimento sobre a utilização dos novos instrumentos digitais e, de certa forma, produzir conteúdos para mais de uma mídia. Mello (2014, p. 257), por exemplo, pontua que “As empresas radiofônicas já se conscientizaram da necessidade de estarem em todos os suportes possíveis, passando do AM ao FM e aos telefones móveis e, enfim, para internet, onde tudo parece terminar ou começar no sentido da abertura de possibilidades”.

A partir da revisão histórica do profissional de reportagem de rádio no Brasil, é possível, com base em alguns autores, estabelecer quais são as principais características do repórter desta mídia na atualidade. Obviamente, todos os preceitos sobre apuração das informações citados anteriormente devem ser levados em consideração. Porém, diante da complexificação da profissão, diante principalmente dos avanços tecnológicos, o repórter da mídia radiofônica incorporou atividades.

Um repórter que cobre um acontecimento para qualquer plataforma deve ter, além de rapidez e versatilidade, capacidade de executar diversos formatos. Esse novo perfil do profissional de comunicação se deve à reconstrução do espaço e das rotinas profissionais propiciadas pela convergência em seus diversos níveis. (LOPEZ, 2010, p. 22)

Esta é a principal modificação recente no cenário de reportagem radiofônica. Entretanto, é necessário recuperar outras qualificações do profissional de rádio. Conforme Prata (2012), a linguagem radiofônica mudou a partir da web, já sendo questionado inclusive a proposta de “linguagem radiofônica” a partir de um campo que convergiu especificidades, como é o caso da internet. Outra característica nova diz respeito à uma “exigência” em se publicar o conteúdo em mais de uma mídia. Não cabe necessariamente apenas produzir conteúdos multimídia, mas publicar e autorreferenciar os demais elementos. Do ponto de vista prático, é plausível admitir que um profissional de reportagem de rádio, ao falar sobre uma determinada ação que está executando, possa também informar aos seus ouvintes que existe um vídeo, uma foto, um gráfico, já postado em uma plataforma.

Prata (2012) diz que até a avaliação do que é notícia dentro de uma nova fase do jornalismo mudou. Citando Lage (1996), Prata (2012) diz que a informação também tornou-se um espetáculo midiático, e o radiojornalismo também está se apropriando deste modelo. Nesta linha, a reportagem ao vivo tornou-se cada vez mais importante, e o profissional deverá estar apto a ter maior produção, e crescimento do improvisado, imediatismo e simultaneidade (ZUCOLOTO, 2012).

De acordo com Jung (2006), “emoção e empatia” são ingredientes fundamentais para uma boa reportagem. O autor, no entanto, compactua com a proposição Sodré e Ferrari (1986), de que é necessário dosar a emoção na hora de emitir um relato, especialmente no rádio, onde o elemento oral faz diferença. Jung (2006) também frisa que estar no local onde os fatos acontecem enriquece a narrativa, e que detalhes, criatividade e originalidade fazem parte de uma boa produção radiofônica. Para Ferraretto (2014, p. 155), o bom repórter de rádio precisa ter “boa capacidade de observação, habilidade de comunicação, sensibilidade, criatividade, busca constante pela própria atualização informativa e sólida formação intelectual”. Do ponto de vista prático, Ferraretto (2014) pontua que, entre outras coisas, o profissional deve se manter bem informado sobre os fatos, fazer uma análise sobre as pautas, equipamentos adequados, ter cuidado em relação à qualidade da transmissão, cuidado com nomes próprios e sua pronúncia, utilização de áudio

ambiente (com parcimônia), entre outras qualidades.

Feito um importante resgate sobre o contexto do repórter de rádio, desde o desenvolvimento da profissão dentro da mídia até os dias atuais, é necessário ainda delimitar aquilo que este pesquisador entende como reportagem de rádio. Ainda que a estrutura e a finalidade sejam puramente informativa, Ferraretto (2014) sustenta que é possível que o profissional de reportagem ingresse no campo interpretativo da execução. Conforme Bomfim (apud FERRARETTO, 2014), existem cinco formas de apuração de notícia: a observação direta (que ocorre no palco dos acontecimentos), a coleta de informações (através de contatos com fontes e assessorias), o levantamento (investigação a partir de outras fontes, que não necessariamente oficiais), despistamento (quando o repórter se coloca em uma determinada situação, sem se identificar, para obter informações) e a análise (que acontece quando o repórter confronta informações colhidas com uma percepção crítica sobre a pauta, apresentando panorama e perspectiva sobre o fato).

3.4 Relações de trabalho

O jornalismo, enquadrado enquanto atividade profissional, começou a desenvolver-se num período iluminista e de Revolução Industrial, acompanhando a consolidação dos jornais impressos no continente europeu. Conforme Ribeiro (1994), as transformações econômicas da época favoreceram o desenvolvimento de uma imprensa de mercado. A complexificação dos espaços urbanos tornava os periódicos importantes espaços de informação e publicidade. Os periódicos, de cunho panfletário e partidário, começaram a dar espaço a publicações que buscavam obter lucro financeiro a partir da venda de notícias. Já na segunda metade do século XIX, o jornalismo era visto como uma atividade capitalista. No Brasil, este processo desenvolveu-se principalmente após a Proclamação da República (1889), quando os periódicos entraram numa fase industrial, e gradualmente, pessoas foram contratadas especificamente para realizar trabalhos jornalísticos (LIMA, 2010). A evolução da imprensa acompanhou o primeiro período de desenvolvimento do Brasil enquanto república. O processo de urbanização e de aparecimento das metrópoles começava a avançar e a busca por informações, assim como ocorreu na Europa e nos Estados Unidos algumas décadas antes, tornou-se cada vez maior. Entretanto, a profissão de

jornalista era vista apenas como um “subemprego”, e tinha remunerações baixas. Conforme Bahia (apud RIBEIRO, 1994), ainda na década de 1920, o encarregado em praticar jornalismo dentro das redações era praticamente inexistente.

Ministros acumulam postos de direção no jornalismo, da mesma forma como embaixadores ou funcionários menores das embaixadas cultivam gratificações dos jornais como correspondentes no exterior. Antes de ser profissão, o jornal em um bico, um subemprego que procura compensar o baixo salário com o prestígio da letra de fôrma. (BAHIA apud RIBEIRO, 1994, p. 32)

Ribeiro (1994, p. 36-37) frisa que, nesta época, os jornais eram uma “atividade-meio” para empresários, que podiam vender informações e opiniões, e um “trampolim” para jornalistas que almejavam cargos públicos ou espaços literários. A imprensa ingressou em um período mais moderno, principalmente durante o desenvolvimento do rádio, no Brasil, nos anos de 1930 (BAHIA, 1964). Entretanto, conforme Ribeiro (1994), o desenvolvimento das técnicas e práticas jornalísticas avançou em descompasso com regulamentações para proteger o novo encarregado de executar funções jornalísticas.

Em 1938, o Decreto-Lei nº 910 (BRASIL, 1938), assinado pelo então presidente da República, Getúlio Vargas, regulamentou a profissão de jornalista. Conforme legislação vigente na época, “Entende-se como jornalista o trabalhador intelectual cuja função se estende desde a busca de informações até à redação de notícias e artigos e à organização, orientação e direção desse trabalho (BRASIL, 1938, ANEXO A). De forma muito incipiente, a legislação afirmava que profissionais de radiodifusão também eram jornalistas. Entretanto, na época, para ser considerado jornalista, era necessário apenas fazer uma carteira de registro no Serviço de Identificação Profissional no Departamento Nacional do Trabalho, no Distrito Federal, e das Inspetorias Regionais do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, nos Estados e Território do Acre. O Governo Federal se compromete, no documento, a criar escolas para preparação de jornalistas. A carga horária definida inicialmente para a atividade era de cinco horas diárias, com possibilidade de realização de duas horas-extras. Em casos de excepcionalidades, o empregado poderia ficar mais tempo, desde que o veículo informasse às autoridades, posteriormente, os motivos da extensão da carga. Não havia indicação de valores mínimos a serem pagos aos profissionais. De acordo

com Ribeiro (1994), as relações trabalhistas criadas a partir da regulamentação da profissão não se desenvolveram de forma vantajosa para os jornalistas.

Os salários profissionais são acertados mediante convênio entre jornalistas e empresas, mas apenas as mais sólidas cumprem o estabelecido. Arranjos de publicidade facilitam alimentação em restaurantes, hospedagem em hotéis, locomoção em transportes internos ou internacionais. (BAHIA, apud RIBEIRO, 1994, p. 37)

Na mesma década, surge o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), órgão público federal responsável pelo controle e censura em periódicos. No Decreto-Lei Nº5480, de 1943, ficou instituído o curso de jornalismo. O documento, no entanto, apresenta poucas características sobre as formas de qualificação daqueles que decidiram seguir a carreira. Em 1969, no auge do período militar, o jornalismo, então vítima das agruras do regime político vigente no país, viu surgir uma legislação mais complexa sobre as suas atividades. O Decreto-Lei nº 972 apresentava classificações quanto às funções jornalísticas. No artigo 6 do documento, a figura do profissional de reportagem torna-se regulamentada (ANEXO B). No mesmo texto, é definido aquilo que é classificado como rádio-repórter.

[[...] b) Noticiarista: aquele que tem o encargo de redigir matéria de caráter informativo, desprovida de apreciação ou comentários;
 c) Repórter: aquele que cumpre a determinação de colhêr notícias ou informações, preparando-a para divulgação;
 d) Repórter de Setor: aquele que tem o encargo de colhêr notícias ou informações sôbre assuntos pré-determinados, preparando-as para divulgação;
 e) Rádio-Repórter: aquele a quem cabe a difusão oral de acontecimento ou entrevista pelo rádio ou pela televisão, no instante ou no local em que ocorram, assim como o comentário ou crônica, pelos mesmos veículos; [...].
 (BRASIL, 1969)

Na época, a legislação comportava as diversas tarefas existentes dentro das redações, separando as funções. Tal como no modelo fordista, as empresas de comunicação ainda buscavam profissionais com conhecimentos específicos em determinadas áreas. Cada agente cumpria uma determinada tarefa. Cabia aos rádio-repórteres a incumbência de colher informações e preparar os materiais para a divulgação em rádio, ou ainda transmitir, através do rádio, informações direto do local do fato. Após a regulamentação do repórter e o reconhecimento da função 'repórter de rádio', surgem novas propostas dentro do meio radiofônico com o objetivo, primeiramente, de segmentar ainda mais as atividades.

Entretanto, o final da década de 1970 marcou também a formalização de uma nova categoria de profissionais capacitados para atuar em rádio, os radialistas. Em 1978, surge a Lei nº 6.615, que regulamenta a atividade. Em 1979, a proposta foi aprovada e decretada pelo país. A ação engloba e regulamenta diversas profissões que já existiam, incluindo aquelas ligadas à área técnica e aos bastidores de produções. Entretanto, a regulamentação também diz que os radialistas são capacitados em interpretação, dublagem e locução de notícias, entre outros itens.

No mesmo ano de 1979, foi promulgada nova regulamentação (Decreto Nº 83.284) para a categoria dos jornalistas (ANEXO C). Ainda que se apresente como mais moderno, texto é muito semelhante ao de 1969, e praticamente não provocou alterações nas ementas sobre notícia e reportagem. Em uma parte do texto, fica expresso que “Em negociação ou dissídio coletivo poderão os Sindicatos de Jornalistas reclamar o estabelecimento de critérios de remuneração adicional pela divulgação de trabalho produzido por jornalista em mais de um veículo de comunicação coletiva”.

3.5 Metodologia do trabalho: o confronto de gerações

Este tópico tem por objetivo especificar os procedimentos metodológicos que serão adotados pelo pesquisador para avançar no estudo e obter resultados. Diante de um cenário dentro das redações de radiojornalismo bastante alterado nos últimos anos em função dos avanços tecnológicos (incorporação do telefone celular como ferramenta indispensável), alterações significativas nos parâmetros de construção de notícias dentro de uma lógica capitalista (enquadramento das grandes emissoras a uma perspectiva mercadológica, e submetendo seus profissionais a essa lógica), e do desenvolvimento de um modelo de reportagem de rádio focado em agilidade e produção para diversas plataformas), o trabalho vai conversar com os profissionais que atuam e já atuaram no centro da produção de notícias: o repórter.

A proposta é estabelecer uma análise entre dois grupos de profissionais através dos discursos apresentados pelos participantes. O primeiro corresponde à aqueles que já não atuam mais no mercado, mas que estiveram presentes em redações e testemunharam os movimentos iniciais das mudanças tecnológicas dentro das empresas de radiojornalismo no Estado entre os anos de 1980 e 1990. O segundo

grupo será composto por profissionais que atualmente estão dentro das emissoras de rádio e têm uma percepção sobre as relações de produção de conteúdos dentro do espectro jornalístico exigido. Para esta análise, serão selecionados três profissionais que atuaram em grandes empresas de radiojornalismo de Porto Alegre entre os anos de 1980 e 1990 e outros três profissionais que atualmente (2017) são repórteres de rádio.

As ferramentas metodológicas implementadas neste trabalho serão a de formação de dois grupos focais (um com os profissionais que atuaram nas empresas, e outro com profissionais são repórteres de rádio) e aplicação de um questionário misto à respeito da profissão. Os participantes serão provocados a repercutir sobre aspectos relacionados à produção de notícias e de conteúdos no passado e no presente, sobre os reflexos da necessidade de produção multimídia dentro das redações, sobre a qualidade e profundidade de jornalismo que se executava e se executa do cenário de dinâmicas multimídia e sobre as relações entre produção de conteúdos, aspirações financeiras e remuneração da categoria.

Dentro dessa perspectiva e das provocações feitas aos grupos focais, será possível estabelecer comparações, a partir da ótica de quem fazia e quem faz, sobre as alterações dentro de diversas esferas relacionadas à produção de notícias. Como já dito anteriormente, a hipótese principal deste trabalho relaciona as mudanças nos processos produtivos dos repórteres à lógica da Economia Política da Comunicação e à passagem do fordismo, em que cada profissional executava uma determinada tarefa, para pós-fordismo, que defende maior flexibilização do profissional na realização das atividades. Obtendo as impressões daqueles que participaram e participam da produção de notícias, poderá ser possível identificar características do fordismo e do pós-fordismo dentro da profissão de repórter de rádio.

4 Conhecendo a metodologia e os grupos focais e compreensão dos discursos

A partir da apresentação das fundamentações teóricas anteriores sobre o profissional e a atividade de reportagem de rádio, parte-se de agora em diante para um segundo momento deste trabalho. Como proposto, foram realizadas entrevistas com dois grupos focais com características similares, porém com uma diferença significativa em relação ao período em que atuaram como repórteres em redação de rádio. Antes de descrever as entrevistas, é necessário apresentar a metodologia empregada neste trabalho.

4.1 Apresentação da Análise de Discurso e das ferramentas metodológicas

A implementação de uma metodologia de Análise de Discurso (AD) já implica em interesse na exploração de reflexões à respeito de um determinado assunto. A resposta ao tema proposto se dá, basicamente, através da interpretação e assimilação de estímulos ou questionamentos. Este trabalho não pretende apresentar os parâmetros históricos à respeito da metodologia escolhida, que é complexa por envolver uma combinação de elementos e significações. Entretanto, é de suma importância referenciar a teoria e apresentar subsídios teóricos que auxiliem na compreensão da proposta da dissertação e aplicação metodológica. Diante disso, o tema será introduzido para garantir maior entendimento sobre o processo.

Conforme Orlandi (2001, p. 15), a Análise de Discurso “não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata de discurso”. O autor defende que essa análise é feita a partir da fala, gerando um movimento de construção de sentido. Além disso, Orlandi (2001, p. 16), “não se trabalha com a língua fechada nela mesma mas com o discurso, que é um objeto sócio-histórico em que o linguístico intervém como pressuposto”. O autor também pondera que aspectos sociais e históricos são relevantes, entretanto, não subsidiam-se sozinhos. Assim, o trabalho da análise de discurso consiste em relacionar a linguagem e aspectos exteriores (sociais, econômicos, culturais, entre outros), extraíndo um viés analítico. Citando Pêcheux (1975), Orlandi (2001, p. 16) pondera que não há um discurso sem alguém que o proferiu, e que essa pessoa inegavelmente têm uma ideologia. Assim,

há uma correlação entre a linguagem expressada apresenta e a ideologia de quem à expressou. Sobre o discurso e exame dos seus significados, Orlandi (2001) frisa que é necessário ir além da proposição básica entre emissor, mensagem e receptor.

Não se trata apenas da transmissão de informação, nem há essa linearidade na disposição dos elementos da comunicação, como se a mensagem resultasse de um processo assim serializado: alguém fala, alguém refere alguma coisa, baseando-se em um código, e o receptor capta a mensagem, decodificando-a. (ORLANDI, 2001, p. 21)

O autor compreende que o processo do exame através da metodologia de Análise de Discurso não pode se dar através da simples captação da informação transmitida. Há um complexo conjunto de significações que é dado, tanto por aquele que emite a mensagem, como por aquele que recebe as informações.

Adentrando no campo de investigação, Charaudeau (2010) apresenta componentes e modos para a situação que geram comunicação. A pessoa que está com a palavra ocupa o centro do campo comunicacional e se propõe a troca de determinada ideia dentro de um espaço com receptores. Charaudeau (2010, p. 71) chega a citar que acaba existindo uma espécie de 'contrato', ligando emissor e receptor. Porém, o autor pondera que esse acordo está sujeito a diversas condições, que se alteram, ou não, conforme as situações.

A primeira dessas circunstâncias diz respeito à características físicas, como por exemplo, o fato de emissor e receptor estarem dentro do mesmo ambiente, ou em um mesmo espaço estarem mais de duas pessoas. Outro aspecto que pode alterar o discurso é o canal onde ocorre a troca de informações. Pode haver mudança na forma de apresentação do discurso se o canal for oral ou se for gráfico. A utilização de mídias, e quais tipos de mídias, também interfere dentro do campo comunicacional.

Além disso, características identitárias dos envolvidos afetam o processo. Conforme Charaudeau (2010), o fato de as pessoas pertencerem a uma mesma raça, sexo, profissão, religião, entre outros, interferem na seleção de palavras a serem explanadas pelo locutor para o interlocutor. O autor frisa que a familiaridade entre os envolvidos na comunicação é outro fator importante a ser levado em consideração durante uma análise. Pela proposta, há significativa diferença entre as formas de interlocução entre duas pessoas caso elas se conheçam e caso elas não se conheçam.

Charaudeau (2010) também pondera as chamadas características contratuais durante a conversação. O fato de haver pessoas ocupando papéis comunicativos determinados ou afeta a forma como ocorre a comunicação entre as partes envolvidas. No caso de uma entrevista, espera-se que um entrevistado assuma o papel de provocar e incitar o entrevistado a responder as perguntas. Nesta perspectiva, e dentro dessa situação, esses são os papéis esperados entre as partes envolvidas.

Partindo do pressuposto que o encontro entre as partes envolvidas ocorre dentro de um ambiente físico e que elas podem conversar oralmente de forma direta, Charaudeau (2010) pondera que aspectos como a entonação, gestos e mímica podem reforçar, ou não, uma determinada expressão. Essa proposta é chamada pelo autor de situação diagonal, porque o locutor está expondo ao interlocutor, ao mesmo tempo em que tem a possibilidade de alterar, corrigir ou completar o texto. A outra circunstância sustentada pelo autor é a situação monogonal, em que os envolvidos não estão presentes fisicamente e precisam de um canal oral ou gráfico para trocarem as informações. Neste caso, Charaudeau (2010) diz que o locutor tem maior capacidade de organizar seu discurso.

Um outro aspecto a ser levado em consideração na Análise do Discurso diz respeito às condições de interpretação da linguagem e do discurso. Neste caso, há um significativo peso entre a forma como as pessoas podem interpretar uma determinada expressão. Palavras, frases e termos considerados claros para quem concede a entrevista nem sempre poderão ser compreendidos por aqueles que interpelam. Sobre isso, Charaudeau (2008) frisa que há linguagens compreendidas dentro de uma mesma comunidade.

O saber que os protagonistas da linguagem constroem sobre os diferentes propósitos contidos nas trocas comunicativas não é ligado apenas às referências ou experiências vividas por cada um deles. Esse saber depende igualmente dos saberes que tais sujeitos comunicantes supõem existir entre eles e que constituem filtros condutores de sentido (CHARAUDEAU, 2008, p. 31)

Dessa forma, conforme a ótica de Charaudeau (2008), para que o membro da conversação responsável por interpretar o discurso envolve aspectos como: (i) o saber do sujeito enunciador; (ii) os pontos de vista em relação aos seus enunciados; (iii) os pontos de vista em relação ao seu sujeito destinatário. A alegação é de que toda forma

de interpretação de um texto ou discurso é uma “suposição de intenção” (CHARAUDEAU, 2008, p. 31). Neste ponto, é necessário fazer referência aos signos dentro do contexto interpretativo. Isso porque os ‘filtros condutores’ citados por Charaudeau são colocados a prova durante a conversação entre o enunciador e o interpretante. Ainda que haja uma estabilidade de sentido da palavra, esse pode ser diferente do original dentro de uma comunicação. O valor conotativo da palavra só pode ser atribuído em caso de conhecimento entre os membros da conversação.

Dentro da perspectiva de Análise de Discurso e do conhecimento comum entre as partes envolvidas, Orlandi (2001, p. 25) diz que a interpretação permite a compreensão a partir de um sentido. Para a autora, “compreender é saber como um objeto simbólico (enunciado, texto, pintura, música, etc) produz sentidos. É saber como as interpretações funcionam. Quando se interpreta já se está preso em um sentido”. Neste aspecto, é de suma importância lembrar que este trabalho baseia-se em um sentido, já apresentado pelo autor, que relaciona o discurso apresentado pelos repórteres ao campo da Economia Política da Comunicação.

4.2 Análise qualitativa e Grupo focal

Dada a apresentação da metodologia que será aplicada para reflexão deste trabalho, é de suma importância apresentar e explicitar a ferramenta a ser utilizada a fim de colher informações para o trabalho. Antes de tudo, há uma necessidade de mencionar que o trabalho está dentro de uma perspectiva metodológica qualitativa. Neste sentido, o pesquisador não está, necessariamente, preocupado com a representatividade apresentada em números, mas sim com um aprofundamento da compreensão dentro de um determinado grupo social. Conforme Silveira e Córdova (2009), a pesquisa qualitativa trabalha com significados e porquê das coisas, já que os dados não são métricos e se valem de diferentes abordagens.

As características da pesquisa qualitativa são: objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências[...] (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 32)

O método qualitativo busca explorar e apresentar informações aprofundadas e com uma ilustração importante. Silveira e Córdova (2009) alertam, no entanto, que o pesquisador precisa tomar alguns cuidados durante o trabalho.

[...]o pesquisador deve estar atento para alguns limites e riscos da pesquisa qualitativa, tais como: excessiva confiança no investigador como instrumento de coleta de dados; risco de que a reflexão exaustiva acerca das notas de campo possa representar uma tentativa de dar conta da totalidade do objeto estudado, além de controlar a influência do observador sobre o objeto de estudo; falta de detalhes sobre os processos através dos quais as conclusões foram alcançadas; falta de observância de aspectos diferentes sob enfoques diferentes; certeza do próprio pesquisador com relação a seus dados; sensação de dominar profundamente seu objeto de estudo; envolvimento do pesquisador na situação pesquisada, ou com os sujeitos pesquisados. (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 32)

Como citado, há necessidade de cuidado em relação ao distanciamento do objeto a ser estudado. Mesmo assim, inegavelmente, a metodologia qualitativa garante proximidade entre o pesquisador e o fenômeno analisado. O enfoque da pesquisa se dá na interpretação e contexto em que os conteúdos são analisados.

4.3 Grupo focal

A técnica de pesquisa de grupo focal tem por objetivo básico a possibilidade de coleta de dados a partir das interações de um determinado coletivo reunido. Segundo Gondim (2003), o modelo técnico posiciona-se entre a observação participante e a entrevista de profundidade. O recurso serve para “compreender o processo de construção das percepções, atividades e representações sociais de grupos humanos.” (GONDIM, 2003, p. 151). Conforme Kind (2004), os grupos focais se valem das interações entre os membros com o objetivo de fornecer informações sobre um determinado tema.

É possível descrever o procedimento como a reunião de um determinado grupo, geralmente em um espaço físico, que interage a partir de estímulos feitos por um mediador. Os dados coletados não levam em consideração somente a resposta do entrevistado, mas também a interação entre os membros que compõem o grupo. Gondim (2003, p. 151) pondera que “os entrevistadores de grupo pretendem ouvir a opinião de cada um e comparar suas respostas; sendo assim, o seu nível de análise

é o indivíduo no grupo”. Assim, uma opinião, mesmo que não compartilhada pelo restante dos membros da discussão, é levada em consideração na hora da análise, porque integra o pensamento do grupo.

O foco não se encontra na análise dos conteúdos manifestos nos grupos, mas sim no discurso que permite inferir o sentido oculto, as representações ideológicas, os valores e os afetos vinculados ao tema investigado. A premissa é a de que os pequenos grupos tendem a reproduzir nos jogos de conversação, o discurso ideológico das relações macrossociais. Eles seriam, pois, uma forma de desvelar este processo de alienação e torná-lo consciente para os participantes. (GONDIM, 2003, p. 151)

Entre os especialistas do tema, não há um consenso sobre o tamanho dos grupos focais, nem sobre sua duração. Debus (1988), as circunstâncias variam conforme o número de membros do grupo focal. Entretanto, é necessário explicitar informações como o tempo de duração dos encontros, gerando uma espécie de contrato inicial com o grupo. O ambiente para a realização do encontro deve ser confortável, propiciar privacidade e estar livre de interferências sonoras. Debus (1988) também destaca que as características do moderador durante a atividade também são fundamentais para o bom andamento do trabalho. Neste sentido, o ritmo do grupo pode interferir no estilo de moderação. De qualquer forma, é preponderante que o responsável por conduzir o grupo precisa estar aberto para a discussão e o acolhimento de posições contrárias de forma respeitosa. Debus (1988) também destaca que um moderador com maior conhecimento sobre o assunto pode garantir maior fluidez às discussões. Kind (2004) salienta que a presença de um observador junto ao grupo focal qualifica o desenvolvimento da atividade, sendo peça fundamental para validar a investigação. Cabe ao observador — ainda que com posição menos ativa dentro da discussão — apontar reações do moderador durante a reunião e analisar as interações a rede de interações.

Gondim (2003) diz que existem três modalidades de grupos focais, todas baseadas em perspectivas teóricas e práticas. As modalidades são exploratórias, clínicas e vivenciais. A primeira proposta visa a produção de hipóteses ou o desenvolvimento de novas ideias e a identificação de necessidades e expectativas. A segunda modalidade (clínica) tem como objetivo a compreensão de crenças, sentimentos e comportamentos, descobrindo projeções, vieses e resistências desconhecidas até mesmo pelos próprios membros. A terceira modalidade é a de

grupos focais vivenciais, em que os próprios processos do grupo são analisados.

Avançando sobre características para o desenvolvimento da atividade de pesquisa via a proposta de grupo focal, há relevância em destacar o guia de temas do trabalho. Para Kind (2004) e Gondim (2003), ter clareza no tema é crucial para realizar uma investigação produtiva. Ainda que haja flexibilidade na discussão, é de suma importância que o moderador consiga introduzir as perguntas propostas. É de responsabilidade do entrevistador também garantir a estrutura da conversação para não perder o propósito. Uma das alternativas é criar tópicos de discussão e pontuar os temas. Para Gondim (2003), “Um bom roteiro é aquele que não só permite um aprofundamento progressivo (técnica do funil), mas também a fluidez da discussão sem que o moderador precise intervir muitas vezes”. Segundo Kind (2004), o guia de temas deve ser flexível para garantir que a conversa transcorra sem a perda do foco sugerido e sem entrar em perguntas que fujam do tema.

O temário é, na verdade, uma orientação, um auxílio para a memorização de questões importantes a ser tratadas. Deverá ser flexível o suficiente para que a discussão transcorra de forma espontânea e ainda assegurar que novas questões possam ser introduzidas. Em termos práticos, elaborar um temário requer que o pesquisador esboce áreas de indagação de acordo com os objetivos do estudo. Em seguida, associadas a cada área, devem ser elaboradas questões específicas. Deve-se ficar atento para eliminar questões que não estejam ligadas aos objetivos. (KIND, 2004, p. 131)

Além da criação de um roteiro com tópicos, é importante delimitar o roteiro de questionamentos a ser feito durante a atividade de grupo focal. Kind (2004) também dá importante contribuição para o desenvolvimento da atividade de grupo focal. Após a introdução, onde o moderador apresenta os objetivos do grupo e regras a serem seguidas, começam as etapas. A primeira corresponde à preparação dos membros do grupo para a atividade. Todos se apresentam, com o objetivo de garantirem alguma relação. Numa segunda etapa, há o debate sobre os temas em grupo. As perguntas geralmente partem de uma proposta mais ampla e concreta para questionamentos mais profundos e abstratos. A terceira etapa corresponde ao encerramento da atividade, com a exposição sintética do que foi absorvido. A quarta etapa se refere à análise e avaliação da atividade, sem necessariamente entrar no mérito do que foi dito. A quinta etapa verifica se os dados obtidos são satisfatórios para se dar início a uma avaliação. Após, é o momento de análise dos dados, que inclui as respostas e

as interações dos membros aos temas que foram lançados para debate.

A revisão de conceituação dos procedimentos metodológicos é de suma importância para que se faça compreensível a dinâmica do trabalho. A elaboração das questões e aplicação das mesmas dentro do grupo focal, bem como o andamento da atividade, seguirão as proposições metodológicas citadas. O objetivo é garantir uma ordem de processos para que a coleta de dados, a partir das conversas com os grupos, que permita uma interpretação dos conteúdos pelo prisma da Economia Política da Comunicação dentro da atual atividade do repórter de rádio.

Após essa explicação metodológica, é chegado o momento de apresentar os grupos focais. O primeiro é formado por profissionais que trabalharam, ou na Rádio Gaúcha, ou na Rádio Guaíba, na década de 1990. O segundo grupo é de uma geração mais nova, e atualmente (2018) trabalha nessas duas empresas. Ainda que a essência da atividade de reportagem seja mantida, características, contextos, discursos e percepções acentuam as diferenças entre as duas gerações.

4.4 Repórteres que atuaram nas emissoras na década de 1990

O primeiro grupo focal foi reunido na noite do dia 4 de abril de 2018, na zona norte de Porto Alegre. Cabe antecipar que a proposta previa que quatro pessoas participassem da reunião. E de fato, quatro pessoas com o perfil indicado foram convidadas a integrar da pesquisa. Entretanto, uma das pessoas requisitadas não pode integrar o grupo focal pois atua em empresa de jornalismo e precisou permanecer no ambiente de trabalho fora de seu expediente. Os demais integrantes convidados compareceram ao encontro. Por fim, enfatiza-se que as opiniões colocadas no texto foram expressas pelos convidados, e representam uma parte significativa da dinâmica. Os diálogos completos do grupo focal estão em Apêndice A.

O primeiro integrante apresentado é A3, 52 anos, ex-repórter e ex-apresentador da Rádio Gaúcha durante a década de 1990 e o início dos anos 2000, trabalhando por mais de dez anos no grupo RBS. Além das atividades na emissora de rádio, ele também trabalhou para o jornal Zero Hora e TV Com. Atualmente, A3 trabalha no grupo Bandeirantes de Comunicação, em Porto Alegre, e apresenta programas de rádio, além de fazer comentários em programas de televisão da TV Bandeirantes. Por algum período, atuou na cobertura do segmento de política.

Outro membro do grupo focal é A1, 62 anos, ex-repórter, ex-produtor e ex-chefe de reportagem e gerente de jornalismo da Rádio Guaíba. Ele começou na Rádio Guaíba em 1991 e permaneceu por mais de 20 anos na empresa localizada no centro de Porto Alegre. Hoje A1 atua como coordenador de comunicação social da secretaria de desenvolvimento social, trabalho, Justiça e Direitos Humanos, pertencente ao governo do Estado do Rio Grande do Sul. Assim como A3, tem relação com a cobertura da área política, apesar de ter feito coberturas de diversas outras áreas do campo jornalístico.

A terceira integrante da mesa é A2, 65 anos, que atuou como repórter durante a década de 1980 e 1990 na rádio Gaúcha. Atualmente, está aposentada das atividades jornalísticas. A2, assim como os demais, atuou significativamente em coberturas do segmento político, mas também trabalhou como repórter da editoria de geral. Ela teve passagens pelo jornal Zero Hora no mesmo período em que esteve atuando na Rádio Gaúcha.

O fato de os três se conhecerem e terem sido contemporâneos de redação e de atividades colaborou para o andamento da atividade. Julga-se necessário destacar, até por envolver o cunho de análise do discurso, que as respostas dos questionamentos geralmente marcados a algum tipo de lembrança sobre os tempos de atuação. O grupo focal teve duração de uma hora e treze minutos. Como citado durante a explicação metodológica, o pesquisador apresentou questionamentos abertos e fechados e provocou os participantes a relatar sobre as rotinas de produção e as percepções sobre a atividade.

4.4.1 As rotinas do grupo dos repórteres da década de 1990

O primeiro aspecto a ser colocado em discussão com o grupo focal envolveu o número de pautas recebidas e executadas diariamente pelos repórteres. Os profissionais afirmaram que eram pautados pelos chefes de reportagem com quatro à seis assuntos todos os dias. Em consenso entre os entrevistados, houve a ideia de que a cobertura setORIZADA fazia com que o um profissional ficasse incumbido de diversas pautas ou repercussões sobre aquele setor durante vários dias. De acordo com A1, “Como a gente ia a fundo, a gente acabava, na primeira pauta, tirando mais duas ou três. Então no final do dia, tu tinha quase dez assuntos diferentes para abastecer os noticiários”. As cargas horárias dos entrevistados eram de cinco horas.

Questionados sobre o número final de pautas e notícias diferentes veiculadas por dia, os repórteres informaram que essas notas variavam entre oito e nove assuntos. Entretanto, A2 ponderou que esse número poderia ser bem menor, conforme o assunto. Segundo ela, em muitas ocasiões, o repórter era incumbido de uma quantidade maior de pautas, mas em outras situações, era responsável por acompanhar um único assunto. Isso não impedia os profissionais de realizarem diversas inserções na programação ao longo do dia atualizando as notícias sobre o tema. Ainda sob esse aspecto, A3 destaca que o número de programas jornalísticos baseados em notícias apresentados pelas emissoras da época fazia com que os profissionais das empresas sempre tentassem encontrar atualizações para manter a emissora em atividade. “Não tinha essa coisa que tem hoje. A gente tinha que sustentar a programação. A Band tem afiliadas pelo país. A Gaúcha tem afiliadas também. A gente não tinha isso. O repórter tinha que sustentar a programação no ar”.

Questionados sobre o tempo em que trabalhavam, os repórteres foram unânimes em responder que ficavam diariamente bem mais tempo do que aquilo que a carga horária lhes impunha. Em média, os profissionais tinham contratos com previsão de cinco horas de trabalho diárias. Todavia, os profissionais asseguraram que era comum permanecer bem mais tempo na emissora. A1, durante sua fala, criticou o modelo de reportagem atual. Ele disse que os profissionais não buscam novas pautas quanto estão no local do fato. “Hoje, o que eu tenho assistido no palácio é que, o repórter vai lá para uma pauta. Ele vai lá, grava o assunto e sai do local só com aquele assunto”.

Um aspecto bastante abordado pelos integrantes do grupo focal é a presença de bons profissionais nos cargos de chefia de reportagem, responsável por distribuir as pautas entre os repórteres e de pauteiro, encarregado de criar e desenvolver assuntos. Os entrevistados relataram que, no passado, havia uma discussão grande sobre as pautas que seriam realizadas ao longo do dia. O chefe de reportagem geralmente explicava pauta a pauta o que poderia ser explorado pelo repórter, repassando experiência e conhecimento àquele que executaria a apuração.

Conforme A1, com o passar dos anos, os profissionais de chefia de reportagem assumiram um papel maior no campo da gestão, e isso interferiu nas discussões sobre a pauta. Já a função de pauteiro deixou de existir, cabendo à chefia de reportagem ou aos próprios repórteres a atribuição de sugerir e formular pautas. Sobre isso, A3 resumiu “eles [os chefes de reportagem] são gestores. O pauteiro sumiu.”

Referente aos métodos de apuração, os repórteres do passado afirmaram que a forma mais utilizada para se obter uma determinada informação era ir até o lugar onde ocorriam os fatos. A apuração por telefone também era bastante utilizada pelos profissionais na década de 1990. Nesse aspecto, uma das provocações feitas pelo pesquisador ao grupo focal era a de saber o número médio de reportagens fora de redação que os repórteres faziam semanalmente. Algumas opções foram disponibilizadas aos entrevistados: uma vez por semana, duas vezes por semana, três vezes por semana ou mais de três vezes por semana. Os entrevistados foram unânimes em responder que saíam para executar reportagens externas todos os dias da semana. A3 comentou que “Lugar de repórter é na rua”, e A2 bradou complementando “Não tem essa de ficar na redação. Lugar de repórter é na rua”. Sobre a estrutura, os profissionais destacaram que tanto a Rádio Gaúcha quanto à Rádio Guaíba tinham entre quatro a seis carros disponíveis exclusivamente para a movimentação dos repórteres.

Além disso, os profissionais destacaram que, aos finais de semana, mesmo que nenhuma pauta externa estivesse prevista, eram realizadas saídas com os veículos das emissoras com o intuito de procurar algum tipo de situação. A1 disse que, frequentemente, ia para a frente do Palácio Piratini aos sábados de manhã sem uma pauta específica, e lá buscava algum tipo de fato que pudesse se tornar notícia. “As minhas fontes eram seguranças [...] Outra fonte minha era um garçom. Uma vez, o garçom entrou numa reunião e passou para mim toda a proposta que o Collares

estava fazendo para a Fessergs [Federação Sindical dos Servidores Públicos do Rio Grande do sul] de reajuste salarial”, disse. A3 complementou dizendo que todos os dias “a gente estava lá”. A2 lembrou que ir ao local era uma forma fundamental para se buscar informações. Em determinada ocasião, ela recebeu uma informação de que voluntários da prefeitura estavam escolhendo e pegando roupas que haviam sido doadas pela população para pessoas carentes vítimas de enchente. “Eu fui lá e vi. E eu só vi que era porque fui lá”, pontuou.

Ainda sobre a relação com fontes, A1 afirmou que fazia contatos por telefone, mas que, em muitos casos, a conversa tinha que ser realizada “olho no olho”, porque a pessoa que detinha a informação nem sempre passaria aquilo por telefone. Neste sentido, os repórteres afirmaram que a presença no local do fato é a forma mais adequada de se conseguir uma fonte ou se obter a melhor informação. O grupo frisou que, ainda hoje, estar no palco dos acontecimentos é fundamental para compreender melhor como as coisas ocorrem, apesar de julgar que isso é menos comum atualmente.

Um aspecto interessante apresentado durante a discussão foi o fato de que, em muitos casos, os repórteres não recebiam nenhuma pauta no dia. Setoristas, especialmente, nem precisavam ir à redação saber sobre o que seria pautado. Ou a conversa era realizada por telefone, ou o profissional de reportagem simplesmente se deslocava ao ponto onde iria buscar as informações, como a Assembleia Legislativa do Estado, Câmara de Vereadores, entre outros. A2 frisou que os chefes de reportagem “sabiam que a gente ia chegar lá, largar a rede e que viriam as matérias. A gente sabia o que tinha lá. Se era dia de comissões, então se sabia que a gente ia trazer matérias de comissão”.

Em relação à temática das reportagens, o grupo afirmou que tinha interesse em cobrir pautas de cunho social, e que atualmente, o perfil das reportagens é mais “oficialesco”, resumiu A2. Para os entrevistados, os profissionais da atualidade não são tão questionadores em relação àquilo que lhes é apresentado pelas fontes oficiais. A3 salientou que havia uma certa indignação do antigo grupo de repórteres em relação aos assuntos. Segundo ele, os chefes de reportagem incentivavam os repórteres a produzir notícias e reportagens que “mexessem com a vida das pessoas”.

Quanto às questões técnicas da atividade, todos reconheceram que o avanço tecnológico facilitou o trabalho da reportagem. No passado, os profissionais se valiam

dos mais variados artifícios para passar a informação no ar. Em alguns locais, onde costumeiramente eram realizadas reportagens, como a Assembleia Legislativa e o Palácio Piratini, os repórteres contavam com cabines que possuíam equipamentos capazes de se conectar à central técnica da emissora, permitindo assim um boletim com boa qualidade de som a qualquer momento. Entretanto, não havia mobilidade dos repórteres no local.

Já nas reportagens externas, os repórteres disseram que precisavam utilizar a criatividade e contar com a capacidade de engenharia dos profissionais da área técnica para realizar boletins. Obviamente, a década de 1990 já apresentava um avanço significativo no campo das telecomunicações. Com isso, segundo os profissionais, as emissoras de rádio da capital gaúcha, por exemplo, utilizavam unidades móveis que contavam com um equipamento para transmissão de áudio.

Outro artifício bastante comum utilizado pelos repórteres nas ruas e lembrado com certa nostalgia ao longo do grupo focal foi o telefone público (popularmente, conhecido como orelhões) para a realização de boletins para as emissoras. O grupo relatou que conseguia, até mesmo, repassar entrevistas gravadas para a central técnica das emissoras, através do orelhão. A1 disse: “eu usei muito orelhão. Porque às vezes, ia para algum lugar e passava até gravação. E as pessoas ficavam indignadas, porque estavam na fila, esperando para falar, e a gente ocupando”. A3 complementou dizendo que fazia enquete através do telefone público, e que muitas vezes, juntava diversas pessoas ao redor do equipamento para entrar no ar ao vivo.

O grupo afirmou ainda que as primeiras vezes em que os integrantes usaram telefone celular ocorreu em meados de 1993 e 1994. A3 recordou que uma de suas primeiras vezes com o moderno equipamento foi durante a cobertura de uma grande fuga de detentos do Presídio Central, em 1994. Entretanto, no verão daquele mesmo ano, já havia feito boletins de trânsito via telefone celular enquanto voava em um planador da Brigada Militar que sobrevoava a Freeway em dias de alto movimento na rodovia.

4.4.2 O multimídia e multitarefa para os repórteres da década de 1990

Além das práticas e rotinas de produção, um ponto bastante abordado dentro

da perspectiva jornalística, durante a realização do grupo com os repórteres que atuaram na década de 1990, envolve a produção de conteúdos multimídia e a versatilidade do profissional dentro do seu veículo, tornando-se um agente multitarefa. Os entrevistados foram categóricos ao dizer que não havia um perfil claro de profissional multimídia naquela época, ainda que já existissem produções para rádio, televisão e jornal.

O primeiro questionamento feito ao grupo focal buscou apenas fazer com que os profissionais explanassem sobre a produção e utilização de materiais multimídia no início dos anos de 1990. O grupo explicou que, além da emissão de voz, a única coisa que produziam eram sonoras, com seus gravadores, artifício totalmente ligado à sistemática de produção de rádio. Conforme A1, “pode-se dizer que não havia profissional multimídia naquela época”.

A3 foi enfático ao dizer que os profissionais do passado eram responsáveis apenas por produzir materiais para o rádio. Ele complementou dizendo “Eu saía e não me preocupava com imagem. Tu fazia rádio, não jornal e nem TV.” Um fato que colaborava para que os profissionais não pudessem produzir conteúdos multimídia era que as primeiras tecnologias do telefone celular não permitiam nada além da transmissão de voz.

De acordo com A3, a primeira vez em que realmente atuou como um profissional multimídia ocorreu em 2003, quando foi escalado pelo grupo RBS para cobrir a invasão dos Estados Unidos ao Iraque. “Foi a primeira vez que fiz rádio, jornal e TV ao mesmo tempo. Eu tomei um tufo, porque trabalhava para todas as emissoras da RBS, e também de Santa Catarina. [...] E ainda tinha a Globo me ligando e pedindo stand up no deserto”, conta ele, que naquele período, atuava em televisão e na Rádio Gaúcha.

Os profissionais frisaram que, na década de 1990, praticamente não escreviam textos. As informações apuradas, em muitos casos, eram ouvidas por redatores que estavam na sede das emissoras e que escreviam os dados que foram colocados ao ar. Em algumas situações, o repórter era consultado, via telefone, por esses redatores, para obter algum detalhe que não tivesse sido totalmente esclarecido durante o boletim ao vivo. A2 ponderou, no entanto, que um aspecto de vaidade dos profissionais, especialmente na década de 1990, fez com que, aos poucos, matérias apresentadas no rádio fossem usadas para o jornal. “O repórter [de rádio], por

vaidade, gostava de oferecer sua matéria”.

Ainda assim, era comum profissionais das emissoras de rádio também serem contratados pelos jornais, já que as empresas pertenciam aos mesmos grupos de comunicação. Os entrevistados foram categóricos, no entanto, ao dizer que produziam materiais para várias mídias diferentes, mas com contratos de trabalho separados e específicos para cada uma das mídias. Sobre isso, A1 disse: “Havia disputa entre os veículos. A TV não queria saber do pessoal do rádio. O jornal também não”. A3 afirmou que, naquele momento do jornalismo gaúcho, não havia um compartilhamento de informações entre os veículos do mesmo grupo de comunicação. Tanto que, mesmo sendo integrantes do mesmo guarda-chuva de empresas, quando uma informação era divulgada pela TV ou pelo jornal, as emissoras de rádio faziam a apuração da mesma forma de um determinado fato. A1 lembrou ainda que cada um dos veículos tinha seus próprios repórteres. A3 classificou o processo de troca de informações entre um mesmo veículo como algo raro, e A2 afirmou que havia uma intensa competição dos profissionais do rádio com os do jornal, e entre os veículos do mesmo grupo.

Os integrantes também sustentaram que a necessidade de produção multimídia da atualidade impede a produção de furos jornalísticos mais frequentes. Conforme A2, “Hoje não tem furo. Tu tens que trabalhar multimídia. Fazendo uma matéria e tirando foto. E já precisa passar para o jornal”. A1 ponderou que as tecnologias acessíveis às fontes também contribuíram para a diminuição de furos jornalísticos. Conforme ele, aqueles que detinham a informação e às repassavam aos jornalistas agora colocam em suas redes sociais dados que são de interesse jornalístico. Assim, a fonte acaba ‘furando’ os repórteres, que apenas editam e replicam o conteúdo.

A produção multitarefa também foi alvo de discussão entre os integrantes do grupo focal. Provocados sobre as atividades que realizavam dentro das respectivas redações, os repórteres afirmaram que dificilmente ocupavam outro posto durante o trabalho. Como eram contratados para aquele cargo, seguiam à risca apenas às atividades previstas para os respectivos cargos, produzindo boletins que seriam levados ao ar por eles mesmos, ou buscando informações que seriam redigidas por outro profissional, que por sua vez, repassava-as ao responsável por levar o assunto ao ar, fosse um locutor ou apresentador.

O grupo afirmou que as estruturas eram rígidas nesse aspecto. Os repórteres nem mesmo montavam as reportagens que iriam ao ar (não era tão comum o repórter entrar ao vivo no ar. As inserções geralmente eram estruturadas e gravadas pelos profissionais, para, posteriormente, serem rodadas levadas ao ar). Conforme os relatos, raras vezes um profissional de reportagem era alçado ao cargo de apresentador, editor ou mesmo locutor. Havia profissionais específicos para cada uma dessas atividades. A3 frisou que antes de ser repórter, trabalhou como produtor, e que havia uma certa 'hierarquia' dentro da redação, sem uma "supressão de degraus" entre uma função e outra. Além disso, A2 pontuou que mulheres jamais ancoravam em emissoras tradicionais como as rádios Gaúcha ou Guaíba naquela época.

Os entrevistados concordaram também que, havia uma necessidade do profissional apresentar um 'perfil', com algumas características para executar certas funções dentro das emissoras. A1 destaca que, com o passar dos anos, profissionais que, no passado, não entravam no ar começaram a fazer inserções pequenas durante a programação. "No início, também não havia uma multifunção. Repórter era repórter, locutor era locutor, redator era redator. Hoje, não. Hoje, os redatores entram e fazem microfone também. Isso não tinha. Depois foi surgindo". A2 complementou que os chefes de reportagem iam ao ar de forma bastante pontual, lendo apenas as manchetes de notícias produzidas pelos repórteres.

4.4.3 Percepção sobre a produção de conteúdos, contratos e remuneração categoria

Ao grupo, também apresentadas perguntas à respeito da percepção da atividade de repórter de rádio no passado e no presente. A primeira pergunta foi propositalmente ampla, com o intuito de abrir o leque sobre posicionamentos, dúvidas e considerações em relação à atividade. O entrevistador fez a seguinte questão: "A reportagem é melhor agora, ou era melhor no passado?". A1 ponderou que o grupo era suspeito para responder algo assim. Todavia, ele deu sequência à manifestação afirmando que no passado havia maior profundidade do repórter na execução das pautas.

Eu nem estou mais em rádio, então posso falar. Acho que nosso período era melhor. Porque a gente ia mais a fundo. Tu vai em uma coletiva hoje, o repórter faz a primeira pergunta, o entrevistado diz o que quer. E terminou a entrevista. E nós, não. A gente ficava disputando e cada um de nós fazia cinco ou seis perguntas (A1, em entrevista)

A3 concordou com a colocação de A1, mas não expressou seu posicionamento a essa pergunta. Em outro ponto da conversa, no entanto, ele concordou que há, atualmente, uma espécie de acomodação dos repórteres, que vão a um determinado local cobrir uma pauta e fazem o que ele definiu como “Cabeça, tronco e membros. Ainda botam uma sonora no meio”, enfatizando uma espécie de fórmula rápida e única para a produção da notícia em rádio.

A2 manifestou-se apresentando um outro argumento para relatar uma suposta perda de profundidade dos profissionais de reportagem. Conforme ela, o apresentador “virou uma vedete, uma estrela, e tira espaço da reportagem. [...] A gente que sabe que o tempo é valioso, que o repórter está lá, com ativista olhando feio pra ele, um soldado que está achando que ele está em um lugar errado”, disse ela.

Ainda sobre a percepção dos antigos profissionais sobre o trabalho dos atuais, durante a conversa, A3 afirmou não ter dúvidas de que, hoje em dia, o “repórter virou um profissional de redação e de telefone”. Ele elencou diversos fatores para esse novo modelo de profissional, que segundo a percepção do grupo focal, sai menos às ruas. “Tem uma questão de custo, uma questão de sistema”, diz ele, referindo-se ao modelo das redações, especialmente ao fato de algumas terem muitos estagiários. A2 rebateu a afirmação, dizendo que a questão financeira não é fator para diminuir a qualidade atualmente, mas não chegou a relatar outros motivos.

O entrevistador voltou a perguntar ao grupo por quais motivos, na concepção deles, os repórteres do presente não saem das redações para realizarem pautas. A3 novamente levou em consideração o aspecto econômico, mas também pontuou um problema de gestão. “O chefe não manda [sair]. Porque tem que gastar com carro e coisas assim”. A1 sustenta que os repórteres não saem em função da quantidade produtiva. “eu acho que o repórter produz mais quantidade dentro da redação do que na rua.” Ainda segundo ele, “As chefias querem mais quantidade hoje. Não muito qualidade”.

Em outro trecho do exercício, o grupo discorreu sobre os profissionais multimídia da atualidade e sobre os modelos de contrato de jornalistas. Os membros

do grupo focal concordaram que o modelo de produção atual não é interessante para o profissional de reportagem, que executa múltiplas atividades. Para A2, “O repórter multimídia é uma forma de pagar menos e fazer mais. De onde fazer foto e fazer vídeo? Não existe isso. Nós não temos um sindicato decente para ir atrás disso!”.

Nesse sentido, o grupo foi questionado sobre as relações de contratos de trabalho com as empresas. Os membros do grupo afirmaram que trabalhavam em mais de um lugar para se sustentar. A1 diz que sempre teve dois empregos “De manhã em algum lugar, e de tarde na rádio”. A2 também teve dois contratos durante os períodos em que esteve no grupo RBS, atuando em um turno na rádio e outro no jornal. A3 chegou a ter três contratos de trabalho com o grupo RBS, já que atuou durante um período atuou como profissional da Rádio Gaúcha, da RBS TV e do jornal Zero Hora. “Eram três crachás e três contratos”, complementa ele. Neste aspecto, salienta-se que esse modelo significava três remunerações distintas, cada uma específica para uma de suas atribuições ou produções. Vai se verificar, no segundo grupo entrevistado, que houve uma alteração desta lógica, visto que a produção de conteúdos para muitos locais não implica em novos crachás, novos contratos e novas remunerações.

4.5 Os repórteres do presente

O segundo grupo focal foi reunido na noite do dia 10 de abril de 2018, na biblioteca da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre. Compõem o grupo quatro repórteres que hoje atuam nas emissoras Rádio Gaúcha ou Rádio Guaíba. Antes do início das perguntas, o grupo foi questionado sobre o fato de se identificar para responder os questionamentos. Houve concordância em não citar os nomes dos participantes na execução deste trabalho para preservar a qualidade das informações e, principalmente, das percepções manifestadas pelos membros. Sendo assim, vamos chamar os integrantes do grupo de B1, B2, B3 e B4. Por fim, enfatiza-se que as opiniões colocadas nesta parte do texto foram expressadas pelos convidados, e representam uma parte da dinâmica da produção. Os diálogos completos do grupo focal estão em Apêndice B.

O integrante B1 tem 32 anos e atua na Rádio Guaíba há nove anos como

repórter. Além disso, ele é responsável pela produção e apresentação de um programa diário. B1 não possui outra atividade que lhe renda salário ou renda. O integrante B2 tem 34 anos e também trabalha há pouco mais de seis anos como repórter na empresa. Atividades de reportagem são combinadas com trabalhos de produção e apresentação de um programa semanal. Além disso, os dois membros também executam funções de locução em alguns noticiários.

O integrante B3 tem 23 anos e trabalha há quatro anos como repórter da Rádio Gaúcha. Ele não tem outra renda além daquela proveniente do trabalho realizado na emissora e atua, majoritariamente, como repórter, apesar de fazer edições de noticiários em alguns finais de semana. O integrante B4 tem 24 anos e desde do início de 2017 atua na Rádio Gaúcha. Ele também não possui renda de outros proventos e é contratado como repórter, apesar de atuar frequentemente em funções de produção para a emissora, e de trabalhar até mesmo apresentando programas em outra emissora do mesmo grupo de comunicação.

Assim como no grupo focal citado anteriormente, fato de os integrantes se conhecerem colaborou para o desenvolvimento do trabalho. Julga-se necessário destacar, até por envolver o cunho de análise do discurso, que as respostas são baseadas nas percepções dos próprios integrantes da mesa. O encontro teve duração de uma hora e trinta e quatro minutos. Foram feitos questionamentos abertos e fechados sobre as rotinas de produção e sobre as percepções em relação à prática da reportagem.

4.5.1 As rotinas do grupo de repórteres de 2018

O primeiro ponto colocado em discussão entre o grupo focal envolveu as práticas e rotinas da atividade de repórter de rádio na atualidade. Dos quatro participantes, B1 e B2 tem contratos com previsão de trabalho de cinco horas diárias de trabalho entre segunda-feira e sexta-feira, além de um turno de cinco horas no final de semana. B3 tem contrato de trabalho de cinco horas, mas possui, em acordo com os chefes, duas horas extras previstas diariamente, além de uma hora de intervalo para refeições. Já nos finais de semana, o entrevistado trabalha oito horas a cada dois finais de semana, em horários e datas estabelecidas pelos gestores. Já B4 tem contrato para atuar seis horas durante a semana. Aos finais de semana, atua em um

dos dias da semana por seis horas.

Questionados sobre o número de pautas que recebiam diariamente, os profissionais afirmaram que, em média, estão previstos três a quatro assuntos por dia. Em alguns casos, o número de apurações chega a até seis pautas, apesar de nem todas se concretizarem como notícia num primeiro momento. Em média, eles afirmam que produzem três notícias por dia. Os integrantes que trabalham no grupo RBS relataram ainda uma situação interessante: eles possuem metas diárias de veiculação de notícias no site da emissora. E conforme B4, esse fato interfere na forma de produção dos repórteres. “às vezes, se eu estou numa semana em que publiquei uma na segunda, uma na terça. Aí na quarta-feira eu preciso duas ou três. Caso contrário, vou ficar muito abaixo da média na semana”, diz o entrevistado. Na Rádio Guaíba, não há metas de publicação de notícias diárias, porém os profissionais afirmaram que, em alguns dias, investem em pautas consideradas não tão atrativas jornalisticamente somente “para fazer volume”.

Os profissionais também foram questionados sobre o número de vezes que saem para realizar reportagens externas ao longo da semana. O grupo respondeu que, em média, realizam trabalhos fora da redação duas vezes por semana. Indagados sobre os motivos que fazem eles saírem em poucas oportunidades, os profissionais alegaram diversos motivos. B3 disse que utiliza muito ferramentas como o telefone e aplicativos de troca de mensagens instantâneas pelo telefone celular para obter informações das pautas. Os demais participantes concordaram que essa é a forma mais comum para a obtenção de informações.

B4 salienta que duas situações a fazem sair da redação: “Ir ao local do fato, ocorre mais quando a chefia propõe, ou quando um fato realmente se impõe”. Para B1, “a investida in loco tem que valer. Eu acho, tem uma questão logística. Se o chefe me liberar para uma pauta, eu perco duas. Tem questão de motorista. Tem que render.” Ainda sobre as reportagens externas, B3 relata que “tem uma cobrança para que a gente saia mais para a rua. Mas os meios para que a gente saia para a rua são muito limitados. Ah, não tem motorista. Será que vale a pena ir e deixar essas duas pautas?”, diz o entrevistado, afirmando, no entanto, que em reuniões de trabalho, os repórteres são incentivados a sair mais. B4 destacou, em um dos pontos da entrevista, que ir ao local do fato poderia render um trabalho melhor, mas também ponderou que já passou por situações em que foi a um determinado local, e uma pauta

prevista, um protesto, na ocasião, não aconteceu, classificando o momento como “um fracasso” em relação à aposta.

Além disso, outros aspectos foram mencionados pelos repórteres para não sair da redação. De forma genérica, o principal motivo alegado pelos profissionais é o custo. O grupo também mencionou que a existência de agências de notícia para alguns assuntos facilita o trabalho. Para B1 “a possibilidade de se obter informação é muito mais rápida! Quem eu sigo diz, bomba na Coreia neste exato momento. Isso leva a reduzir teus gastos e investimentos”. Conforme eles, as equipes de assessoria de imprensa de determinados órgãos disponibiliza informações através de diversos canais como redes sociais ou mensagens para a redação. B4 questionou “Por que eu vou até o Hospital para ver que está superlotado, se o Hospital tuíta todos os dias?”, disse. B1 salientou que, no passado, não havia esse serviço e que, atualmente, os profissionais de mídia que trabalham em algumas empresas ou órgãos públicos já gravam vídeos e até mesmo sonoras para os jornalistas. Em relação ao passado da atividade de reportagem, B1 afirma que “Naquela época, não tinha isso. Então tu tinha que estar lá”.

O grupo concordou, no entanto, que esse procedimento de receber informações direto de equipes de assessoria de imprensa através das ferramentas tecnológicas existentes pode prejudicar a apuração do conteúdo. “A visão acaba sendo a deles”, arrematou B2. B3 disse que a presença no local do fato depende diretamente do que ele chamou de “tamanho da pauta”. Ele frisou que, em uma cobertura como a feita pela empresa durante a visita do então presidente americano Barack Obama a Cuba, em 2016, a presença de um repórter no local foi primordial. No entanto, salientou que “se fosse uma pauta média, eu não sei se valeria tanto a pena mandar alguém”, disse. Ainda sobre a apuração, o grupo concordou que, no passado, por não haver tanta capacidade de obtenção de informações à distância, e isso era crucial para que o profissional estivesse no local. Além disso, eles entendem que a qualidade da apuração era mais refinada pela necessidade de presença no ponto dos acontecimentos. Para B3, a principal diferença entre as produções do passado e as da atualidade em termos de conteúdo estão relacionadas à profundidade e à capacidade de dar sequência a um determinado assunto.

Hoje, o nosso guarda-chuva é maior. Tu consegue falar de mais assuntos e ter um panorama geral. Nos anos de 1980 e 1990, tu tinha mais profundidade

em alguns assuntos. O acompanhamento de um assunto era mais permanente e sequencial. Vários dias o mesmo assunto. Era uma sequência. Hoje, isso acontece menos, mas o guarda-chuva de fatos é maior. (B3, em entrevista)

Também em comparação ao formato existente, os profissionais lembraram que, no passado, repórteres das emissoras de rádio eram encaminhados até mesmo para a cobertura de guerras, algo considerado “utópico” nos dias atuais. Sobre os artifícios técnicos usados atualmente, o grupo foi sucinto e afirmou que dificilmente possui problemas como falta de equipamentos para a realização de reportagens. Segundo eles, utiliza os equipamentos da empresa ou seus próprios aparelhos pessoais de telefone celular, não somente para realizar inserções em áudio durante a programação, mas também para produzir e publicar conteúdos multimídia em plataformas como as redes sociais.

4.5.2 O multimídia e multitarefa para os repórteres da atualidade

Um aspecto significativo da conversa com o grupo envolveu rotinas e pensamentos ligados à produção de conteúdos para mais de uma plataforma e para mais de uma atividade dentro do grupo. O primeiro questionamento buscou saber se todos os integrantes produziam materiais multimídia, como fotos e vídeos e materiais para as redes sociais. B3 destacou que, mesmo quando não está no local, preocupa-se com esse artifício visual, e busca receber algum tipo de imagem de alguma fonte. Vídeos também são produzidos pelos próprios repórteres ou recebidos de fontes, e publicados em redes sociais e nos sites das emissoras.

Os profissionais também afirmaram que, sempre que estão em reportagem externa, produzem esses conteúdos supracitados e ainda são responsáveis por encaminhar um texto redigido à redação para que um editor faça a publicação. Sobre isso, os repórteres repercutiram sobre a construção textual que habitualmente fazem quando estão produzindo uma reportagem. “Não penso no texto de rádio. Eu penso, geralmente, no texto aprofundado para o Online. E nesse meio tempo, vou pegando um resumo para fazer para o rádio”, diz B3. B1 corrobora com a colocação e complementa: “Eu penso no meu texto como uma característica online. Meu texto é de site. Na hora que entro no ar, tento deixar meu texto mais sucinto e objetivo”.

Ainda nessa linha, os profissionais relataram que, pelo fato de saberem que determinado conteúdo será publicado em outra plataforma além do rádio (site, no caso), algumas informações que seriam dispensadas em um primeiro momento são apuradas com o objetivo de incrementar o texto que será publicado na internet. “Hoje, eu fiz essa matéria para o rádio, mas para o jornal, é importante que tenha tal coisa que para a rádio não faz a menor diferença. Aí tu vai atrás apurar: preciso de aspas para a matéria do fulano pra essa matéria. Então é diferente”, afirma B4. Sobre isso, B2 diz que, em pautas que considera mais longas, busca produzir um texto maior e colocar aspas, “como se estivesse entregando para o jornal”.

Além disso, todos os profissionais ouvidos afirmaram que utilizam as redes sociais para difundir os conteúdos produzidos, especialmente o Twitter. Além disso, uma prática que começou a ganhar espaço dentro do segmento de radiojornalismo é a que utiliza a ferramenta de transmissão de vídeos em tempo real para as redes sociais. Conhecido entre os repórteres como “Live”, os vídeos frequentemente são utilizados pelos profissionais que atuam nas duas emissoras. Os repórteres da Rádio Gaúcha alegam, inclusive, que diversas vezes, quando estão realizando uma reportagem externa, e são chamados para realizarem, de forma simultânea, transmissão de áudio e de vídeo. Sobre a transmissão em vídeo durante a apuração, B4 ironizou: “Eu precisava de um assistente para fazer o Live”. Já os profissionais da Rádio Guaíba não utilizam, com frequência, esse sistema. Todavia, B2 diz que algumas vezes já fez transmissões em vídeo por conta própria durante reportagens.

A gente não tem obrigação de fazer live. Às vezes eu fazia pelo meu próprio Facebook, gastando internet. Só que às vezes eu esquecia de atender o próprio telefone da rádio. Mas eu trabalho para uma rádio! Eu estou fazendo um vídeo e agora que o bicho está pegando, eu tenho que entrar no ar. Tem algo errado. (B2, em entrevista)

A produção multitarefa também foi abordada durante a realização da pesquisa. Apesar de todos se intitularem repórteres e serem contratados para esta função, praticamente todos atuam ou na função de editor, ou de apresentador, ou de produtor de notícias em algum momento durante a semana ou aos finais de semana. Nesse sentido, o grupo foi categórico ao dizer que a versatilidade de produção multimídia e multitarefa é primordial para quem quiser entrar no atual mercado de trabalho. Conforme B4, “o cara que é bom só no ar não tem mais espaço”. B3 corroborou com

a colocação e complementou afirmando que “quem está lá [nas redações] e tem essas funções absolutamente específicas são pessoas da escola antiga. Todos os mais novos são multitarefa”. B1 destacou que profissionais do passado teriam dificuldade diante das novas demandas “Se a gente pegar um repórter de rádio da velha guarda e ele fizer uma pauta com a gente, coitado! Ele vai tomar um pau da gente. Daqui a pouco, ele vá apurar bem melhor. A voz dele e o texto serão bem melhores. Mas vai tomar pau da gente”, disse ele, indicando com a mão o telefone celular que portava.

O grupo também foi questionado sobre contratos para a produção de conteúdos multimídia e multitarefa. Os dois participantes da dinâmica que integram o grupo RBS afirmam que possuem contratos do gênero, com previsão de contratos multitarefa. Entretanto, isso não representa um acréscimo salarial a eles. “No nosso contrato, consta que a gente pode trabalhar para qualquer veículo de comunicação do grupo. Os direitos são todos deles. Sem a necessidade de pagamento extra” (B3, em entrevista).

Os integrantes da Rádio Guaíba afirmaram não terem um contrato específico para produção de notícias multimídia, mas mesmo assim, produz materiais para o site da emissora. Os conteúdos são replicados, muitas vezes, para o site do jornal Correio do Povo, pertencente ao mesmo grupo jornalístico. Um dos participantes chegou a afirmar que isso ocorre de forma quase que colaborativa. Sobre os usos de redes sociais, um dos repórteres da Rádio Guaíba afirma que faz, não necessariamente por uma imposição da empresa, mas por ser de uma geração de profissionais que está atuando de forma diferente. “O mercado, de maneira subjetiva e intrínseca, me diz que eu não posso só ficar atrás do telefone. Eu sou de uma nova geração e ela, genuinamente vai atuando de outras formas. A gente sofreu uma mutação. A gente foi introjetado para funcionar dessa maneira” (B1, em entrevista).

Diante das dinâmicas de produção multimídia e multitarefa relatadas, o grupo foi indagado sobre questões referentes à apuração das informações durante as pautas. Os participantes concordaram que há prejuízo no levantamento e conferência de dados e conteúdos devido à necessidade de elaboração de conteúdos para diversas plataformas.

Cada vez mais a gente está multimídia, A gente atua em várias plataformas. A gente atua em site, jornal, impresso, vídeo. Só que ao mesmo tempo, isso dificulta o meu trabalho. Por quê? Um exemplo: anúncio do governador. Estou

eu com um colega da Gaúcha e da Band ao meu lado. Eu não vou tomar deles, já que estou no mesmo lugar deles” Então é foto e é vídeo. Eu estou perdendo informação [...] É muita coisa para abastecer e eu perco a minha fonte falando. Eu queria ser um cara de impresso. Eu ia comer muito mais. (B1, em entrevista)

Os demais repórteres concordaram com a afirmação e destacaram que, de alguma forma, tentam equalizar a produção multimídia com a apuração de notícias. Um dos entrevistados afirmou que, em algumas pautas, para conseguir apurar de forma mais adequada, não realizou, propositalmente, alguma das funções multimídia. “Eu esqueci”, disse ele, fazendo um sinal de aspas com as mãos. Os entrevistados relataram que, apesar das novas demandas, já relataram às equipes de produção multimídia que, em alguns casos, não poderiam executar todas as tarefas para prestar atenção às informações que estavam sendo divulgadas.

[...] eu retrocedi um pouco, de produzir vídeos e fotos. Só se o pessoal está me pressionando para entrar no ar. Eu tuíto menos, faço menos vídeos. Para conseguir prestar menos atenção. [...] Eu fui a uma coletiva em Novo Hamburgo. Foi enlouquecedor. Eu queria transcrever tudo. Cada minuto era uma informação nova e eu queria anotar tudo. Eu parei de tuitar. Depois eu tinha que fazer um texto para o site. [...] Nesse dia, eu abdiquei de tuitar, mas anotei tudo que eu queria. Depois um monte de gente disse: tu mandou muito bem. Resumi em três ou quatro tuítes. Desisti porque não ia ter como. Minha pauta não ia ser tão bem-feita [...] Quando afeta a apuração, eu digo ‘gente, eu não vou conseguir fazer’. (B4, em entrevista)

Um dos entrevistados ponderou que, apesar das dificuldades enfrentadas pelos profissionais atualmente, a atividade não deve retroceder em relação às práticas. Outro dos participantes concordou e disse não fazer mais sentido que um profissional que apurou uma reportagem para o rádio não produza também um texto para ser publicado no site da emissora. Por fim, questionados se as atividades multimídia são positivas ou negativas para a reportagem de rádio, um dos profissionais disse que a mudança ‘amplia as oportunidades de trabalho’. Ao mesmo tempo, entende o novo processo é “natural enquanto as mudanças estão acontecendo, mas explorada pelas empresas que abusaram dessas oportunidades de integração para diminuir o pessoal e ampliar a vitrine”, finalizou.

4.5.3 Percepção sobre a produção de conteúdos, contratos e remuneração categoria

Assim como no exercício com os repórteres do passado, o grupo mais novo também foi questionado quanto à percepção dos conteúdos que produzem, relações trabalhistas e sobre remuneração. No primeiro ponto, os profissionais foram confrontados sobre a qualidade das pautas que realizam. O grupo é bastante plural em editorias de produção de reportagem, mas considerou, de forma geral, que algumas pautas são muito rasas. B2 afirmou que “se tivesse mais tempo, poderia fazer mais coisas bacanas”. Já B1 relativizou a situação, afirmando que a qualidade da produção está muito ligada à característica da mídia, e que apesar de tudo, sente-se satisfeito com o material produzido.

Eu trago as minhas sugestões de pauta. Eu já chego antes pra produzir a minha matéria. [...] Algumas saem meio a bangu. [...] Ao mesmo a gente trabalha num meio online. Tem uma característica. Eu não trabalho numa revista Piauí, com deadline, com espaço bem maior. Mas dentro desse perfil online de site e de rádio, que é mais sucinto. (B1, em entrevista)

Outros integrantes do grupo concordaram com a colocação e disseram não se sentir frustrados diante das atividades. B4 lembrou de uma reportagem que fez, recentemente, por telefone, sobre uma escola que estava sem aulas por falta de professores em Porto Alegre. Poucos dias após a publicação, as atividades foram retomadas. Conforme o entrevistado, as matérias que produz não vão mudar totalmente a vida das pessoas. Entretanto, um integrante da mesa interpelou a fala e disse que B4 “fez diferença, com apenas três parágrafos”.

Os profissionais também foram questionados sobre a concepção do trabalho dos repórteres de rádio de hoje e do passado. Um dos entrevistados afirmou que os profissionais do passado tinham maior capacidade de apuração e repassavam mais conteúdos do que os da atualidade.

Eu não sei se era melhor ou pior. O radiojornalismo do passado ganhava em conteúdo na comparação com o jornalismo de hoje. Tinha uma questão muito importante. Tudo era acompanhado in loco, e isso muda muito, em cobrir uma pauta na assembleia, na Câmara de Vereadores ou na prefeitura e fazer isso apurando por telefone.. O mínimo deles era estar lá com o gravador. Então a

possibilidade de estar in loco amplia muito a possibilidade de fazer. (B1, em entrevista)

Diante disso, o grupo foi questionado se o aspecto financeiro pesa na decisão deles de executar uma pauta in loco ou não. Os profissionais afirmam que o principal responsável por decidir se é viável ou não executar uma atividade no palco do acontecimento é chefe de reportagem. Entretanto, o grupo concordou que, de forma geral, o valor-notícia se impõe à questão financeira. “Eu acho que quem pensa nisso antes de mim, é meu próprio chefe. Ele coloca na balança antes. Se ele abrir um flanco para eu sustentar a investida, sim. Mas eu coloco um pouco em consideração”, diz um dos entrevistados. Indagados se eles pensam no custo de uma reportagem externa, os repórteres, de forma geral, afirmaram que sim. Um deles salientou que acredita que os responsáveis pela empresa “não vão querer gastar”.

Após saber das rotinas dos profissionais em relação ao número de pautas executadas, novamente foi tratada a questão sobre a satisfação com a quantidade de publicações. O grupo focal foi confrontado sobre a relação entre qualidade e quantidade e suas preferências. “O meu chefe talvez prefira duas. Mas eu prefiro fazer uma”, disse um dos participantes. Outro afirmou de forma mais ponderada, que “O chefe de reportagem quer que dê conta de tudo. Mas o pessoal que está no ar talvez queira uma história boa, com várias repercussões”. Outro participante interrompeu dizendo que, às vezes, é preferível fazer uma reportagem com melhor apuração e outra com pior, para dar conta das demandas, seja de reportagem, seja de outro cargo. “Tu também te submete a fazer as coisas tão na pressa, correndo[...] Eu fecho matéria no intervalo, ou quando faço uma entrevista gravada. Eu estou falando com uma pessoa e digo, obrigado. E depois estou de volta para o ar. Eu disse até para o estagiário, que perigo essa matéria ir ao ar!”, apontou um dos entrevistados, relatando que escreveu o texto em um minuto e meio.

O grupo também foi estimulado a falar sobre a produção jornalística e sua relação com um contexto profissional conectado à internet. Um dos entrevistados disse que a empresa em que trabalha aposta muito nesse ramo digital, e por isso, também se pauta por conteúdos que são bastante acessados no site da empresa. Assim, avançou-se no tema perguntando se o profissional de reportagem enxerga aquilo através de um viés econômico: “Eu acho que a empresa pensa. Mas eu não penso assim. Eu penso que algo vai bombar”, diz B4. B3 disse pensar de forma

semelhante, mas também já foi informado de que o conteúdo que produzia interferiu de forma financeira a empresa que trabalha. “Esses dias, me avisaram que uma matéria que eu fiz rendeu 15 assinaturas para a empresa. E era uma dessas. Eu nunca penso se isso vai dar dinheiro ou não”, disse. Nesse sentido, B4 afirmou que a empresa já pediu que ela retirasse um vídeo publicado de forma aberta em uma rede social para que o material fosse disponibilizado apenas no site do grupo. “E não pode mais colocar no twitter, porque tem que colocar no site, para que a pessoa pague para ver teu vídeo [...] Nesse caso, diretamente você está vendo isso”.

Já os integrantes do outro grupo de comunicação, ao serem questionados se produção do material multimídia é um produto para que as empresas tenham volume nas demais plataformas, gerando assim faturamento, afirmaram não saber exatamente qual é a política da companhia em relação ao trabalho digital. Conforme B2, “É tudo muito atrasado. É um caso à parte. O grupo não está nem aí.” B1 relativizou essa situação afirmando que os conteúdos produzidos para as demais mídias auxiliam o grupo na obtenção de novos patrocinadores. “Não se fecha mais contrato só de rádio. Eu quero saber quantos cliques tu vai ter no facebook, o que vai ser colocado no Twitter ou Instagram. Se fecha contrato assim agora”, afirma B1. Todos concordaram, no entanto, que a partir da relevância nas redes sociais, as empresas conseguem gerar publicidade e captar recursos junto a patrocinadores.

O grupo também foi estimulado a falar sobre suas percepções em relação aos salários. Como já citado anteriormente, dos quatro membros deste grupo focal, somente um trabalha em outro emprego além da emissora. A pergunta feita ao grupo foi “O salário condiz com aquilo que vocês executam, e diante da do compromisso jornalístico em produzir um material de qualidade, vocês acham que deveriam receber mais ou menos?” O grupo foi unânime ao responder que gostaria e deveria receber vencimentos maiores. Um dos entrevistados destacou que, para realizar a atividade de repórter de rádio, é necessário ter muita responsabilidade com a informação. Para B2, deveríamos ganhar um pouco mais para ter sempre o comprometimento de não colocar no ar”. B1 foi além e criticou as atividades multitarefa. “A gente deveria ganhar mais, até por um acúmulo de função. É um absurdo, eu ganho piso de jornalista. Nesse acordo, me dão algumas horas-extras.”

Ainda sobre a percepção em relação a salários, os profissionais entendem que as empresas em que atuam teriam capacidade de lhes pagar um vencimento maior.

Um dos entrevistados resumiu o sentimento do grupo afirmando que poucos profissionais realmente têm salários altos dentro das emissoras. “tem uma massa de trabalhadores que mantém os programas no ar, que ganham uma miséria, e se submetem a isso porque se não fizer, outro vai querer. E realmente, tem um monte de gente na fila do pão. Mas a gente ganha pouco porque se submete, e vai continuar se submetendo”, disse B2, complementando haver uma falta de profissionais contratados e, conseqüentemente, uma falta perda de conteúdos.

Os jornalistas criticaram o sindicato da categoria, responsável por auxiliar no trabalho de intermediação de valores e contratos entre os profissionais e as empresas de comunicação. Mesmo assim, frisaram que os próprios repórteres acabam se submetendo ao que o mercado acaba impondo. “O problema é que a gente vai aceitando isso também. Na verdade, a culpa é nossa. Tem pressão das empresas sobre o sindicato, que não tem grande atuação. A culpa é nossa porque aceita e se submete”, disse B2. Entre os motivos que fazem os profissionais se conformar com as ofertas está o argumento apresentado pelas empresas de que trabalhar em determinada emissora ou grupo de comunicação é como “estar na vitrine”, para ser ouvido por um grande número de pessoas.

Ao mesmo tempo, o grupo concordou que sente-se apenas como uma ferramenta dentro de uma engrenagem para a produção de notícias. “Eu sou uma peça”, disse um dos entrevistados. Outro complementou afirmando que “ninguém é insubstituível” dentro dessa dinâmica. Os jornalistas também compreendem que, em muitos casos, a reportagem produzida trata-se de um produto. Nosso trabalho é o produto da empresa. A empresa existe porque faz jornalismo”, disse B3. Já B4 afirma esquecer que alguém está pagando por aquele conteúdo. Questionados se identificam que, em algum momento, a pauta que produzem e executam pode ser vista como um capital econômico, os membros dizem perceber, mas somente em alguns casos. “Eu fui cobrir uma pauta 500⁸, e eu não entrei no ar. Eu não sabia que era. Cheguei na redação e disse: essa pauta não valia a pena. Não tinha porque eu ter ido lá. Aí me olharam e disseram: mas era uma pauta 500”, comentou um dos entrevistados.

⁸ O termo ‘Pauta 500’ é um jargão jornalístico usado pelos profissionais para nomear reportagens encomendadas por empresas ou setores interessados em um determinado assunto ou em propagar uma determinada ideia. Uma quantia é paga ao veículo de comunicação para que esse aborde o tema em sua grade de programação. O tom da reportagem geralmente é positivo, com o intuito direto de agradar o cliente.

Outro participante disse que se sentir um “imbecil” ao ter que realizar reportagens do gênero. B2, por exemplo, destacou que existem pautas que conseguem unir o viés econômico ao interesse social e do público, citando como exemplo a feira de agronegócio Expointer, que ocorre anualmente no Rio Grande do Sul.

Eu sabia que era tudo pago, mas era um evento que muita gente vai, que se pode pegar muita coisa boa. Milhares de pessoas vão lá. Tem pautas políticas, de economia. A Rádio recebe por isso e eu não recebo nada. Se existe esse evento, é sinal que é importante pelo estado, e tem um caráter jornalístico. (B4).

Antes de entrar no mérito analítico do trabalho, cabe destacar uma diferença clara entre os dois grupos focais: o contexto das empresas de comunicação. Nas décadas de 1980 e 1990, Rádio Gaúcha e Rádio Guaíba disputavam a liderança do segmento radiofônico de notícias do Estado. Havia uma certa equiparidade entre as rotinas e formas de produção, comparando-se ao que ocorre atualmente, em que a Gaúcha assumiu um protagonismo substancial em relação à concorrente. Sendo assim, percebe-se claramente que as atividades dos profissionais do passado era similar nas duas emissoras. Atualmente, a discrepância de audiência e de estruturas provoca diferentes culturas de produção. Mesmo assim, é possível dizer que a maioria das práticas e anseios ainda é partilhada entre os repórteres das duas empresas.

5 Uma análise da atividade de reportagem de rádio com base na EPC

Feito o embasamento teórico referente ao desenvolvimento da atividade de reportagem, aos avanços econômicos, sociais, políticos e tecnológicos, à apresentação da metodologia a ser usada, e as respostas apresentadas pelos grupos focais, este capítulo visa correlacionar aspectos da Economia Política da Comunicação ao cenário atual da reportagem de rádio. Para facilitar a divisão dos temas tratados, sua apresentação e, posteriormente, sua análise, assim como no capítulo anterior, foram elencados três tópicos principais: rotinas de produção, atividades multimídia e multitarefa e percepção sobre a produção de conteúdos, contratos e remuneração categoria.

Analisa-se aqui o repórter de rádio sendo moldado, ao longo dos últimos anos, por um modelo organizacional com características pós-fordistas. Como parâmetro, vale-se das características e das percepções de profissional já atuaram no campo de reportagem radiofônica em períodos anteriores. Como já citado em outra oportunidade, o presente texto não busca estabelecer uma comparação de qualidade entre os profissionais e os conteúdos do passado e os atuais, mas examinar, sob o prisma da EPC e sob os parâmetros de como a atividade era, como determinadas movimentações macroestruturais acabaram ‘respingando’ no profissional de rádio e no cotidiano de produção.

Fonseca (2008) sustentava que reestruturação dos processos a partir de uma nova ótica de produção afetava o jornalismo enquanto atividade social. Com o avanço de tecnologias nos últimos anos, demandas e as crises do capital, alguns processos se aceleraram e transformaram a atividade de reportagem radiofônica. Sustenta-se aqui a concepção de que o pós-fordismo se consolidou dentro da profissão de repórter de rádio, e que isso se manifesta diante de rápidas mudanças viáveis graças aos avanços tecnológicos e, principalmente, a utilização de novas ferramentas tecnológicas em prol do capital econômico empresarial. Em contrapartida, coloca-se em discussão também como esse modelo que parece ter uma formatação mais consolidada está afetando a prática dos profissionais de rádio da atualidade, em relação aos seus pares que atuaram no final do século passado. Assim, buscaremos apresentar um retrato e uma reflexão do que a atividade é para aqueles que hoje atuam nela, sem perder o lastro com aquilo que foi construído e executado por ex-

repórteres.

5.1 Sobre as rotinas de produção a partir da EPC

O primeiro aspecto a ser examinado diz respeito aos hábitos e práticas de trabalho adotados pelos participantes dos grupos envolvidos. Em relação ao número de pautas recebidas e executadas, por exemplo, percebe-se claramente uma mudança no padrão de distribuição de conteúdos a serem apurados pelos repórteres em relação àquilo que já foi. Atualmente, os profissionais recebem um número menor de assuntos para apurar, o que poderia, num primeiro momento, transparecer como algo contraditório, levando em consideração que hoje existem mais tecnologias para a apuração de notícias à distância. Todavia, uma leitura que pode ser feita na relação entre um período e outro é a valorização das empresas à presença em mais de um ambiente midiático, mesmo que isso signifique um número menor de reportagens.

A escolha feita pelas corporações acaba, em uma última análise, sendo praticada por aqueles que estão na ponta do sistema de produção: os repórteres, e neste caso específico do estudo, os repórteres de rádio. Fonseca (2008, p. 289), ainda de forma desconfiada sobre a pesquisa feita no final dos anos 2000, já identificava que o jornalista deixava de ser um “intérprete da realidade social” e “mediador” para se tornar um “produtor de conteúdos”, capaz de aliar as competências jornalísticas às estratégias de mercado.

Trabalhando ainda sobre este aspecto, é possível embasar essa concepção no campo teórico da acumulação flexível ou pós-fordismo a partir do conceito de Harvey (2001) em relação à compressão do Espaço-Tempo. Conforme o autor, o modelo de superação do fordismo implementou novas formas organizacionais e novas tecnologias de produção. “Para os trabalhadores, isso implicou em uma intensificação dos processos de trabalho e uma aceleração na desqualificação e requalificação necessárias ao entendimento de novas necessidades de trabalho” (HARVEY, 2001, p. 257). Neste sentido, o autor defende que houve uma racionalização das técnicas de produção e distribuição, com maior velocidade de circulação em mercados.

Retomando assim o pensamento sobre o espectro do objeto da pesquisa, não é de todo errado dizer que houve um processo racional por parte das empresas em diminuir a carga de pautas dos profissionais de radiojornalismo (porém, isso não

implica em uma diminuição de trabalho). Pode-se interpretar, sob esta linha de raciocínio, que a distribuição de pautas foi guiada por demandas mercadológicas estabelecidas dentro de um contexto pós-fordista, especialmente a caracterizada pelo modelo operacional conhecido dentro do campo econômico como 'Just-In-Time'. Nessa proposta, não há uma necessidade de produção em larga escala e uma otimização das atividades dentro do sistemas. Todavia, a compressão Espaço-Tempo apresentada por Harvey (2001) também pode ser apreciada sobre um outro ângulo, a partir de novas tecnologias e seus usos (tema que também será examinado e analisado neste texto).

Um aspecto curioso da pesquisa que tem relação direta entre o fordismo e o pós-fordismo diz respeito à carga horária dos profissionais. Os repórteres que atuaram nas emissoras nos anos de 1980 e 1990 foram unânimes em responder que as jornadas de trabalho sempre excediam os limites previstos em contrato, ainda que o Fordismo fosse marcado por uma característica de rigidez em relação ao controle de horas trabalhadas. Além disso, Fonseca (2008) relatou em seu texto a reclamação de repórteres afirmando que não havia um controle do ponto eletrônico, equipamento utilizado para identificar horários de entrada e saída dos profissionais, o que poderia ser visto como uma certa flexibilidade por parte da empresa. Todavia, os profissionais da atualidade relataram haver uma preocupação maior dos gestores em relação a isso. Este cuidado foi relatado, principalmente, pelos profissionais da Rádio Gaúcha, que atuam nos mesmos horários e raramente excedem às cargas de trabalho, havendo compensação com folgas, caso necessário.

Já os profissionais da Guaíba também possuem sistema do ponto, mas que são feitas algumas correções manuais aos registros, o que pode ser visto de duas formas: como uma desorganização, ou também como uma forma de flexibilização das jornadas diante das necessidades do funcionário e da empresa, servindo neste caso, muito mais à empresa do que ao trabalhador, já que o último nem sempre é remunerado da forma adequada, seguindo somente um lado do Laissez-Faire.

Um outro aspecto apresentado e que pode ser correlacionado ao pós-fordismo e à compressão Tempo-Espaço diz respeito à profundidade dos conteúdos. Harvey, através de um quadro (2001, p. 301) destaca que a efemeridade tornou-se uma característica do período pós-moderno. Há uma maior necessidade de comunicações precisas e mais rápidas diante da compressão do Tempo-Espaço. Neste sentido, há

um consenso entre os dois grupos de que as reportagens dos profissionais do passado tinham mais profundidade e mais conteúdo. De forma mais ampla, cabe destacar que a efemeridade e a superficialidade e a produção em pequenos lotes de informação tornou-se mais importante do que o aprofundamento, especialmente no gênero informativo que é trabalhado dentro das redações radiofônicas.

Quando A1 diz, durante o grupo focal, que os profissionais da atualidade vão a uma determinada pauta e fazem uma única pergunta, é possível identificar, a partir da Análise do Discurso, que ele está criticando esse modelo, que não aparenta ser tão questionador e confrontativo, quanto fora no passado. Isso se reflete diretamente na produção da notícia, que tende a ter uma menor capacidade de esclarecimento. Ao mesmo tempo, o autor identifica que a narrativa perde espaço para a imagem, algo claramente perceptível na relação entre a produção multimídia profissional do passado e do presente. É fundamental ressaltar que o trabalho não se debruçou sobre um estudo mais preciso à respeito da profundidade do conteúdo, valendo-se da percepção daqueles que fazem e daqueles que fizeram a reportagem de rádio. Além disso, os profissionais do passado acreditam que a necessidade de os chefes de reportagem também serem profissionais incumbidos de mais funções de gestão, o que implica em uma perda na interação com o repórter e com a pauta.

Outro fator que corrobora com uma perda da profundidade durante a rotina de produção é a queda da apuração *In Loco*. Conforme Lage (2001), “o repórter está onde o leitor, ouvinte ou espectador não pode estar”. Consultados, os profissionais do passado afirmaram que saíam diariamente. Já os repórteres da atualidade saem somente cerca de duas vezes por semana. Sendo assim, dentro de uma perspectiva de que o repórter já não está com tanta frequência no local dos fatos, coube a este trabalho tentar elencar os aspectos que levam a esse movimento. O primeiro aspecto identificado, e não necessariamente o mais importante, é o econômico. Neste sentido, o pesquisador entende que a otimização das ações dentro da empresa é levada em consideração na hora de decidir se uma reportagem será, ou não realizada *In Loco*. A otimização, por sua vez, é característica evidente dentro do pós-fordismo, que como já citado, não trabalha com uma produção em escala, mas com uma racionalização e flexibilização de todos os procedimentos. A percepção dos repórteres é que a apuração à distância pode sim trazer prejuízos ou perda de conteúdo, mas dentro desta perspectiva de viés organizacional. Isso é, de certa forma, calculado por aqueles

que gerem os repórteres. Entretanto, os profissionais do passado e do presente compreendem que o valor-notícia é o principal elemento capaz de definir se o repórter sairá ou não para a pauta.

Um segundo aspecto identificado está relacionado às tecnologias e suas colaborações para a telecomunicação. Assim, se o profissional já não vai mais ao local do fato, ele obtém, com extrema velocidade, através dos mais diversos dispositivos móveis e canais, as informações que precisa. Com isso, as redações garantem, num primeiro momento, a agilidade suficiente para examinar se é ou não necessário sair para realizar uma pauta. Todavia, Lopez (2010) adverte que “o uso das tecnologias pelo jornalista que atua em redação convergente não deve sobrepujar o valor da notícia, da apuração e da verificação”. Entretanto, percebe-se que, em alguns casos, por motivos dos mais variados, a apuração é feita somente por telefone ou através de aplicativos de troca de mensagens. Neste sentido, uma das argumentações apresentadas pelos repórteres é a de que sair para realizar uma reportagem externa pode inviabilizar a produção de um número maior de reportagens a partir da redação, o que poderia não ser interessante dentro de uma lógica racionalizada de produção.

Ainda sobre o aspecto da reportagem in loco, um terceiro ponto que corrobora no número de saídas para reportagens externas é o desenvolvimento de serviços de assessorias de comunicação em órgãos, instituições e organizações públicas e privadas. Pereira (2004, apud LOPEZ, 2010, p. 99) destaca que “o ‘jornalista sentado’ acaba primando como “não-oficial” uma informação que no início da cadeia foi produzida pelas próprias fontes e difundida pelos despachos de uma agência noticiosa”. Vídeos, fotos e informações são coletadas através desses veículos oficiais e repassadas a veículos não oficiais, que as usam sem necessariamente haver uma apuração mais profunda do fato. Esse aspecto vai ao encontro da crítica feita pelos profissionais do passado aos repórteres da atualidade, que segundo um dos comentários, possuem um caráter mais “oficialesco”. A crítica é reconhecida pelos novos repórteres, que durante o discurso, relataram que a obtenção de informações a partir da assessoria de imprensa dos veículos “tem a visão deles”, referindo-se às instituições.

Avançando na Análise do Discurso em relação às pautas, os dois grupos abordados trataram de salientar o aspecto social como fator principal para a realização da reportagem sobre um determinado assunto. Identifica-se, nas falas, uma ambição

em realizar pautas que, de alguma forma, auxiliem e sejam importantes para a população, em geral. Sobre este ponto, é importante frisar que os repórteres, não enxergam o conteúdo diretamente como um produto mercadológico, ainda que admitam que isso possa vir a ocorrer. Fonseca (2008, p. 293) afirma que os critérios de relevância e interesse público cedem lugar ao interesse do público.

A concepção não está totalmente equivocada, visto que os profissionais da atualidade compreendem que uma pauta pode ser interessante para o público, mesmo que não tenham um caráter tão importante. Todavia, os discursos dos profissionais não indicam que eles percebam que o conteúdo produzido não se torna somente de interesse do público, mas também de interesse da empresa, capaz de capitalizar determinados conteúdos através de diversas formas, inclusive da internet. Sendo assim, é possível identificar uma certa subordinação das lógicas de produção aos interesses de mercado. Já os profissionais do passado afirmaram que, em muitos casos, tinham ciência dos interesses que poderiam estar justapostos à realização de uma determinada reportagem. Eles alegaram, inclusive, que o tema era explicitado e que não tinha, necessariamente um caráter comercial, mas também econômico.

Quanto à questão técnica, os repórteres das décadas de 1980 e 1990 admitem que o avanço foi significativo, especialmente após a incorporação dos telefones celulares nas redações. Jenkins (2008) classifica, de forma geral, os celulares como canivetes suíços, capazes de auxiliar na realização de diversas tarefas. Ao repórter, num primeiro momento, o equipamento garantiu mobilidade e autonomia inexistentes até então (existiam outras ferramentas no passado, mas essas não tinham os recursos e facilidades do telefone celular). Aos atuais profissionais, o telefone celular é uma ferramenta central de trabalho, não somente para o espectro sonoro e para a irradiação de notícias através do rádio, mas para a produção de conteúdos audiovisuais. Sobre isso, Zaragoza (2002, p. 153) destaca que “[...] a convergência de tecnologias, que antes atuavam separadas principalmente por questões técnicas, foi possível graças ao desenvolvimento, a partir da década de setenta, da microeletrônica e sua conseqüente digitalização”. Essa compreensão é interessante para nos levar ao segundo ponto abordado, envolvendo produções multimídia e atividades multitarefa dentro das redações radiofônicas.

5.2 Uma análise sobre a produção multimídia e o profissional multitarefa a partir da EPC

É no campo da diversidade de atribuições e versatilidade na realização de tarefas que se manifestam as principais diferenças entre o que foi e o que atualmente é o repórter de rádio. O grupo que atuou como repórter nos anos de 1980 e 1990 afirmou que profissionais multimídia eram praticamente inexistentes. “Eu saía e não me preocupava com a imagem”, disse um dos entrevistados. Outro destacou que não havia um texto a ser encaminhado à redação contendo as informações, e que redatores eram responsáveis por apontar os dados e, posteriormente, redigir um texto que seria utilizado como base para noticiários. Já o grupo de repórteres da atualidade foi enfático ao dizer que realiza diversos tipos de produções enquanto estão apurando uma pauta.

Neste ponto, volta-se à perspectiva de Harvey (2001) em relação à compressão Espaço-Tempo e ao modelo pós-fordista, que prevê uma otimização dos profissionais e das demandas. Associando essas premissas ao atual estudo, é possível interpretar que, se por um lado, como citado no item 5.1, não há uma necessidade de produção e publicação de tantas notícias, por outro, as empresas implementaram práticas para a pulverização dos conteúdos produzidos pelos repórteres em diversas mídias. Ainda que com contextos e percepções distintos, Harvey (2001) e Jenkins (2008) enxergavam nichos de consumo, seja econômico, seja cultural. Sendo assim, as empresas podem ter identificado que tornou-se mais lucrativo estar presente em várias mídias, com vários públicos, tendo presença e circulação de conteúdos em diversos lugares, do que trabalhar uma informação melhor, mas que vai circular em um número menor de veículos.

Neste sentido, apesar da crítica ao profissional multimídia feita grupo focal composto pelos repórteres que atuaram no passado, há de se destacar que a atual geração entende como normal esse processo de produção para múltiplas plataformas. Fonseca (2008, p. 289), por exemplo, pontuava que o profissional das “redações pós-fordistas tem perfil diferente daquele requerido pelas empresas à época da consolidação das indústrias culturais. Além de dominar todas as etapas da produção jornalística, deve ter qualificação para atuar em todas as mídias”.

Em alguns casos, como o identificado durante entrevista com o novo grupo

focal, o repórter necessita reproduzir um conteúdo para uma mídia que não é a sua de origem, como ainda buscar e produzir novos conteúdos para abastecer o site da emissora ou o jornal impresso. Assim, é possível interpretar uma manifestação da compressão Espaço-Tempo de Harvey (2001), em que o profissional tem um mesmo período não para abastecer um único espaço (a mídia sonora), mas as mais diversas plataformas existentes (ex.: transmissão de vídeo em tempo real para o Facebook).

Em um texto sobre a relação entre Economia Política da Comunicação e Televisão, Dourado e Marques (apud BRITTOS; KALIKOSKE, 2012), valem-se de uma de integração (ou física, ou de procedimentos) entre as redações, principalmente entre rádio, jornal e site, acabou minimizando a busca pela informação exclusiva.

Além disso, a presença de muitas das fontes jornalísticas nas redes sociais e a exposição de determinados conteúdos que, no passado, eram disponibilizadas para repórteres em um caráter de excepcionalidade, podem corroborar para essa percepção de que houve uma queda no furo jornalístico, especialmente para grandes reportagens. O estudo não sugere que os profissionais deixaram de buscar a exclusividade de uma determinada informação, mas que fatores organizacionais e tecnológicos estão dificultando ainda mais o trabalho do repórter em busca do 'furo jornalístico'.

Uma nova percepção em relação à realização de múltiplas funções dentro da engrenagem de produção das redações de rádio tornou-se mais evidente a partir da realização de grupos focais. Se num primeiro momento, a estruturação e demarcação de tarefas era mais comum (sendo uma característica bastante identificada ao modelo fordista), os espaços tornaram-se mais híbridos e o profissional, por sua vez, necessita ter um mínimo domínio de todos os processos de produção. Os repórteres do grupo focal das décadas de 1980 e 1990 raramente eram utilizados com tanta frequência em outras atividades. Havia, como um dos entrevistados citou, uma certa hierarquia para a presença em novos postos. Este estudo não sugere que este modelo tenha desaparecido do ambiente jornalístico, mas que fatores econômicos (como o enxugamento de redações e acumulação de atividades) fazem com que o profissional necessite ter maior domínio sobre todos os processos.

Sobre isso, há uma leitura que pode ser feita dentro do espectro tecnológico e radiofônico a partir de Lopez (2010). Foi a partir da década de 1990 que os profissionais de reportagem começaram a se preocupar também com a própria edição

de áudios, o que antes era feito pelos operadores das emissoras. Este indicativo foi verificado durante as entrevistas com o grupo focal dos repórteres do passado, que relataram que não havia essa demanda. Obviamente, o profissional já era responsável por escolher que conteúdo iria ao ar. Entretanto, o recorte era feito por um técnico preparado para a edição de áudio. O grupo focal com os repórteres da atualidade afirmou que, geralmente, é responsável por suas edições, ainda que hajam técnicos para isso.

Além disso, os profissionais de hoje, em diversos momentos, executam atividades de produção, edição, apresentação de programa e locução de noticiários nas emissoras consultadas. Kischinevsky (2009), por exemplo, já afirmava que houve uma supressão de profissionais e de processos dentro das redações. Para Silva, Pereira e Ribeiro (2013, p. 51), “o jornalista enfrenta transformações quanto ao seu perfil funcional. Uma das maiores expressões desse fenômeno é a imposição da incorporação de funções anteriormente desempenhadas por diferentes profissionais de jornalismo, exigindo dele múltiplas habilidades para acompanhar os processos produtivos das redações”.

Através desta pesquisa, apesar de não haver como provar quantitativamente que haja algum tipo de perda no que tange à produção, é possível identificar, através das percepções daqueles que executam, que o trabalho do profissional de rádio tornou-se tão complexo e multifuncional, que algumas características técnicas podem ser perdidas ou suprimidas neste processo. Kischinevsky (2009) acrescenta ainda que a perda de receitas ligadas à publicidade nos últimos anos fez com as funções de locução, programação, produção e de áreas técnicas, em geral, fossem acumuladas por jornalistas. Esse aspecto foi citado pelos profissionais do grupo focal que atualmente trabalha em redações. Eles entendem que houve enxugamento do quadro funcional da empresa, e que, pelos mais diversos motivos, são assimiladas pelos repórteres, que tornam-se polivalentes em suas empresas.

É necessário salientar que a capacidade de multivalência funcional não é uma alteração restrita ao radiojornalismo ou ao campo geral do jornalismo. Harvey (2001) já destacava que o modelo de acumulação flexível, que se manifesta nas no atual sistema de capitalismo monopólico, prevê um profissional capaz compreender e interpretar os movimentos e necessidades dentro do que seria a antiga esteira de produção fordista. Se antes, o operário fabril era capaz de ocupar único posto, na

sociedade pós-moderna ele precisa ser qualificado o suficiente para executar outras tarefas dentro do sistema. Assim flexibilidade apresenta-se como uma condição pós-moderna em diversos aspectos, inclusive nas técnicas de produção. Neste sentido, deixa-se de lado uma mão de obra especializada em uma única atividade e busca-se alguém com competência suficiente para ocupar qualquer um dos postos da cadeia produtiva. O repórter, dentro deste contexto, é a peça capaz de ser encaixada nas demais funções do sistema de produção existentes nas redações. Com isso, não se determina uma espécie de limitação da atividade, percepção característica do modelo fordista, segundo os conceitos de Harvey (2001).

5.3 Percepção sobre a produção de conteúdos, contratos e remuneração categoria a partir da EPC

Um dos questionamentos que norteia este trabalho busca entender como as novas dinâmicas para o repórter de rádio, alterações essas oriundas de um modelo pós-fordista impactado pelo mercado e pela transformação do produto cultural em mercadoria, são interpretadas pelos profissionais que viveram e que vivem a atividade. Alguns anseios, incômodos e percepções foram colhidos junto aos grupos e exprimem a preocupação dos jornalistas em relação à atividade tratada como elementar dentro do sistema de produção de notícias: o repórter.

Um dos entrevistados relatou que hoje os profissionais atuam mais junto ao telefone do que conversando com as fontes. E sustentou que os motivos que elencam isso são os custos de uma reportagem externa em relação a apuração à distância, e um interesse dos gestores de fazer com que aquele profissional produza mais conteúdo. Essa percepção também é identificada no discurso dos repórteres da atualidade, que acreditam que os chefes de reportagem preferem uma reportagem a mais do que uma reportagem mais bem trabalhada. Aqui, trabalha-se com um paradoxo dentro de uma lógica pós-moderna, pois se o modelo de superação do fordismo prevê uma equalização entre a quantidade e a qualidade, priorizando uma racionalização dos processos, porque os profissionais imaginam que os gestores desejam mais conteúdos em detrimento ao conteúdo mais bem produzido?

Bauman (2001) destaca que a 'sociedade do consumo' promove a prática e a

satisfação a todo instante. Harvey (2001) também pontua sobre essa exposição ao novo e fugaz característicos do período pós-moderno. Interpreta-se neste ponto que os repórteres, ainda que não tenham o aparato teórico, compreendam que há, nos dias atuais, uma necessidade de apresentar uma instantaneidade de informações sempre que possível, ainda que isso possa tornar-se uma notícia totalmente descartável.

É possível conjecturar, a partir do discurso dos profissionais, que mesmo que a produção de conteúdos de maior qualidade seja a mais interessante em termos jornalísticos, a oferta de novidades (ou de assuntos totalmente diferentes) é fundamental para o bom andamento do sistema enquanto negócio. Há, de uma maneira ampla, uma necessidade de ruptura com o que já foi construído ou publicado em busca do novo. A continuidade, de forma geral, ainda que interesse a quem produz o conteúdo, nem sempre pode ser interessante a quem consome o material. E assim, profissionais do passado e do presente concordam que o aprofundamento do conteúdo torna-se secundário, em detrimento de novos assuntos e novas narrativas.

Os grupos focais também foram questionados para saber se o repórter se enxerga como ferramenta dentro de uma engrenagem mercadológica e direcional assumida pela linha da Economia Política da Comunicação. A partir das respostas e da interpretação deste discurso, é possível dizer que os profissionais dos dois grupos se enxergam como peças dentro do sistema, e que utilizaram o conhecimento de apuração jornalístico para a produção de conteúdos que, ainda que tenham maior ou menor caráter noticioso, eram e são utilizados como capital político e econômico pelas empresas de comunicação.

Neste ponto, obviamente leva-se em consideração o aspecto fundamental de uma organização empresarial, que é a de obtenção de lucros. Entende-se que, mesmo havendo novas formas de organização e de produção, o caráter final das mudanças e das atividades leva a empresa ao mesmo caminho de tentativa de acumulação do capital. Apesar da existência do caráter social da informação jornalística e de uma certa racionalização do processo, cada vez mais o jornalismo é tratado como um produto totalmente preparado e propenso ao mercado.

Fonseca (2008) já assinalava esta situação de que aprofundamento do caráter mercadológico, que parece cada vez mais se confirmar a partir dos discursos dos repórteres. Quando um profissional é informado que seu conteúdo gerou um número

maior de acessos dentro de um site, e que isso provocou um incremento de assinantes para o site da empresa, ele (o profissional) identifica ele fez um bom trabalho. Questiona-se, no entanto, se o bom trabalho refere-se às boas práticas jornalísticas de apuração, edição e apresentação das informações, ou se corresponde a uma apuração devidamente embalada para ser colocada no mercado. Destaca-se nesta colocação que não se está questionando a apuração jornalística, mas a forma como esse material é disponibilizado e como isso acaba por afetar suas práticas em relação ao radiojornalismo.

Assim, abre-se uma nesga dentro reflexão sobre a produção jornalística para discutir se o mais importante é informar da forma mais adequada e completa os ouvintes/leitores ou se é buscar formas de agradar a esse público. Inegavelmente, no entanto, o fato de ter se tornado uma espécie de mercadoria, como qualquer outra fabril, pode interferir na maneira que a reportagem é concebida, apurada e apresentada aos devidos públicos. Moretzsohn (2002, apud FONSECA 2008) destaca que a mercadoria deve ser oferecida de acordo com o ‘gosto do freguês’. Levando em consideração que o repórter, o “chão de fábrica dentro da indústria de notícias”, começa a tomar ciência de que seu produto é vendido, sua percepção torna-se mais operacionalizada a determinado intuito ou intenção. Apreciando de forma crítica, é plausível considerar e questionar até que ponto é viável transformar informação jornalística em mercadoria, sem deturpar a informação.

Outro ponto examinado junto aos grupos e que merece análise diz respeito à remuneração da categoria e suas relações de contrato. Curiosamente, os membros dos grupos focais relataram que o salário médio deles, enquanto repórteres, era o piso para a categoria de jornalistas. Só que no grupo dos profissionais da década de 1980 e 1990, o acúmulo de tarefas ou a necessidade de produção de conteúdos para outras mídias eram mais claramente especificados em contratos. Havia menor mobilidade e maior clareza dos limites entre as funções e as mídias. No entanto, o aparato tecnológico, associado um caráter mais flexível de atividades, esmaeceu essas fronteiras com o passar do tempo.

Com base no parágrafo anterior, é possível afirmar ainda que os avanços da atividade jornalística não foram acompanhados pela legislação que rege a profissão, especialmente no que tange à reportagem de rádio. Diante das demandas dos profissionais das décadas de 1980 e 1990, de fato, os profissionais tinham uma

regulamentação capaz de abarcar todas atividades que envolvem o profissional do campo de radiojornalismo. Entretanto, com a diminuição das fronteiras de atividades, os avanços tecnológicos e as necessidades organizacionais, formou-se um novo modelo de repórter, versátil tanto em relação às mídias, quanto em relação às funções.

No passado, “Rádio Repórter era aquele a quem cabe a difusão oral de acontecimento ou entrevista pelo rádio ou pela televisão, no instante ou no local em que ocorram, assim como o comentário ou crônica, pelos mesmos veículos” (ANEXO B). Hoje, ele é bem diferente disso, apesar de ser regido pela mesma legislação. Assim, um profissional da atualidade ganha, teoricamente, o mesmo piso salarial de um profissional do passado (feitas as devidas correções inflacionárias), mesmo cumprindo as mais diversas funções necessárias e incorporadas às suas atuais rotinas. Por motivos desconhecidos, as transformações de demandas da profissão não foram acompanhadas pelas legislações, o que pode ser interpretado como mais uma manifestação da chamada ‘modernidade líquida’ (BAUMAN, 2001) diante da estrutura sólida das legislações dentro de um modelo fordista. Não é possível destacar que, pela força do capital dentro de uma luta de classes, e também, pelo enfraquecimento de representações, entidades sindicais que poderiam tentar acordos mais flexíveis e rentáveis aos trabalhadores perderam força diante da hegemonia do capital.

Harvey (2001) já sustentava que o modelo superior à modernidade privilegiava uma deterioração da união da classe trabalhadora e previa uma crise dos pilares que resguardavam os direitos laborais. Conforme ele, a pós-modernidade e seu modelo de flexibilidade reverteram a aparente rigidez do modelo fordista em diversos aspectos. Bauman (2001), de forma mais filosófica, afirmou que as unidades perderam força, pois o momento regido pelas forças dominantes tem poder suficiente para tornar o sólido em incerto e fluido, capaz de escorrer por qualquer brecha, transformando aquilo que era unido em algo particular e único. Não se furta este trabalho de interpretar, também filosoficamente, que as legislações que regem a atividade de repórter de rádio sucumbiram às demandas, cada vez mais dinâmicas e móveis, dentro de redações da atualidade, com profissionais cada vez mais disformes e polivalentes.

6 Considerações

O presente trabalho teve como objetivo analisar, de forma ampla, as implicações resultantes da transformação do pós-fordista, e como suas variáveis econômicas e tecnológicas manifestam-se no trabalho e na percepção do Repórter de rádio. A partir da ótica da Economia Política da Comunicação, buscou-se identificar mudanças significativas no modelo de profissional que atua nas redações de rádio do Rio Grande do Sul. O enquadramento adotado e o recorte selecionado teve a intenção de averiguar se as mudanças no ambiente e na forma de trabalho do repórter de rádio foram influenciadas por fatores que correlacionam os avanços tecnológicos e as estratégias mercadológicas adotadas pelas empresas de comunicação. Certamente, outras linhas interpretativas para essas mudanças podem surgir a partir de novos estudos e de outros prismas. Todavia, o trabalho buscou, desde o início, focalizar sua linha de desenvolvimento a partir das mudanças socioeconômicas globais que começaram a manifestar-se com mais veemência a partir da década de 1970.

Em relação ao primeiro aspecto abordado, a implicação momento pós-fordista e dos vetores econômicos e tecnológicos no trabalho do profissional, é possível dizer que as transformações revelaram-se irreversíveis dentro do ambiente geral de redação de rádio, afetando diretamente o responsável por produzir os conteúdos dentro da 'fábrica de notícias', o Repórter. Neste ponto, as estruturas apresentaram uma significativa mudança, e uma passagem relativamente clara da proposta fordista, com produção de conteúdos em escala, para um modelo de produção pós-fordista, otimizado e planejado conforme as necessidades de demanda.

Assim, ao repórter, já não basta exclusivamente dominar a técnica radiofônica e ter capacidade para apurar diversas pautas ao mesmo tempo, publicando um grande número de notícias ao fim do dia. Talvez não seja nem o maior interesse da empresa. O profissional da atualidade concentra suas energias e seu capital intelectual na produção de conteúdos semelhantes ou complementares para diversas plataformas, que vão bem além da mídia radiofônica, como vídeos, fotos, textos e materiais para publicação em redes sociais. Aliás, essa escala produtiva talvez tenha sido uma das grandes transformações da profissão. Pelo estudo, é possível dizer que volume de notícias produzido era mais importante para os profissionais do passado do que os da atualidade. O que não é demérito de nenhuma das partes, visto que apenas houve

uma necessidade do profissional às demandas das empresas, que buscam otimizar os seus conteúdos nas mais diversas plataformas como estratégia mercadológica.

Outro ponto abordado correlacionou a compressão Tempo-Espaço, de Harvey (2001), aos atuais processos de produção. Voltemos aqui à uma suposta perda de interesse das empresas em produção de notícia em escala. Percebe-se que, mesmo assim, o profissional não deixou de ser submetido a uma alta carga de produção. Apenas, que o produto oriundo da apuração do repórter de rádio não é mais canalizado exclusivamente para o rádio, mas para diversas outras plataformas, o que exige ainda mais conhecimento daqueles que a executam. A velocidade tornou-se tão importante na produção de notícia, quanto na disseminação nos diversos espaços em que o veículo é visto/lido/ouvido pelos seus espectadores. Esse trabalho é feito, quase que em sua totalidade, repórter, ferramenta fundamental dentro da engrenagem de produção de notícias e de conteúdos.

Por outro lado, o aspecto supracitado também interfere diretamente em um dos principais questionamentos feitos no início deste trabalho, sobre a interferência das mudanças analisadas pela Economia Política da Comunicação às narrativas dos profissionais. Percebeu-se que as tecnologias existentes nas redações da atualidade, e praticamente inexistentes das décadas de 1980 e 1990, proporcionaram aos profissionais uma produção de notícias de forma remota e mais veloz, com melhor capacidade de transmissão. Assim, a narração da notícia transformou-se na reportagem de rádio, deixando de ser meramente oral e interagindo diretamente com aquilo que é postado pelos profissionais que estão apurando uma determinada pauta em redes sociais, ou sites.

Corroborar com isso o fato de que o texto produzido, segundo os repórteres da atualidade, já é pensado para a mídia digital e “adaptado” para as necessidades do rádio. Desta forma, compreende-se, pelo menos a partir deste estudo, que o Repórter de rádio optou, ou teve de optar, pela narrativa multimídia como a gênese da produção, transformando o modelo de narrativa radiofônica em algo secundário. De forma prudente, observa-se que perdem-se aqui características básicas da função em relação ao passado, especialmente no que tange ao som e suas potencialidades. Se as demandas multimídias são tantas, como sobra tempo ao repórter para buscar um detalhe, um ruído sonoro em meio a uma apuração in loco? Obviamente, a produção multimídia prioriza do repórter de rádio tem ênfase no som, mas tantas necessidades

de produção podem, e interferem em sua forma de narração do fato.

Além do mais, o fato de não ser estar no local do acontecimento para obter determinadas informações não é bem visto pelos agentes da atividade, tanto do passado, quanto do presente. No passado, a cobertura *In Loco*, seja por necessidade tecnológica (ou falta da mesma), seja por um melhor aporte financeiro das empresas citadas, era mais utilizada pelas empresas de comunicação para a obtenção de conteúdos. Atualmente, as novas ferramentas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TICs) e as atuais práticas da organização jornalística, que, na concepção dos entrevistados, preferem um profissional dando conta de suas demandas específicas dentro da redação a outro buscando incertamente informações no local do fato, fazem com que a apuração à distância torne-se ainda mais comum. Segue-se aqui uma lógica pós-fordista, pois há um privilégio da produção racionalizada em detrimento à busca por um conteúdo que pode, ou não, se concretizar e se tornar notícia. Assume-se aqui um risco menor na produção, que por ser otimizada, é mais necessária dentro do rol de mercadorias a serem oferecidas aos consumidores.

Faz-se no entanto, uma significativa ressalva em relação a essa percepção crítica. Os profissionais dos dois grupos entrevistados ressaltaram que o fato jornalístico é mais importante, na percepção deles, do que qualquer concepção mercadológica. É de suma importância ressaltar isso para interpretar que, apesar de parecer clara a transformação da reportagem jornalística em um bem capaz de ser comercializado, aqueles que executam o trabalho, os repórteres, enxergam o caráter social da apuração de um determinado conteúdo. Fonseca (2008) destacou que o caráter da lógica capitalista no negócio do jornalismo provoca alterações nos critérios de noticiabilidade, pontuando que o produto jornalístico tem o intuito de 'agradar ao cliente'. Com base na autora e nas entrevistas, é possível colaborar com no tema, ponderando que, de fato, os novos profissionais têm uma percepção maior de que integram uma 'indústria'. Por outro lado, esses mesmos jornalistas entendem que a preocupação com o bem social ainda é a base de suas investigações e apurações, como também ocorria passado.

Em relação às rotinas de permanência na redação e interpretações a serem feitas, é de exaltar que as atuais empresas de comunicação implementem equipamentos de ponto eletrônico para os profissionais de jornalismo. As tradicionais

histórias de rotinas desgastantes dão lugar a uma jornada estabelecida (e nem tão flexível, como se esperava). Obviamente, avanços ainda precisam ser feitos para que todo minuto trabalhado além do horário seja devidamente recompensado. Neste aspecto, a rigidez fordista parece tomar o espaço da flexibilidade e elasticidade do tempo dos profissionais de reportagem. Por outro lado, dinâmicas cada vez mais comprimidas e execuções precisas fazem o profissional estar, durante a jornada de trabalho, absolutamente atento e focado a todo e qualquer novo movimento a ser feito.

Novas questões podem ser sugeridas a partir deste estudo, para avançar sobre o *ethos* dos repórteres de rádio, suas relações com os colegas sobre as qualidades dos profissionais e o seu lugar dentro de uma rotina de produção pós-moderna. Neste estudo, por exemplo, destacou-se a percepção instrumental que a categoria tem diante do novo modo de produção de conteúdos, dentro de uma realidade transmidiática e organizacional voltada para o mercado. Entretanto, outras leituras poderiam ser aprofundadas, para tentar identificar o profissional de radiojornalismo e seus sentimentos, por exemplo, com base no prisma tecnológico. Poderia-se avançar ainda num estudo similar a este, de análise do discurso, porém tratando com os chefes dos profissionais investigados para identificar se a concepção dos repórteres realmente condiz com as estratégias mercadológicas da empresa.

Por fim, as transformações classificadas dentro da pós-modernidade, e neste estudo, assimiladas através do pós-fordismo, não são exclusivamente do campo comunicacional, mas podem se estendem-se para inúmeros outros campos do trabalho. No segmento do radiojornalismo, percebeu-se que dinâmicas são diferentes e percepções sobre a atividade também sofreram impactos, diante dessa nova forma de organização global do trabalho. A partir do recorte feito, com profissionais de duas das grandes empresas do estado, afirma-se que reportagem de rádio alterou-se drasticamente nos últimos anos. O volume de produção sonora deu espaço à necessidade de construção de conteúdos múltiplos, cada vez mais sujeitos às demandas e ‘pedidos tácitos’ do mercado.

Como Bauman (2001) já via o fim das fronteiras e a pulverização de limites, é possível vislumbrar que, no futuro, os repórteres não trabalharão para uma emissora de rádio, mas para empresas de produção de conteúdos, que incluem a radiodifusão em seu repertório. Descarta-se que o modelo radiofônico seja esquecido, mas que ele seja tão adaptado às novas demandas que torne-se totalmente disforme em relação

ao praticado hoje. O novo mercado é marcado pela hibridização de mídias e formatos. É possível que o consolidado modelo de reportagem radiofônica, bem como as virtudes necessárias para profissionais da área, mudem nos próximos anos da mesma de maneiras tão distintas quanto alteraram-se nas últimas duas décadas.

REFERÊNCIAS

ALBERT, P.; TERROU, F. A história dos jornais e o nascimento das gazetas. In: ALBERT, P.; TERROU, F. **História da imprensa**. França: Martins Fontes, 1990. Cap. 2 e 3. p. 3-12.

ANDRADE, Samaria. EPC: para entender a comunicação contemporânea. **Revista Temática**, Ribeirão Preto, v. 9, n. 11, nov. 2013. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2013/Novembro/epc_entender_comunicacao.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2017.

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2015.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica**. Serviço de Documentação, Ministério da Educação e Cultura. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1964.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BELTRÃO, L. **Jornalismo interpretativo**: filosofia e técnica. Porto Alegre: Sulina, 1976.

BENNETI, M., GADRET, D. O ethos do repórter de TV da Rede Globo. Porto Alegre. **Revista Intexto**, 39, 60-79. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/65749/0>>. Acesso em: 10 maio 2018.

BESPALHOK, Flavia Lucia Bazan. A prática da reportagem radiofônica na Emissora Continental do Rio de Janeiro. 2006. 340 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2006.

BOLAÑO, César R. S. Considerações sobre a economia política do rádio no Brasil. **Eptic**: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Aracaju, v. 14, n. 2, maio/ago. 2012. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/download/417/331>>. Acesso em: 21 jan. 2017.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. Capitalismo e política de comunicação: a TV digital no Brasil. In: HAUSSEN, Dóris Fagundes; BRITTOS, Valério Cruz (Orgs.). **Economia Política, Comunicação e Cultura**: aportes teóricos e temas emergentes na agenda política brasileira. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2009.

BRASIL. **Decreto-Lei n. 910, de 30 de novembro de 1938**. 1938. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-910-30-novembro-1938-349925-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

BRASIL. **Decreto-Lei n. 972, de 17 de outubro de 1969**. 1969. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0972.htm>. Acesso em: 15 abr. 2018.

BRASIL. **Decreto n. 83.284 de 13 de março de 1979**. 1979. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d83284.htm>. Acesso em: 15 abr. 2018.

BENNETI, M., GADRET, D. O ethos do repórter de TV da Rede Globo. Revista Intexto, 39, 60-79. (2017)

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999;

CAPPARELLI, Sérgio; RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy. **As mudanças nas teles e tevês na Argentina e no Brasil: um efeito Orloff nas comunicações?** In: Congresso da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 7.. São Paulo: COMPÓS, jun. 1998.

CAPPARELLI, Sérgio; SANTOS, Suzy. Coronéis eletrônicos, voto e censura prospectiva. **Cultura Vozes**, Petrópolis, v. 96, n. 4, p. 14-24, 2002.

CHARAUDEAU, Patrick. Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information. **Réseaux**, Paris, v. 15, n. 81, p. 79-101, 1997.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. Tradução A. Correa; I. Machado. São Paulo: Contexto, 2008.

CUADRADO, L. A H.. **Los Acta Diurna y el Registo Periodístico**. Madrid: Dykinson/Universidad Rey Juan Carlos, 2007.

DANEMBERG, Juliana. **Primeira Revolução Industrial: aspectos sociais, econômicos e políticos**. [20--]. Disponível em: <<http://www.historia.uff.br/nec/primeira-revolucao-industrial-aspectos-sociais-economicos-e-politicos>>. Acesso em: 15 maio 2017.

DEBUS, Mary. (Org.). **Manual para excelência em la investigación mediante grupos focales**. Pennsylvania: University of Pennsylvania, Applied Communications Technology, Needham Porter Novelli, 1988.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio no Rio Grande do Sul**. Canoas: Editora da Ulbra, 2002.

_____. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Revista Eptic**, Sergipe, v. 14, n. 2, maio/ago. 2012. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/418/332>>. Acesso em: 17 jun. 2017.

_____. **Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul**: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20. Canoas: Editora da Ulbra, 2007.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: Uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, set-dez, 2010.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 3.ed. rev e atual. São Paulo: Fundação Dorina Nowill para cegos, 2009.

FREITAG, Barbara. **A Teoria crítica**: ontem e hoje. São Paulo: Brasiliense, 1994.

FRIEDMANN, Georges. **O trabalho em migalhas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1972.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. **Indústria de Notícias**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

GALVANI, Walter. **Um século de poder**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1994.

GAMA NETO, Hélio. Grupo RBS lança novo produto digital: GaúchaZH.com. **Associação Nacional de Jornais**, 17 set. 2017. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/site/component/k2/100-associados/2008-grupo-rbs-lanca-novo-produto-digital-gauchazh-com.html>>. Acesso em: 31 jan. 2018.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. **Paidéia**, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 149-161, 2003.

GOUNET, Thomas. **Fordismo e toyotismo na civilização do automóvel**. São Paulo: Boitempo, 1999.

GRAMSCI, Antônio. **Cadernos do cárcere**. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 1999. v. 1.

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

_____. **O enigma do capital e as crises do capitalismo**. São Paulo: Boitempo, 2011.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. **Rádio e política:** tempos de Vargas e Perón. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. (orgs.). **Teorias da comunicação:** conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo:** a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática: 1997.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio.** São Paulo: Contexto, 2006.

KIND, Luciane. Notas para o trabalho com a técnica de grupos focais. **Psicologia em Revista**, Belo Horizonte, v. 10, n. 15, p. 124-136, jun. 2004

KISCHINHEVSKY, M. Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, C. (Org.). **Jornalismo On-line:** modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2009. p. 57-74.

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso:** a síntese radiofônica mundial que fez história. 2. ed. Porto Alegre: AGE: Edipucrs, 2011.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem.** São Paulo: Editora Série Fundamentos, 2003.

LAGE, Nilson. **A reportagem:** teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **Comunicação e Mundo do Trabalho do Jornalista:** o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos da informação. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes)-Universidade de São Paulo. 2010.

LOBATO, Elvira. Igreja Universal compra TV e rádios Guaíba em Porto Alegre. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 23 fev. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2302200719.htm>>. Acesso em: 12 mar. 2018.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático:** tendências e perspectivas do jornalismo de rádio allnews brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã, Portugal: LabCom, 2010. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2017.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Tradução: Ricardo Correia Barbosa. 12. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Vozes, 1985.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

MENDONÇA, Maria Luiza Martins de. Em nome da memória: o discurso midiático da ditadura militar. **Comum**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 35, p. 32-41, jan./jun. 2014. Disponível em:
<<http://www.facha.edu.br/pdf/Comum35.pdf#page=30>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

MÉRCIO, Cláudio Costa. **Uma voz a serviço do Rio Grande**: fragmentos identitários do gaúcho na programação da Rádio Guaíba AM de Porto Alegre. 2008. 454 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social)-Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

MICHAELIS: moderno dicionário da língua portuguesa. Editora Companhia Melhoramentos: 1998.

MOREL, Marco. Os primeiros passos da palavra impressa. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 23-43.

MOSCO, Vincent. Economia Política da Comunicação: Uma perspectiva Laboral. **Comunicação e Sociedade**, Portugal, v. 12, n. 1-2, p. 97-129, 1999. Disponível em:
<<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/viewFile/1440/1370>>. Acesso em: 16 set. 2017.

MOSCO, Vincent. **The Political Economy of communication**. London: SAGE Publications, 1996.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2006.

ORLANDI, Eni. P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2001.

ORTIZ, Renato; RAMOS, José Mário Ortiz; BORELLI, Livia Helena Simões. **Telenovela, história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. **Revista USP**, São Paulo, n. 56, p. 66-85, dez./fev. 2002-2003. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/33808/36546>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

PEREIRA, Fábio Henrique, ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre, v. 1, n. 24, p. 38-57, jan./jun. 2011.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia**: métodos de investigação na imprensa. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

PRATA, Nair. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. 395 p. Tese (Doutorado em Estudos Lingüísticos)-Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

RANKE, Leopold Von. Heródoto e Tucídides. Tradução de Francisco Murari Pires. **Revista da História da Historiografia (documentos)**, Ouro Preto, n. 6, p. 252-259, 2011.

RIBEIRO, Jorge Claudio. **Sempre alerta**: contradições e contradições do trabalho jornalístico. São Paulo: Olho D'água, 1994.

RÜDIGER, Francisco. A Escola de Frankfurt. In: FRANÇA, V.V.; Antônio. HOHFELDT; L.C. MARTINO (Org.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, ano 2001. p. 131-150.

RÜDIGER, Francisco. **Tendências do jornalismo**. Porto Alegre: Universidade UFRGS, 1993.

SANTOS, Geórgia P. dos. **A mudança nas rotinas de produção do radiojornalismo a partir do uso do Twitter**: o caso da Rádio Gaúcha. 127 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)-Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2013. Disponível em: <<http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/5579/1/000452827-Texto%2bCompleto-0.pdf>>. Acesso em: 03 jun. 2017.

SANTUÁRIO, Marcos. **Jornalismo e Mundo Novo**: Comunicação e empresas jornalísticas no universo local e Global. Porto Alegre: MS.Com, 2015.

SCHIRMER, Lauro. **RBS**: da voz-do-poste à multimídia. Porto Alegre: LP&M, 2002.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos**: novos critérios de classificação. Covilhã: LabCom Books, 2009. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110818-seixas_classificacao_2009.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2017.

SILVA, J. A. B.; PEREIRA, M.L.; RIBEIRO, S.R. Convergência profissional: estudo de caso das transformações no perfil do jornalista. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 9, n. 2, p. 50-66, 2013.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CORDOVA, Fernanda Peixoto. Unidade 2: A pesquisa científica. In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 31-42.

SODRÉ, Muniz.; FERRARI, M. H. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. In: _____. (Org.) **Jornalismo**: história, teoria e metodologia – perspectivas luso-brasileiras. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008. p. 12-93.

VIANNA, Ruth Penha Alves. **Informatização da Imprensa Brasileira**. São Paulo: Loyola, 1992.

ZARAGOZA, Claudia. Periodismo en la convergencia tecnológica: el reportero multimedia del Distrito Federal. **Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales**, México, v. 45, n. 185, maio/ago. 2002. Disponível em: <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/48324>>. Acesso em: 11 nov. 2017.

ZUCOLOTTO, Valci Regina Mousquer. **No ar**: A história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, 2012.

APÊNDICE A - Entrevista com o grupo focal formado por repórteres dos anos de 1980 e 1990

A1: Eu comecei na Rádio Guaíba em 1991, casualmente o governo Collares. Ele assumiu em janeiro, e eu em abril. Fui repórter setorista de política, cobrindo Assembleia e Palácio Piratini. E tudo envolvendo política. Eu nem ia na rádio. A minha casa era assembleia e palácio. Depois eu assumi a chefia de reportagem e depois fui gerente de jornalismo por quatro anos. Hoje eu sou coordenador de comunicação social uma secretaria que tem nome enorme: a secretaria de desenvolvimento social, trabalho, Justiça e Direitos Humanos. A secretária é a Maria Helena Sartori.

A2: Eu comecei em 1º de fevereiro de 1991 na Rádio Gaúcha como produtor. Eu era militar da FAB e fiz uma opção. Comecei como produtor executivo no Plantão Gaúcha na Rádio Gaúcha. O apresentador era o Macedão. Fui guindado a repórter, depois passei a ser setorista da Assembleia, Palácio (Piratini), Tribunal de Contas, o que tivesse na praça da Matriz. Fiquei na Rádio Gaúcha até 2003 e quando saí, já era apresentador. Foi até 2006, quando fui para a Bandeirantes. Nós tínhamos estruturas hierarquizadas dentro da redação. O processo de apuração da informação era muito forte. Tínhamos ali chefe de reportagem, coordenador de redação, coordenação de produção e tinha um departamento de produção, que eu integrei, com a Magda Cunha e com a Rita Campos Daudt. O processo era diferente. E tinha o setorista. Eu peguei a Rádio Gaúcha com um setorista de economia. Era um repórter que fazia economia. Tinha uma agilidade muito forte. A nossa tecnologia era um terminal de Telex, onde entravam informações da AF, da France Press, da Associated Press, dessas agências, como Folha e Estadão.

A3: datas eu vou ter que te passar. Eu tive dois momentos que eu trabalhei na Rádio Gaúcha. O primeiro momento eu não sei, era Gaúcha e gráfica editora. Eu era redatora, mas as redadoras apuravam as informações. Eles apuravam as informações por telefone. Tinham setoristas. E tinham vários repórteres que ganhavam em secretarias e ganhavam cachê para fazer matérias. Eu sempre tinha uma facilidade de conseguir emprego no mercado.

ENTREVISTADOR: Quando é que tu fosse repórter de Rádio:

A2: eu fui repórter na época do Cândido Norberto, e do Mendes Ribeiro. [...] Eram anos 1980. Ele foi cobrir um papa que tinha morrido. O Sala de Redação tinha repórteres. A Alda era uma repórter de Política. Foi uma grande produtora.

A3: Perseguida pela ditadura e fichada no Dops.

A2: Ela morria de medo do A3, porque o A3 era Militar. E eu passei a gostar mais porque eu sou filho de militar.

A1: Mas tem uma figura que não dá pra deixar de citar: o Aguiar. Ele era produtor. Deixava o A3 enlouquecido. Tirava o A3 da Assembleia para fazer trânsito. O A3 sai da Assembleia, com cenário rodando. Se posicionou entre a Catedral e o Palácio, para pegar o som dos carros passando. E dali ele fazia os boletins de trânsito. Ele era extremamente exigente.

A3: E ele era maluco. Numa época que não tinha TV a cabo. Nós tínhamos a central de recepção de satélites. Tínhamos sinal da ABC, CNN, da NBC, numa central de recepção. Ele era o 'Arauto do Cataclisma'. E toda a instabilidade climática que surgisse, ele ia para o ar com isso. Mas tem uma coisa entre todos os nomes que vocês citaram aí: todos foram repórteres, e todos conheciam muito bem a matéria. Tinha um que me passava a pauta, e tinha tudo na pauta, até o telefone que eu tinha que ligar. Todos foram repórteres. Essas chefias que foram repórteres passaram a experiência deles. E isso faz muita diferença, antes de ir ao ar.

ENTREVISTADOR: A rotina de produção. Que horário vocês trabalhavam e quantas pautas vocês recebiam? Duas, quatro, oito?

A2: Depende. Em média, de três ou quatro, para mais. Cheguei a pegar seis pautas. Que fazia assembleia pegava mais.

A1: Como a gente ia a fundo, a gente acabava, na primeira pauta, tirando mais duas ou três. Então no final do dia, tu tinha quase dez assuntos diferentes para abastecer os noticiários.

A3: Para tu ter ideia, tinha uma coisa chamada reunião de secretariado. Cada secretário que a gente pegava, dava uma abordagem e assunto que gerava até gaveta. Não ficávamos presos a pauta. O que a gente produzia era uma coisa maluca.

ENTREVISTADOR: Carga horária. Quantas horas vocês trabalhavam por dia?

A3: era para ser cinco, mas era sempre mais.

A1: eu já tinha um contrato de cinco mais duas, então dava sete. Hoje, o que eu tenho assistido no palácio é que, o repórter vai lá para uma pauta. Ele vai lá, grava o assunto e sai do local só com aquele assunto. Se tu tá vendo ali, o presidente da Fiergs, o presidente do Tribunal de Justiça, o chefe do Ministério Público, o governador. É impossível sair de lá com um assunto só.

ENTREVISTADOR: Quantas pautas vocês fechavam, em média?

A1: Depende do dia, era uma média de oito a nove pautas.

A2: Mas isso depende do que fosse o assunto.

A1: eu fazia oito ou nove por dia.

A3: Por aí. Mas isso era numa época que a gente tinha que sustentar a programação. Não tinha essa coisa que tem hoje. A Band tem trocentas Band News pelo país a fora. A Gaúcha tem afiliadas. A gente não tinha geração de conteúdo. O repórter tinha que sustentar a programação no ar.

A1: E era muito caro ligar para fora, uma ligação telefônica. Hoje tu passa tudo por internet, ou WhatsApp.

A2: A gente não tinha valores para ligar

A1: A Guaíba teve uma época que a gente teve. O valor do ligação, até gravar um boletim.

A2: Só pra dizer uma coisa, que eu sempre trabalhei simultaneamente em rádio e jornal. Muitas vezes, matérias que eu fazia no rádio, meu chefe do jornal me dizia pra fazer.

ENTREVISTADOR: Uma pergunta meio óbvia, mas quero que vocês explanem sobre ela: tinha produção e utilização de materiais multimídia na época? Que tipo de materiais vocês usavam? Vocês faziam foto, sonora, vídeo, texto?

A1: Não.

A3: Sonora é rádio.

A2: Sonora sim.

A1: Sonora Sim.

A3: Eu tinha uma condição muito peculiar, porque eu fui contratado da Zero Hora pelo Ballenueva. O Augusto Nunes me ouviu um dia no ar, e me contratou. Então, quando eu tava no ar trabalhando para a Rádio, eu já ia coletando alguma coisa para a coluna. Não tinha qualquer tipo de compartilhamento. Eu saía e não me preocupava com imagem. Tu fazia rádio, não jornal e nem TV.

A2: Eu fazia (texto) porque a chefia de reportagem solicitava. Como eu era repórter de jornal. Era greve do jornal, e meu dia ficava só naquilo, para rádio e jornal.

ENTREVISTADOR: E tu tinha dois contratos?

A2: Dois contratos. Essa é a diferença do multimídia. Quando eu saí, o repórter, por vaidade, gostava de oferecer sua matéria. Com isso, eles passaram a abusar. Eu ainda tive dois contratos, dois 13º salários.

A3: A primeira grande cobertura multimídia que eu fiz foi do Oriente Médio, em 2003, de janeiro até abril, que foi uma cobertura da invasão de Bagda, no Iraque. Foi a primeira que eu fiz rádio, TV e jornal. Eu tomei um tufo, porque eu trabalhava para todas as emissoras da RBS de Santa Catarina também. E tinha a Alice Maria da Globo me ligando e pedindo Stand Up do meio do deserto. Eu tinha que gerar essa traquitana toda Foi a primeira vez que a gente usou um computador, uma câmera Sony, e um 'Satelital', que hoje é feito com Teradek, com essas câmeras que a gente tem. A minha imagem entrava no ar meio multifacetada. É a primeira grande cobertura multimídia que a RBS fez.

A2: o nosso multimídia era rádio e jornal. A TV não gostava de colocar a voz do repórter.

A3: A TV me engoliu porque era eu que estava lá. Eu era o único. A Globo mandou o Uchoa, e ele ficou preso no Kwait. E quem entrou fui eu. Quem entrou, entrou. E quem entrou fui eu.

A1: Havia disputa entre os veículos. A TV não queria saber do pessoal do rádio. O jornal também não.

A2: Não se aceitava colocar um repórter um mapinha.

A3: E tinha uma questão na TV: Deu na Gaúcha. Temos que checar então. E na TV o mesmo, aí checa.

ENTREVISTADOR: Quem trabalhava só em rádio, o jornal ligava para vocês e me pedia texto?

A3: Pra mim não. Isso vai acontecer nos anos 2000. Num dia, estou num jogo de futebol e estourou uma pancadaria. Eu entrei no ar e o David me ligou e disse: fecha um texto agora e me manda um testemunho do pai com um filho.

ENTREVISTADOR: Vocês produziam para outra mídia?

A1: Não.

A3: Não. A outra mídia tinha repórteres.

A2: Pra mim, é quando eu era funcionária da Zero Hora. Aí eu fazia. Uma vez no Palácio Piratini. Só entrou eu. Me lavei. Me ligaram de outros veículos.

A1: Pode-se dizer que não tinha o profissional multimídia.

A3: Na Copa do Mundo, pode-se dizer que o profissional fazia uma função a mais. Ou em grandes operações.

ENTREVISTADOR: Voltando para o rádio, vocês ancoravam, produziam, editavam?

A3: A gente editava mas não montava.

A1: A gente dava tudo mastigadinho, mas quem tocava na máquina eram eles.

ENTREVISTADOR: Vocês fizeram uma matéria e apuraram algo e entravam no ar. Eram vocês que escreviam algo?

A1: As vezes, eu fazia um texto tijolão, mas ele transformava em cinco ou seis linhas.

A2: Teve um momento em que a gente entregava esse tijolão. Mas com o tempo, ele começou a trabalhar a gente para um texto final. Então começaram a ensinar a gente a fazer um texto objetivo, com no máximo dez linhas, e facilitava o trabalho do redator. Eu peguei uma época em que se colocava a matéria no computador, e se passava para o editor.

A1: Ancorar ocorria eventualmente. Eu substituí o Mendes Ribeiro, falecido, no programa que ele apresentava de manhã porque ele tirou férias. Só que ele não voltou. Se hospitalizou, ficou um mês e depois faleceu.

A2: E mulher não ancorava. Na Gaúcha e na Guaíba.

ENTREVISTADOR: O profissional que era repórter, era âncora, apresentador, produtor, redator. O que ele era geralmente?

A3: Ele era repórter

A2: Ele era repórter. Nem todo repórter era apresentador. Nem todo repórter tinha perfil de apresentador.

A1: Eram alguns. Eu, por exemplo, fiz várias substituições.

A2: Esses guris jamais estariam na Gaúcha hoje.

A3: Eu virei por acaso.

A2: Tu tinha perfil.

ENTREVISTADOR: Vocês atuavam dentro de outro grupo?

A2: Eu sim, trabalhava no rádio.

A3: Fazia jornal, uma coluna. E depois, quando surge a TV COM, em 1994, eu passo a fazer a TV Com. Aí passei a fazer os três. Depois de um tempo, não aguentei. Saí do jornal e fiquei só na TV e rádio.

A2: Tem um detalhe. A CBN era uma parasita dentro da Gaúcha que utilizava 100% do nosso material. A gente era obrigado a descer e ir dar o boletim no ar.

A1: Eu só fiz rádio. Eu cheguei a fazer TV uma época, mas era um projeto à parte. Comprávamos um espaço na TV Guaíba e tínhamos um programa lá.

ENTREVISTADOR: Quantas vezes vocês saíam para fazer pauta?

A2: Todo dia.

A3: Lugar de repórter é na rua.

A2: Não tem essa de ficar na rua.

A1: A Gaúcha tinha cinco ou seis carros. A Guaíba tinha quatro ou cinco.

A3: E às vezes eu nem vinha na redação. E finais de semana também. Pegava o carro e ia atrás de alguma coisa.

A1: Eu, no final de semana, ficava parado na frente do Palácio Piratini esperando para ver quem entra e quem sai. Todos os sábados de manhã, eu encontrava o Diogo (Olivier) ali. E por isso eram importantes as fontes. As minhas fontes eram seguranças do Collares. Um dia, estávamos ali. E um deles me chamou num canto e disse: não adianta tu ficar aqui. O Collares tá jogando futebol lá no ginásio da Brigada Militar. E eu sem carro. Diogo: chama o carro da Zero Hora. A gente se tocou pra lá. Quando ele nos viu, estava jogando futebol de abrigo, e falou — como é que vocês me acharam aqui? Não podia dizer, mas era um segurança dele. Outra fonte minha era o garçom. Uma vez, ele entrou numa reunião e passou pra mim toda proposta que o Collares estava fazendo pra Fessergs de reajuste salarial. Jardel era o nome do garçom. E eu dei no ar. E todo mundo disse: isso tu está chutando, de onde tu tirou isso. E eu disse que não podia entregar minha fonte.

A2: E um segurança me disse um dia que a madrugada foi terrível. O Collares estava de fogo. Ficou ele o Mathias (inaudível). Se pegaram. Aí eu fui lá. Quando ele fazia uma cara de riso, eu sabia que tinha acontecido. O segurança me contou: negro safado. E ele respondia, eu vou te processar por racismo.

A1: Eu acho que entre a nossa época e hoje, é fundamental ter fonte. Mesmo com a tecnologia hoje, tem que ter boa fonte.

A3: Mas a gente estava lá. Tanto é que era um tempo em que se fazia amizade com o chefe de gabinete. O chefe de gabinete do Collares era o Spaniol, ex-prefeito de Estrela. Depois foi o Gilles de Azevedo.

A1: A fonte não ia nos passar aquilo por telefone. Era olho no olho.

A2: Quando eu fiz matéria eleitoral, por muito tempo. Tinha juíz que dizia: eu odeio a RBS, mas pra ti eu vou falar. É isso, isso, isso e isso.

A3: No olho a olho, não precisava nem falar. Escreve aqui, sim ou não. É por este caminho, ou por outro.

A2: Eu notei que as coisas estavam notando. O Jocimar pegava um release, e ele fazia o boletim dele para ler.

A3: Cabeça, tronco e membros. Ainda botava uma sonorinha no meio.

A2: Se pegasse, pegou. Mas ele já tinha a notícia.

ENTREVISTADOR: Qual era o principal meio para se captar notícias? Vou dar as opções: observação direta, coleta de informações através de contatos, levantamento ou investigação através de outras fontes, despistamento, ou uma análise, que seria um confronto de informações.

A2: O repórter não tem que interpretar. Eu cheguei a ter mais de duas mil fontes.

A3: A observação era direta, e também contato. As vezes, se ligava da redação e cruzava fontes. No fim de semana, que se usava muito telefone.

A1: eles só me atendiam porque a gente se conhecia. Aquele deputado, Bernardo Souza, eu cansei de ligar para ele. Ele ia para Pelotas. Ele entendia muito e ia para Pelotas. Eu cheguei a pegar o celular. Porque eu estava no dia que inauguraram a telefonia celular. Tinham uma foto do Correio do Povo do Collares, o Tomazelli, no Correio do Povo, e eu atrás. Mas eu cansei de pegar o Bernardo na estrada, indo para Pelotas.

ENTREVISTADOR: Tecnicamente, como vocês entravam no ar?

A1: Orelhão.

A3: Na assembleia, era o magneto, sabe o que é? Era uma linha da tua cabine na assembleia com a central técnica.

A2: a Gaúcha tinha uns seis, na câmara, na assembleia, na sala de imprensa aeroporto, no TRE...

A1: mas eu usei muito orelhão. Porque às vezes, ia para algum lugar e passava até gravação. E as pessoas ficavam indignadas, porque estavam na fila, esperando para falar, e a gente ocupando.

A3: E quantas vezes eu juntava gente na frente do orelhão para fazer enquete, porque o Macedo queria enquete. Juntava quatro em volta e perguntava: vamos ver o que o povo sabe. E o fulano aqui.

A2: E o som tinha que ser limpo. Padrão tinha que ser Gaúcha, na Guaíba também.

A3: Até porque tinha menos. Se eu fosse fazer uma cobertura em algum lugar, era transmissão por linhas. E tinha lugar que não tinha nem telefone.

A2: Estava começando o celular.

A3: Ou você usava um Embracom. O cara da central vai te chamar. Quando tu entrava no ar, cortava o retorno no rádio.

A1: O celular deve ter vindo para cá em 1993. Ou 1994.

A2: Eu lembro de uma cobertura de praia. Eu e o Wagner gostávamos de fazer matérias de dar pau, não só de praia, o pessoal da CRT se propôs a levar uma estrutura parecida com a de futebol. Que é só futebol que tem aquela linha enorme. E eles fizeram isso, e eu consegui transmitir do Morro da Borussia, da plataforma da praia. Com fio em tudo.

A1: Tu tirava a rosca do telefone. Desplugava o telefone e colocava os fios ali do rádio.

A3: E colocava o Jacaré. Tu sabe o que é? Tu tirava o positivo e negativo, e ali é onde ia o som.

A1: Colocava os equipamentos da rádio, e fazia uma ligação.

A2: A outra que fizeram nesta época marcou uma preocupação do jornalismo. Antes, essa estrutura era do futebol porque era pago. Eles colocaram uma transmissão que o Holmes Aquino depois me pediu desculpas. Eu transmiti de dentro de um navio, no Imbé, e o som entrava, não sei como, trouxeram equipamentos da Gaúcha, do navio.

A3: eles usaram o rádio no navio. O verão de 1993 foi o primeiro teste de verdade do celular no litoral. Nós tínhamos sucursal de praia no litoral. A CRT emprestou um celular para a Gaúcha. Eu usava para fazer o trânsito. Eu decolava em um avião, e sobrevoava a Freeway, e entrava no ar sexta-feira e domingo. Isso era um teste, porque eles colocaram uma antena no morro da Borussia. Aí a primeira cobertura que eu fui fazer de verdade com celular foi o motim do Melara em julho de 1994. Então eu usava um celular e um Embracom, aquele horrível. No avião era uma maravilha, porque não tinha barulho daquilo lá em cima. Virava um planador. Eu ia com um oficial da Brigada Militar. Sexta-feira e domingo.

A1: A gente também tinha no ar um chamado Motorola. Que tinha a unidade móvel com um motorola. A Gaúcha tinha uns Fuscas com esse negócio. E a Guaíba tinha também.

A3: Hoje a Bandeirantes tem também um rádio UHF que tem comunicação com o helicóptero. E era igual aos que tínhamos nos carros. Se usa hoje ainda para colocar o helicóptero no ar. Não é tão ruim quanto na época.

A2: é importante deixar bem claro que repórter ia para a rua. Release era um apoio, uma referência da pauta. Não poderia se voltar com a mesma informação. Repórter tinha uma relação de respeito, mas ninguém era meu amigo. Sabiam que estavam falando com repórter. Ninguém ia levar ninguém como amigo. Se falar, vai para o ar.

A3: A gente fazia coisa de governo, mas tinha preocupação com aquilo atingir o público. Tinha essa coisa. Era bem diferente. Não é como é feito hoje.

A2: Poderia ter a chamada do governo para um super convênio. Mas aí tinha o prefeito de tal lugar diz que está com problema, que a cidade estava sem hospital. Aquilo era nossa matéria principal. Ninguém ficava exatamente naquela história que empurravam para nós.

A1: Tu vai em uma solenidade, tu vai encontrando as pessoas e vai pegando. Tu foi com uma pauta e chegou com dez ali.

A2: Eu tinha muito chefe que era um filho da puta, petista. A gente fazia campanha e essas coisas. Ele te largava domingo no brique, a gente fazia campanha, e ele dizia: ah mas o pessoal tá dizendo que deu uma briga aí, que o Collares bateu em não sei quem. E eu dizia: não, mas não tem, eu tô aqui. E eles falavam: época de campanha, ânimos acirrados, e eles queriam que tu fizesse a pauta que eles tinham bolado com os ativistas.

ENTREVISTADOR: Entramos agora num outro ponto das perguntas. Primeiro, eu quis pegar informações sobre a rotina de vocês. Agora quero entender a percepção sobre o que vocês faziam e sobre o que é feito hoje. Mesmo que saiam, vocês acompanham e estão no meio. Naquela época, a quantidade de reportagens que vocês faziam era pouco importante?

A3: Para a Gaúcha era, porque tu tinha que preencher espaço na programação com qualidade. As pessoas tinham que se identificar com aquilo que tu tinha no ar.

A2: As pessoas esperavam reportagem.

A1: Para a Guaíba também. Era um dia todo de programação jornalística. Noites também.

A3: O apresentador não apresentava sozinho no ar. Esses programas de hoje, em que o apresentador fala sozinho, com dois ou três envolta, não tinha isso. Se falasse algo mais pessoal no ar, teu chefe te chamava e dizia: tu não é a notícia.

A1: De manhã cedo, tinham programas que começavam às seis da manhã. Não tinha repórter, ou um só na rua. E tu tinha que deixar material gravado.

A3: Vocês lembram que não tinha repórter de trânsito? Não tínhamos um repórter específico de trânsito. Depois é que veio o Mauro Saraiva Júnior, com o Mauro Saraiva Jr. Eu lembro da rádio táxi.

ENTREVISTADOR: Vocês se preocupavam mais com a qualidade, quantidade ou profundidade?

A1: A quantidade que tínhamos tinha qualidade.

A2: Sempre foi a qualidade

A3: Estava associado, porque tínhamos mais tempo para colocar no ar.

A2: As rádios tinham consciência do que o que dávamos era o importante. As pessoas só iam ver uma informação pequena e sucinta no outro dia, no jornal. O que a gente estava dando ali era o importante.

A1: A gente tinha quantidade com qualidade. A gente nunca teve quantidade por quantidade.

A2: Não ia namoradinho trabalhar na rádio Gaúcha de chefe. Ia o profissional com estagiário, que a pessoa tinha observado. Ou que tinha boa voz, ou talento. Não ia só porque o chefinho gostava dos olhos, amiga do chefe de esportes, do cara lá do Grêmio e do Inter.

A3: Hoje está muito vulgarizado. Na época, tu entrevistar um secretário era 'entrevistar um secretário'. As pessoas prestavam atenção no que ele estava dizendo. Isso preenchia com qualidade. Os deputados, a mesma coisa. Tinha mais qualidade no governo, e isso te dava uma variável.

ENTREVISTADOR: Sobre profundidade, vocês falaram que faziam de oito a dez pautas por dia...

A2: Só para deixar mais claro isso. Pessoas que eram setoristas, que era o caso do A1, do A3 e eu, íamos até mesmo sem pauta. Porque sabiam que a gente ia chegar lá, largar a rede e que vinham as matérias. A gente sabia o que tinha lá. Hoje é dia de comissões, então se sabia que a gente ia trazer matérias de comissão. E tem o nosso perfil. O cara poderia me dar dez pautas, mas se eu chegasse lá no Hospital de Clínicas, via que estava fechada a ala de internação de gestantes, e fazia.

A3: Eu lembro da A2 fazendo matéria investigativa em hospital.

A2: Quando eu saía do hospital e ligava para a assessoria de imprensa, eu sabia até a cor da cueca dos médicos e calcinha das enfermeiras. Eu já tinha tudo. Eu já tinha entrado, observado. As pessoas me escondiam dentro de banheiro e eu entrava. Ah, vou visitar um pai e uma mãe. Eu tinha perfil de SUS, eu sempre disse. Isso me fazia passar despercebida. Eu não dizia eu sou a Rádio Gaúcha, eu sou a RBS.

A3: As coisas também desaguavam na Assembleia, nas comissões. Invadiram o Humaitá, era uma brigaçada. Invadiram o Humaitá, ou o Rubem Berta. E isso rendia horrores. Rendia e interessava as pessoas, porque mexia com as pessoas.

ENTREVISTADOR: Vou fazer uma pergunta bem genérica. A reportagem é melhor agora, ou era melhor no passado? Quero que vocês expliquem

A1: A gente é suspeito. É claro que a gente vai achar que nós... Fazendo uma avaliação hoje, eu nem estou mais em rádio, então posso falar. Acho que nosso período era melhor. Porque a gente ia mais a fundo. Como eu dizia ao A3 antes. Tu vai em uma coletiva hoje, o repórter faz a primeira pergunta, o entrevistado diz o que quer. E terminou a entrevista. E nós, não. A gente ficava se disputando e cada um de nós fazia cinco ou seis perguntas. Eu cansei de enfrentar o Brossard, ministro da Justiça, no aeroporto. E ele caminhando e eu atrás dele. Ele me xingando e eu continuava perguntando. O Brizola, eu cansei de cortar, porque tu fazia uma pergunta e ele levava 20 minutos para responder. Cortava ele para ele responder o que eu queria.

A2: Eu penso que essa culpa não é da reportagem. Essa linha que o A3 fala que o apresentador virou uma vedete, uma estrela, tira o espaço da reportagem. Fazia anos que eu não escutava a Gaúcha, e fui ouvir no dia do julgamento do TRF. Esse menino entrando para dar a informação, e a menina dizia assim: antes disso, quero ver a temperatura como é que está. Ela não chamou o Cléo. Ela falou dela, que achou que ia chover, que ela estava com frio quando saiu de casa e pegou um casquinho. A gente que sabe que o tempo é valioso, que o repórter está lá, com ativista olhando feio pra ele, um soldado que está achando que

ele está em um lugar errado, tu sabe o sufoco que é. Não pode ser isso. Uma guria com uma voz histriônica, rindo estericamente. Isso não pode ser a Gaúcha.

ENTREVISTADOR: E tecnicamente, a reportagem de rádio melhorou e piorou?

A3: Melhorou.

A2: A gente ainda pegou uma época de brigar de celular.

A3: A TV tem Teradeck, que abre imagens de qualquer lugar. As rádios têm equipamentos todos digitais, que não se prendem só ao celular, e você entra em qualquer lugar com som de estúdio. A Marina Pagno faz som de estrada com som de estúdio. Mas as nossas matérias de dia-a-dia eram muito melhores. Porque a gente saía da redação com uma base muito forte.

A1: O chefe de reportagem te dava uma boa orientação.

A2: o produtor do programa te acompanhava. Ele perguntava. Tinha um respeito à reportagem.

A3: Hoje é muito fugaz, muito pueril. A menina ou menino chegam ao local com cabeça, tronco e membros. Às vezes, já chegam com matéria pronta com base no release. E a produção da manhã inteira é aquilo.

A1: Na Guaíba, a gente implantou o sistema em que o chefe de reportagem tinha a obrigação de dar uma super orientação ao repórter. Inclusive com sugestão de pergunta. A gente ri do Ricardo Pont, que ele tem aquelas pilhas e pilhas de documentos. Mas ali ele tem tudo.

A3: Ele é à moda antiga. Na Bandeirantes, não tem.

A1: Ali ele tem tudo, no kit. Ele tem um kit com os assuntos. Tu quer falar do caso do menino do caso que está fazendo aniversário hoje. Se ele for soltar esse repórter agora, ele vai dar ao repórter o kit com toda história do menino Bernardo. Tem toda história ali. Ele é muito bom.

A2: Ele era de jornal? Quem tem alfarrábios assim é o Sérgio Becker, o pai do meu filho. O que tu quiser, ele tem no arquivo.

A3: Tem uma supressão de degraus, sem ter tido outros níveis de carregamento de informação anterior.

ENTREVISTADOR: Como por exemplo?

A3: Eu fui produtor. E o Ranzolin não deixava eu chegar à reportagem direto. Antes tinha que ser produtor, não era dois ou três meses. A questão da escala hierárquica dentro das redações. Acabaram com os chefes de reportagem. Hoje, eles são gestores.

A1: E antes tinha pauteiro. Pauteiro da manhã e da tarde. Ele ficava criando assuntos.

ENTREVISTADOR: Me chamou atenção um ponto, que vocês falaram que saíram todos os dias da semana. Hoje, vocês acham que é diferente? Eu quero ouvir a percepção de vocês

A1: O repórter hoje é de redação.

A3: Eu não tenho dúvida que o repórter virou de redação e telefone. Tem uma questão custo, uma questão sistema, e dependendo da rádio, você só emprega estagiário.

ENTREVISTADOR: Nessa linha, vocês elencam questão tecnológica, cultural, financeira?

A3: A financeira pesou muito. Financeira e sistema.

A2: Mas não é a questão financeira que faz o repórter não querer ir para a Câmara fazer uma matéria, ou ir na esquina fazer uma manifestação.

A3: Mas às vezes, não é repórter, A2. É estagiário. Ele não tem a menor noção de onde estão jogando ele. Ele não está ambientado de que tem que sair.

A1: Eu acho que não é isso que faz perder a qualidade. Hoje, tu tens o WhatsApp. Tu pode fazer a mesma coisa. Pode pegar por WhatasApp.

A2: Pegar secretário fugindo de oficial de Justiça.

A1: É um testemunho histórico.

A2: Recebi uma denúncia de que estavam desviando roupas de uma das enchentes da ilhas. As mulheres do gabinete da primeira dama estavam roubando as roupas. Escolhendo o que

queriam. Eu fui lá, me sentei e vi que era. Eu só vi que era porque eu fui.

A1: Queres pegar um exemplo da Gaúcha? Tu vê o trabalho que o FULANO faz, e que os outros fazem.

A3: O Cid é moda antiga. Não estou dizendo que vocês não fazem serviço de qualidade. Mas é que, claro que mudou. Mesmo com as facilidades, os repórteres deveriam sair mais. Para algumas pautas, deveriam sair mais.

ENTREVISTADOR: Mas volto à questão? Por que eles não saem mais, na visão de vocês? É dinheiro, tecnologia, cultura da reportagem?

A3: O chefe não manda. Porque tem que gastar com carro e coisas assim.

A1: Eu acho que o repórter produz mais quantidade dentro da redação do que na rua.

A3: Quem está ali é alguém muito verde, que não sabe que muitas vezes tem que sair.

A1: As chefias querem mais quantidade hoje. Não muito qualidade. Tu pode ver ouvindo o Correspondente Ipiranga. E ouça o Ipiranga de antigamente. Hoje, as notícias tem três linhas, ou quatro linhas.

A2: O padrão de qualidade da Guaíba era até no atender o telefone. As pessoas tratavam o ouvinte com respeito. Hoje, a RBS não quer receber uma pauta na sua porta. Eles não querem receber.

A3: Eu cansei de ir na portaria atender o fulano que está aí, e vê se rende pauta. Às vezes, é um cidadão comum, seja de SUS, seja de CEEE.

A2: Mas teve um momento que a RBS brigou com o cidadão que levava a pauta. Aí começou a brigar com o jornalismo.

A3: Aí tem uma diferença: a Gaúcha e Guaíba têm redações clássicas. A Band tem uma redação integrada, linear, para rádio e TV. É tudo junto. Online, agronegócio, duas rádios e TV. Tudo junto. É meio esquizofrênico.

ENTREVISTADOR: Naquele período dos anos de 1990, tinha a integração de um profissional atuando em vários veículos? Havia uma integração entre os veículos? Vou trabalhar em rádio, em jornal? Havia mais fluidez?

A3: Está estaque [...] Compartilhamento de noticiais? Era muito raro.

A2: A gente gostava de furar o jornal, né?

ENTREVISTADOR: Tinha essa competição entre o repórter de rádio, jornal e TV?

A2: Eu peguei.

A1: Eu peguei o caso Menazen. Eu estava na RBS TV na época. E o delegado da época se fechou. Ele estava na Zero Hora. Já tinha descoberto, só que a Zero Hora queria dar furo. Aí eu fui, não me deixaram entrar. Eu, repórter da RBS TV. Não me deixaram entrar, porque estava todo um esquema montado com a Polícia divulgar na capa do dia seguinte. O que eu fiz. Eu e o câmera fomos para frente da Zero Hora. Quando o delegado saiu, ele não viu. Eu fui nele e ele foi obrigado a dizer. Aí ele me disse e teve que chamar uma coletiva. Os caras da Zero Hora ficava indignado comigo.

A2: A gente trabalhava com furo.

ENTREVISTADOR: Hoje tem menos furo?

A2: Hoje não tem furo. Tu tem que trabalhar multimídia. Tu está fazendo tua matéria e está tirando tua fotografia junto. E está passando para o jornal.

A3: tirando o Grizotti, que faz umas investigativas. Tirando o Metro, que de vez em quando fura.

A1: Hoje, tem uma outra coisa. Com as redes sociais, as fontes também gostam de furar.

A2: Mas eles têm seus repórteres também.

A1: Então eles colocam no twitter e eles furam os próprios repórteres. Aquele Amorim, promotor de Justiça. Ele adora, pela rede social, dar as notícias.

ENTREVISTADOR: Teve algum tipo de treinamento quando chegou telefone celular? Computador? Quando chegaram esses equipamentos novos na redação

A3: Teve.

A2: Teve.

ENTREVISTADOR: De juntar a redação e explicar?

A2: Eu peguei na Zero Hora em treinamento. O sistema era único e diferente.

A3: O sistema do rádio era diferente do do jornal e da TV.

A1: E na redação da Guaíba, era só um computador que tinha internet. Ali o Marcos Hoffmann, que trabalhava lá como redator, ele ia ali pegar as notícias da Folha de São Paulo, do Estado de São Paulo.

ENTREVISTADOR: Uma outra questão, mais econômica, que é meu foco. A carga de trabalho e de demandas eram compatíveis com as práticas de apuração. Dava para fazer bem? Não tinha excesso de trabalho?

A3: Excesso sempre teve. Nós éramos menos repórteres. Hoje tem muito mais repórteres.

A2: Eu cansei de trabalhar 14 ou 15 horas.

A3: às vezes, era eu, o Villard e o Felipe. Outras vezes, era o Farid, a A2 e mais alguém.

A1: A gente não ia embora sem concluir. Se tinha uma reunião, eu só ia embora quando concluísse. Eu cansei de gravar boletim da Guaíba meia-noite para deixar. Eu estava de casa gravando para o Bom Dia, no dia seguinte. Eu não me sentia bem. Eu não dava bola se estava ganhando ou não. Eu não me sentia bem em não ter concluído ao trabalho. Ter deixado uma coisa de lado.

ENTREVISTADOR: Com relação ao salário, vocês sentiam que ganhavam bem ou não?

A3: Salário a gente sempre ganhou mal. Piso sempre foi piso. A Gaúcha tinha alguma coisa assim. Assim que tu fosse ganhando mais experiência, comecei a apresentar um programa, ganhava um aditamento de 500 reais. E quinquênios. A cada cinco anos tu ganhava mais.

ENTREVISTADOR: A Guaíba tinha quinquênios?

A1: Tinha quinquênios

A2: Eu saí da Gaúcha e quando voltei, eles não tinham como me pagar muito mais. Eu fui para a Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho. Então eles disseram que iam manter quinquênios, como se eu não tivesse saído da empresa. Aí com isso, eu acumulei. Sempre tive dois empregos.

A1: Eu acumulei, mas também sempre tive dois empregos. De manhã em um lugar, e de tarde, no rádio. Eu trabalhei na TVE e de tarde na Guaíba.

A3: Eu trabalhava dentro da empresa. Na Zero Hora, na Gaúcha e na TV Com.

ENTREVISTADOR: Vou perguntar para vocês. Nesses casos, eram dois contratos?

A3: Dois contratos, dois crachás. E quando trabalhei nos três, eram três contratos e três crachás.

A2: Eu trabalhei na Gaúcha e na Zero Hora. Depois na Zero Hora e Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho. Eu acho que é o diferencial. Esse repórter Multimídia é uma forma de pagar menos para o cara fazer mais. Passar suas matérias, fazer foto! De onde ele é fotógrafo? Fazer foto e produzir vídeos. Dirigir carro. Por que um colega jornalista morreu? Porque estava dirigindo carro. Não temos é sindicato decente para ir atrás disso.

ENTREVISTADOR: O profissional multimídia era requisitado naquele tempo, como é hoje? O profissional tinha que ser multimídia, ou era por capacidade? Isso era diferente?

A2: Não tinha multimídia. A gente era contratado por dois veículos da mesma empresa. Quando eu saí, estava iniciando.

A3: Quando eu estava no jornal, eu estava no jornal. Quando eu estava no rádio, eu estava no Rádio.

A2: Quando eu estava saindo, obrigaram a gente a assinar um contrato dizendo que tudo que a gente fizesse poderia ser aproveitado por qualquer veículo.

A3: Mas daí era a nossa produção. Que alguém depois poderia reaproveitar no site.

A1: No início, também não havia uma multifunção. Repórter era repórter, locutor era locutor, redator era redator. Hoje, não. Hoje, os redatores entram e fazem microfone também. Isso não tinha. Depois foi surgindo.

A2: Na Gaúcha, já tinha. O chefe de reportagem dava as manchetes. Mas isso era bem pontual.

ENTREVISTADOR: Uma questão bem econômica: se tinha a necessidade de fazer algum tipo de atividade indiretamente ligada ao jornalismo? Por exemplo, vender anúncios, dirigir carro da empresa? Fazia-se isso?

A2: Já estão fazendo isso? Ninguém fazia isso.

A3: Departamento comercial era departamento comercial.

ENTREVISTADOR: Então o repórter não tinha essa obrigação?

A3: O jornalismo não se mistura com o comercial.

A2: Hoje, o comercial é amigo, aparece nos eventos e diz: faz aquela pauta lá, meu querido.

A1: Tinha a pauta 500, que era diferente, porque tinha interesse da direção.

A2: Pauta quinhentos era interesse da direção. Uma época, o Moretto me chamou e me disse:

A2: O Fortunati tu não entrevista mais. Tinha dado uma briga lá da prefeitura, de anúncios. O Fortunati está na lista negra. E eu fui ao Fortunati e disse: Fortunati, não posso te entrevistar mais por causa disso. Tu estás numa lista.

A3: Se tem um empreendimento, é de interesse ou não é falar. É de interesse ou não é. Isso é a pauta 500.

ENTREVISTADOR: Eu quero me aprofundar nessa questão pelo seguinte: e daí posso entrar mais no tema.

A2: Isso é interesse econômico. Porque eu não poderia entrevistar o PT naquela época? Porque tinha uma briga na assembleia de ICMS. E a empresa tinha interesse.

ENTREVISTADOR: Vocês acham que aquilo que vocês produziam, jornalisticamente, tinha um viés econômico? Ou o viés era jornalístico? Vocês enxergavam aquilo como um produto comercializável?

A3: Não

A2: Não

A3: A gente queria modificar a vida de alguém.

A2: Poderia ter uma excessão. Um encontro de construção civil, em Gramado. Mas a gente era livre para fazer as pautas.

A1: Mas aí a gente ia sabendo que aquela era uma matéria de interesse da empresa.

A2: tu fazia quem tu queria, não era o fulano ou beltrano. Picaretagem, meu amigo, é o departamento comercial que faz. E vou te dizer mais. Só quem ganha dinheiro com a RBS é a RBS.

ENTREVISTADOR: E hoje, a reportagem é pensada, e o repórter já pode pensar na questão financeira? Isso tinha no tempo de vocês? O que vocês acham?

A3: O repórter pensa menos. Ele recebe pronto.

A1: Mas a chefia dele pode ter interesse que ele nem perceba. Isso é mais parte da chefia. Ela pode mandar fazer uma pauta com interesse. E não te avisa.

A2: eu vejo programa da RBS em que a apresentadora apresenta a obstetra dela, a ginecologista dela. É a médica que está fazendo o regime dela. Eles comentam entre si. Eu vejo e penso: teve uma geração de produtoras na RBS que eram noivas, fizeram matéria com o ginecologista. Casaram e começaram a fazer matérias com obstetras. Os filhos estavam

com três ou quatro anos e começaram a fazer matérias com dicção. Isso está acompanhando uma geração de produtoras que estão lá há 10 ou 15 anos. Mas quando tu começa a colocar teu médico particular, vira picaretagem.

ENTREVISTADOR: Eu achei interessante esse ponto de o chefe de reportagem incutir na pauta algo que o repórter não perceba. Naquela época, já tinha isso?

A1: O dono da Rádio Guaíba queria comprar a CRT. O governador não permitiu. Aí ele mandou a gente fazer matéria contra o governador. O Renato Ribeiro queria comprar a CRT. O Britto disse: tu pode comprar, mas é consórcio. Tu vai ter que te juntar a um dos grupos que está interessado na compra.

A3: E eu, do outro lado, fui pautado para fazer as dívidas dele no ICMS.

A1: Nós fomos usados para interesses da empresa. Nós ficamos proibidos de entrevistar o Britto, de falar o nome do Britto, porque ele foi contra. Fomos orientados de falar o nome do Britto, porque ele não permitiu que o Renato Ribeiro entrasse sozinho na competição para comprar a CRT.

ENTREVISTADOR: Nesse caso, a pauta era uma mercadoria?

A3: Era uma pressão.

A2: Não era um capital. Era uma pressão. Porque aí entra a questão política. Não só econômica, mas também política.

A1: Talvez hoje seja mais disfarçado. Só as chefias saibam. Mas era aberto. Na minha época, era aberto ao repórter.

A2: Eu nunca tive isso. Eu lembro de um episódio, eu estava na Zero Hora, na época da construção do Shopping Praia de Belas. Havia uma polêmica no entorno do município. A chefe me falou o seguinte: A2, tem um zum zum zum de que os vereadores estão vendendo votos. Um vai ganhar um apartamento. E a RBS tem interesse que a votação seja limpa. A RBS quer participar do empreendimento. Se tem vereador vendendo voto e ganhando apartamento, nós queremos saber. Isso aconteceu. Não era nada escuso. Ela ainda participa de empreendimentos. Na época, ela tinha interesse que não houvesse isso, dos vereadores estarem vendendo para dar o voto. Eu fui sinalizada.

A1: Isso sempre houve.

A2: Enquanto eu trabalhei na ZH, eu não tive pressão nenhuma. Eu lembro que a Núbia se debulhava em lágrimas. Era uma pressão. A pressão era política. O cara que ligava e dizia: eu sou assessor do Nelson Sirotsky, e um cara caiu num arroio, e estava bêbado. Não tinha essa. Não tinha interesse. Eu vou te dizer: o Nelson era chamado. Se a Zero Hora já tem, eu não posso fazer nada. Eles chamavam e diziam: se já tem a matéria e é pública, nós não vamos censurar.

ENTREVISTADOR: Pra vocês, o repórter era só uma ferramenta dentro da engrenagem de uma produção de atividade econômica, ou esse repórter tinha uma função social?

A3: Eu sempre me achei parte da engrenagem. E sempre achei que minhas matérias tinham um fundo social. Tanto o Moretto, quanto outros, fomentavam isso. Tem que mexer com as pessoas. Tem que estar ligado à vida das pessoas. Numa invasão do Humaitá, contraria interesses econômicos. Mas a gente tem que resolver o problema daquelas pessoas, entende. A gente ajudava a resolver o problema daquelas pessoas.

A2: Numa fiscalização de supermercado, e eu não queria dizer qual era o supermercado. E aí o Lauro perguntava: tu pode dizer qual é o supermercado. E eu dizia, era o Zaffari, ou o Carrefour. Quando eu voltava, o Baggio dizia: o que que é isso aí, e eu ia tomar xixi. Daí eu dizia: o Lauro perguntou. O que eu ia dizer. A gente ia testando. Eu, em sua consciência, achei que dizer que era o Zaffari ia dar confusão. Mas se o apresentador perguntou e ele tem autonomia no programa dele, eu ia dizer. Evidentemente.

ENTREVISTADOR: Poderia ocorrer de não fazer a pauta que poderia contrariar interesse comercial da empresa?

A2: Não era não fazer a pauta. Era não dizer o nome. Era na época de fiscalizações.

A3: Aí virava um supermercado da zona sul

A2: Estou aqui em um grande supermercado. Era orientação naquele início. Depois não.

ENTREVISTADOR: Se o fato de ser um anunciante afetava o repórter?

A3: Ninguém deixava de cobrir por ser um grande supermercado, ou anunciante da empresa. Aí avaliavam se ia dar o nome ou não. Invariavelmente ia o nome ao ar.

A2: Eu era a que dizia.

A3: Tu era especial. Eu era repórter B. Ela veio do jornal como top do top.

A1: Mas esses interesses econômicos sempre existiram. O velho Breno Caldas recebia o João Leitão de Abreu, chefe da Casa Civil aqui. Tu acha que ele vinha aqui para uma visita de cortesia? Dizia que ele vinha se aconselhar. Mas eles fechavam algo. Interesse sempre houve, desde o descobrimento do Brasil, sempre houve e sempre vai haver.

ENTREVISTADOR: E o repórter no meio de tudo isso?

A1: o repórter é usado conforme o interesse.

A2: eu penso diferente. O repórter trabalhava e trabalha buscando a verdade, a Justiça e transformação social.

A1: ele não pode dar opinião.

A2: quando eu vejo uma repórter com um diretor, eu penso que não. Quantas coisas a gente abriu mão da nossa vida profissional para fazer um jornalismo com dignidade? Eu lembro de uma vez, que dois repórteres diziam: meu amigo delegado. Um soldado, um capitão. Os caras nem gostam de nós. Eles não são nossos amigos. Não tem que estar elogiando tanto. Para com isso. O outro parou de dizer. Hoje ele é repórter investigativo, e chamar os delegados de amigo. O que é delegado amigo meu. O nosso jornalismo era mais indignado e procurava ser mais autêntico

A1: E quando a empresa quer usar, ela não usa todos. Ela tem quem usar. Ela chama o editor de economia do jornal. Não vão chegar para o repórter da rádio e dizer. A empresa tem os dela. Isso sempre foi assim e sempre será assim.

A2: eu lembro de uma época que ocorreu algo interessante. Deu um episódio com o Delfim Netto. Ela fez um monte de perguntas bestas. E contaram para o Nelson Sirotsky. E disseram: eu não quero mais essa repórter. E quem é essa repórter? Da RBS. E o Delfim ligou para o Nelson e disse: que repórter burra vocês mandaram. Daí em diante, para ir em reuniões almoço, tinha que ser repórter conhecido. Eu fui castigada por quase um ano. Eu tenho trauma com aquilo.

Apêndice B

Entrevistador: Antes de qualquer coisa, vocês querem se identificar?

B1: Sim

B2: Posso me identificar sem problemas.

B4: Não sei. Depende das respostas

B1: Tu acha que a gente pode colocar muito em jogo a política da empresa.

Entrevistador: Se vocês quiserem se preservar, eu posso preservar.

B1: Não dá para ser no final?

Entrevistador: Não. Se vocês se identificarem agora, talvez não se fale aquilo que não gostariam de falar assumindo.

B2: Eu prefiro não.

B3: Pelo bem da sinceridade, eu prefiro não.

Entrevistador: São algumas perguntas, e eu quero que cada um responda. O horário em que você trabalha?

B4: Cinco horas, entre 7h e 12h.

B2: Cinco horas entre às 14h e 19h.

B3: Sete horas, com uma hora de almoço entre 6h e 14h.

B1: Eu trabalho cinco horas no papel, mas eu trabalho umas seis. Das 14h às 19h.

Entrevistador: Todos os dias da semana?

B1: Sábado das 7h30 até 12h30.

B3: É alternado no final de semana. Agora vai ser alternado.

B4: A mesma coisa que o B3

B2: uma folga semanal.

Entrevistador: Qual é a quantidade de pautas recebidas por dia da chefia?

B3: Da chefia, em média três pautas.

B1: Três ou quatro.

B4: Três.

B2: Três ou quatro, dependendo do dia.

B4: Depende também se eu estou acumulando uma função.

B2: Depende. Às vezes é uma só. Se eu for fazer uma cobertura na assembleia. Eu vou lá com uma pauta e posso voltar com duas ou três.

Entrevistador: Qual é a quantidade de pautas executadas por dia?

B3: Seis pautas, entre as que não dão nada, as que vão ao ar e que ficam para o dia seguinte.

B1: eu trabalho numa média de três. Entre checar, executar e estar com ela pronta.

B4: Executar por dia, duas a três ou quatro, se for mais simples. Para checar. Mas se todas renderem, fica em três.

B2: Duas ou três pautas. Às vezes, tu liga para um milhão de coisas.

Entrevistador: Vocês publicam quantas por dia?

B2: Umas três.

B1: Três matérias ou quatro matérias.

B4: Considerando que a gente tem uma meta diária de publicação de duas matérias por dia, se hoje tu vai cobrir um protesto. Eu tento antes de ir para o protesto, eu tento achar uma outra coisa, uma ocorrência qualquer, ou algo mais simples. Para que eu possa ficar e publicar. Para ter esse link publicado, e ter o protesto publicado, para que eu consiga fechar o dia com aquilo.

Entrevistador: Nessa pauta que vocês executam, tem produção multimídia? Eu coloquei opções? Sonoras, vocês fazem?

B1: Sim

Entrevistador: Fotografia, vocês fazem?

B3: Se estiver no local, sim. Ou recebe

Entrevistador: Vídeo?

B1: Sim.

B4: Sim.

Entrevistador: Texto? Todo mundo faz texto no local?

B1: Sim.

B2: Sim.

B3: Sim.

B4: Sim.

Entrevistador: Publicações em redes sociais?

B1: Sim.

B3: Sim. Twitter.

B4: Sim.

B2: Sim. Twitter. Facebook eu não acabo publicando muito. É twitter mesmo

Entrevistador: Vocês atuam em mais de uma atividade na rádio? Por exemplo, vocês são contratados como repórter. Vocês fazem outra função, das quais posso citar algumas: repórter, âncora, apresentador, locutor, produtor.

B1: Sim.

B3: Muito raro, eu faço edição de noticiário. Mas, em geral, é repórter.

B1: Eu só repórter, eu sou editor, produtor, apresentador.

B4: Sim. Com frequência também, tenho que dividir o turno entre fazer reportagem e apresentar a CBN. Às vezes, tenho que fazer produção e reportagem. Tudo varia, principalmente aos finais de semana.

B2: faço apresentação de programas. Eu tenho um programa, então produzo ele semanalmente. No final de semana, faço mais o trabalho de produtora e redatora de notícias. Isso não quer dizer que eu não goste de ser repórter também. E participo de programas, como repórter, mas também como comentário.

Entrevistador: Vocês atuam em algum outro veículo do grupo com frequência?

B3: se valem as coisas do jornal, sim. Em dois. Dois jornais, mais a CBN. Eu entro todos os dias com um resumo de segurança para a Sucursal de Santa Maria. E não raro, eu entro para a Gaúcha Serra também.

B1: Só como colaborador, não é uma atividade permanente. Se eu tenho uma coisa, eu posso dividir. Tanto com jornal como com TV. É mais colaborativo. Não é fixo.

B4: Lá, tanto a gente trabalha, como às vezes, a gente trabalhada. Hoje eu fiz essa matéria para rádio, mas para o jornal, é importante que tenha tal coisa que para a Rádio não faz a menor diferença. Aí tu vai atrás apurar: preciso de uma âspas para a matéria do fulano pra essa matéria. Então é diferente. Até o texto é diferente do que eu faria se eu fosse fazer um texto para o antigo site da rádio.

B3: Inclusive eu não penso no texto de rádio. Eu penso, geralmente, no texto aprofundado para o Online. E nesse meio tempo, vou pegando um resumo para fazer para o rádio.

B1: Eu penso no meu texto como uma característica online. Meu texto é de site. Na hora que entro no ar, tento deixar meu texto mais sucinto e objetivo.

B2: depende da pauta. Se for uma ronda policial, que não tem muita coisa. Que é uma coisa que eu não tenho tanto interesse, eu faço um texto curto que eu posso gravar direto. Se for uma pauta mais pensada, que eu tenho pouquíssimo tempo para fazer ultimamente isso, aí vou fazer um texto maior. Vou abrir com âspas, como se tivesse entregando para o jornal.

Entrevistador: A jornada de trabalho passa do previsto dos contratos habitualmente?

B1: Sempre.

B4: Antigamente, com mais frequência. Atualmente, com o controle que tem, dificilmente.

B3: Eu digo que não. No meu caso específico, não.

B4: quando eu digo dificilmente, é mais porque no máximo, eu vou precisar ficar mais alguns minutos. Ah, preciso gravar uma coisa antes de sair. Mas se deu meu horário, eu fecho minhas coisas e indo embora.

Entrevistador: E fora do horário? Vocês seguem produzindo alguma coisa?

B4: Só se eu receber mensagem de alguém. Eu nunca vou propor algo fora do meu horário para ver se tem novidade ou alguma coisa. Mas se alguém me mandar, eu vou conversar com uma pessoa.

B1: Pra mim é muito comum. Mas é mais uma característica minha. Eu trabalho de manhã, em casa. Trabalho à noite. Estou sempre pensando em alguma coisa, contatando alguém e pensando em outro dia.

B3: Eu costumo falar com fontes fora do trabalho. Geralmente respondo o que eles enviam. Mas também pergunto. Especialmente se não está na pauta do dia.

B2: Eu também. Recebo muita pauta. Em geral, eu repasso para alguém. Se é alguma coisa que estou acompanhando. Eu posso fazer um contato fora. Mas eu estou tentando diminuir isso, porque pra mim é prejudicial. Tem que ter vida fora do trabalho. Mas eu geralmente produzo o meu programa fora. É no outro trabalho.

B4: Eu já fiz mais isso. Comecei a parar porque não sentiu. Tu começa a enlouquecer. Eu passei a parar. Acabou o horário e eu vou parar de fazer.

Entrevistador: Pra quem permanece na redação fora do horário, é pago um valor adicional, caso a chefia te peça para ficar mais?

B1: Com o aval da chefia, sim

Entrevistador: Isso ocorre com frequência? E vocês ficam por espontânea vontade de cumprir uma pauta, ou porque o chefe pede

B2: Eu fico geralmente para terminar uma pauta.

Entrevistador: Tu bate o ponto no horário ou não?

B2: Depende, mas geralmente bato o ponto. OU não bato o ponto e tento fazer um banco de horas. Mas é uma coisa meio virtual. Eu faço o acerto de ponto depois. Eu vou marcar hora extra e vou pedir uma folga depois. Mas nunca é bem compensado. Eu tinha folgas, e eu ganhei uma. Eu não vou cobrar. Mas quando eu precisar, eu vou lá pedir.

B1: Minha situação é mais complicada, porque eu tenho um programa diário. Então, se eu for entrar às 14h e começar a me preocupar com meu programa, vou estar liberado para pautas às 16h. Aí terei três horas de apuração. Vou ter que correr muito atrás da máquina. Aí eu me boicoto e entro cedo. Minha situação é seguinte: alguns dias eu bato ponto, mas alguns dias eu não bato. Eu me polio, e é algo maluco. Eu poderia ter muita hora extra. Todos os dias eu faço, mas alguns dias eu bato. É meio que um acordo tácito. Eu não troco por folga, mas por grana. Eu sempre peço aumento por causa das minhas atividades acumuladas, e como não me dão, ficou assim. Vai até aqui de hora extra que a gente segura.

B4: Eu faço hora extra só quando me pedem.

B3: É muito difícil eu ficar fora do meu horário. Cinco minutos, mas só para alguma coisinha.

Entrevistador: Vamos entrar em uma questão do cotidiano. Semanalmente, quantas vezes vocês saem para reportagens externas? Mais de uma vez ao dia, uma vez ao dia, duas vezes por semana, três vezes por semana, ou mais de três vezes por semana?

B4: Uma vez por semana.

B1: entre uma e duas vezes por semana.

B2: Depende das semanas. Numa média, três vezes por semana.

B3: Eu acho que duas vezes por semana.

Entrevistador: Vou dar opções e vocês vão dizendo. Para vocês coletarem informações, quais são as principais formas de busca de notícias? Vocês saem para pautas externas, vocês coletam informações através de contatos, com levantamento de dados através de investigações com fontes não oficiais, com despistamento (disfarce), ou com análise. Eu sei que todos, em algum momento, acabam fazendo alguma dessas atividades. Quais dessas vocês identificam as principais?

B4: Mais comum é telefone.

B3: WhatsApp!

B1: É WhatsApp. Mas também é subjetivo.

B2: Eu já coloco o telefone, mas é o WhatsApp.

B1: Mas é subjetivo, porque quem nunca ninguém ligou para algum lugar sem se identificar?

B4: Verdade. O Pronto-Socorro não está funcionando? Aí eu ligo para a assessoria de imprensa e digo: Oi, o pronto-socorro não está funcionando.

B4: Ir ao local do fato, ocorre mais quando a chefia propõe, ou quando um fato realmente se impõe. Se uma vacina está bombando, e tu vai ver como está. Mas, se não, é mais se eu estou na redação e surge alguma coisa. Olha, eu acho que vale ir para lá. Eu acho que pode estar acontecendo.

B1: A investida in loco tem que valer. Eu acho, tem uma questão logística. Se o chefe me liberar para uma pauta, eu perco duas. Tem questão de motorista. Tem que render.

B4: teve uma vez que eu fui em uma pauta in loco que foi um fracasso. Eu cheguei lá e foi um fracasso. Foi um protesto que estava marcado na UFRGS, e tinham seis pessoas. Foi um fracasso total. Não tinha nem o que chamar.

B3: Inclusive, tem uma cobrança para que a gente saia mais para a rua. Mas os meios para que a gente saia para a rua são muito limitados. Ah, não tem motorista. Será que vale a pena ir e deixar essas duas pautas? Não sei se vale a pena ir até lá.

B1: Se tu for lá, vai gerar hora extra.

B2: Meu chefe toda hora diz assim: se for lá, não vai dar tempo de fazer as outras pautas. Ou não vai dar tempo de fechar o texto.

B3: Mas nas reuniões de análise de trabalho, sempre dizem: tu tens que sair mais. Tu tens que ir mais para a rua. Eu queria, mas...

Entrevistador: Eu queria entrar numa questão econômica aí. Vocês acharam um tema bem interessante. Quando vocês se propõem a ir ou não em uma pauta, vocês levam em consideração de não ter motorista, de ter que fazer hora extra, de gasto de ir até tal lugar e não valer jornalisticamente. Vocês pesam isso quando estão discutindo se vale ou não ir a uma pauta?

B2: Sim. Se é algo que tu pensa, se é meio fraco. Vou dar um exemplo simplório. Tem um incêndio, já está terminando. Pode ser na zona sul. A gente não vai. A gente já está sem motorista, o motorista é o mesmo que pega os meninos do esporte, aí já falta uma hora para tu ir embora.

B1: Eu acho que o que mais vale é o valor-notícia. E não interessa. Se for um incêndio no HPS de Novo Hamburgo. Eu tô cagando para o que eles vão gastar de gasolina. Isso é notícia.

Entrevistador: O fato se sobrepõe à questão de custos. Mas vocês se limitam a isso? Com pensar que eu vou fazer hora extra, vai gerar custo para a empresa, o motorista vai fazer hora extra?

B2: Sim.

B3: Eu não penso no dinheiro. Eu penso nos meios.

B4: eu penso que eles não vão querer gastar.

B3: Em geral, eu não trabalho com a hipótese de hora extra. Então eu já estou com as horas previstas. Mas não penso muito se vai gastar isso ou aquilo. Eu penso se vai render aquela pauta para que eu entre algumas vezes com aquela informação.

B1: eu acho que quem pensa nisso antes de mim, é meu próprio chefe. Ele coloca na balança antes. Se ele abrir um flanco para eu sustentar a investida. Mas eu coloco um pouco em consideração.

B4: Antigamente, a gente saia muito com motorista. Agora, a gente sai com Uber. Então se eu vou em algum lugar, eu já sugiro um Uber. Eu ligo e digo: vamos para tal lugar, acho que vou de Uber né? Eu já sei a decisão que a empresa vai tomar. Mas eu sei que a empresa vai preferir me mandar de Uber do que com motorista. É uma política nova e acho que é uma

questão financeira. Tem menos profissionais, tem menos motoristas. Então, se é perto da rádio, vai de Uber. Só vai de carro se for circular com o carro.

B2: é mais ou menos isso.

B1: Trabalhar na Rádio Guaíba é estar no centro de Porto Alegre. Eu faço muito a pé. Eu ir para o Palácio Piratini a pé.

B2: Eu pensava assim, mas já acho meio absurdo. Vou chegar esbaforida, suada na pauta. Isso está errado! Eu não vou nunca me recusar a ir na pauta. Não vou pedir um Uber pra mim, para ir ali. Mas se tiver carro, eu vou. Sinceramente, acho um absurdo. É a cara da empresa que está chegando ali. E estar chegando suada.

B1: A B2 está certa. Só que o motorista está no intervalo do almoço. Ele está levando equipamento.

B3: É a mesma coisa para a gente. No caso, é o Palácio da Polícia, que fica perto. É o lugar que eu mais vou. Eu penso que até chegar o carro, que tem uma burocracia, eu já estou lá.

B4: Mas eu vou de carro até a EPTC, por exemplo. Se estiver chovendo, eu digo: peguem e me levem. É do outro lado.

B3: Eu já fui a pé correndo com o Access embaixo da camiseta.

Entrevistador: Vamos para o segundo aspecto. Eu perguntei muito sobre rotina e percepção sobre este ponto, que é o mais importante? Vocês dizem que fazem três a quatro pautas por dia. Neste aspecto, vocês ficam satisfeitos com a qualidade dos materiais produzidos?

B2: Quase nunca. São pautas muito rasas. É muito difícil ter tempo para fazer uma reportagem mais aprofundada. Um deputado fala x. O quanto eu vou conseguir me aprofundar para saber se é verdade ou falacioso. Eu me questiono bastante quando vou colocar algum tipo de manifestação no ar. Eu tô muito mais crítica com polêmicas. Muitas vezes tu vê que é mentira, ou meia verdade. Somente para avacalhar com uma pessoa. Quando é uma pauta policial. Fulano morreu em tal circunstância, mas não sei de onde ele veio, em que circunstância. E nem vou atrás. Eu não vou lembrar no outro dia. Tu vai dar uma atenção só para uma coisa: mataram o menino Bernardo, para uma coisa muito grandiosa. A gente faz e no outro dia nem lembra daquela pauta.

B3: eu fico decepcionado quando não consigo. Em geral, eu me sinto satisfeito e pensando que, dentro das possibilidades, eu fiz o que podia. Eu que praticamente só faço polícia. Eu geralmente falo com a Brigada Militar. Mesmo que eu não consiga e não precise. Eu tento o contato de um delegado, de um familiar. Mas tem dias que realmente, eu saio decepcionado. Alguém vai ler e depois. Quando eu consigo contar a história direito, eu saio pensando: que legal.

B1: eu tenho um pensamento distinto. Eu saio satisfeito de várias matérias que eu faço. Eu trago as minhas sugestões de pauta. Eu já chego antes pra me produzir a minha matéria. Eu me sinto satisfeito de fazer boas matérias e repercutir em algum nicho. Algumas saem meio a bangu. Mas é meio subjetivo, olha o que diz a B2: se um deputado falar uma coisa e a gente for investigar... ao mesmo a gente trabalha num meio online. Tem uma característica. Eu não trabalho numa revista Piauí, com Deadline, com espaço bem maior. Mas dentro desse perfil online de site e de rádio, que é mais sucinto.

B2: Eu não quis dizer que eu não gosto do meu trabalho. Eu levo com seriedade. Mas talvez, se eu tivesse mais tempo, eu poderia fazer mais coisas bacanas.

B4: dentro da minha possibilidade, eu acho que faço um trabalho legal. Dentro do que a Rádio se propõe, de trazer serviço e atualização diária, acho que a gente faz um trabalho legal. Eu não acho que faça matéria que vá mudar demais a vida de toda POA. Mas no momento que eu noticio que a escola tal está sem aula porque a secretaria não mandou professor, eu falei

com o diretor, talvez fosse um trabalho melhor se eu fosse até a escola. Mas quando eu falo um diretor falando do problema, um pai falando do problema, uma secretária fazendo algo.

B1: Aí tu liga no outro dia, e vê que está funcionando.

B4: Exatamente

B1: Tu fez diferença, e com três parágrafos!

Entrevistador: A quantidade de reportagens é importante para vocês? Vocês ficam felizes se fazem muitas matérias?

B4: Eu gosto. Eu não gosto quando uma coisa só. Porque uma coisa só precisa ser bem feita. Ou uma cobertura in loco. Mas eu estava comentando com o B3 e ele disse: Bah, que relatório de resposta. Tu fez quatro matérias hoje. É, mas três eu fechei tudo em cima da hora para ter aquela quantidade e cumprir as pautas do dia. Talvez se eu tivesse fechado três ou duas, eu tivesse apurado melhor.

B3: Eu sei que pode ser ruim para a minha meta de publicação. Mas eu prefiro fechar uma ou duas boas, do que oito.

B4: Eu acho que é uma questão muito pessoal.

B1: Uma coxuda, que balance governo e que repercute o tempo todo.

Entrevistador: Vocês têm metas de publicação?

B4: Sim.

B3: Sim.

B2: Não.

B1: Não.

Entrevistador: Isso interfere no pensamento de vocês? Preciso fechar uma ou duas? Vocês pensam nisso quando estão produzindo? Em fazer uma melhor e outra mais ou menos?

B4: Às vezes, se eu estou numa semana em que publiquei uma na segunda, uma na terça. Aí na quarta-feira eu preciso duas ou três. Caso contrário, vou ficar muito abaixo da média na semana. Às vezes, fiz aquela matéria do dia, mas A Defesa Civil mandou algo. Aí eu faço, porque terei mais um link.

B1: Na empresa que eu trabalho, não tem uma meta. Mas, se em um dia, não rolou nada, eu me sinto mal e tento dar uma compensada. Aí vou nas ruins, para fazer volume.

B2: Eu me sinto mal também se eu não fechar nada.

B4: Se tu não fecha nada 10h30, tu está aqui, ó.

B1: Eu faço até três buchas de maconha.

Entrevistador: Qual é a relação entre quantidade e qualidade da pauta? Sei que vocês vão tratar da qualidade, porque vocês têm um comprometimento com a informação e querem um produto de qualidade no ar. Então, entre fazer duas com apuração menor e uma com uma melhor. O que vocês preferem, o que vocês pensam que a empresa prefere?

B4: A empresa prefere, com certeza, duas matérias. Depende. Só se uma for muito boa.

Entrevistador: Sei que é complicado. Mas eu quero saber o que vocês imaginam sobre isso?

B2: O meu chefe talvez prefira duas. Mas eu prefiro fazer uma.

B3: Acho que depende da pessoa dentro da empresa. O Chefe de reportagem quer que dê conta de tudo. Mas talvez o pessoal que está no ar talvez queira uma história boa, com várias repercussões.

B4: Se for uma pauta, sim. Mas se não valer tanto assim, quem sabe tu faz essa boa e uma outra média.

Entrevistador: Vocês têm percepção que uma pauta poderia ser melhor apurada e aprofundada?

B4: Sim. E quem sabe, às vezes, a gente sugere para que o programa tal fazer algo.

B1: Quem nunca não ligou para uma fonte e disse: estou entrando no ar em um minuto, me resume em duas linhas. Entrei nas coxas, dei um contexto.

B4: E outra, tu estás fechando uma matéria entrevistando alguém, e o cara fala uma coisa muito boa, só que tu não vai conseguir incluir na matéria. Aí tu ignora e tem que checar outro dia. Tu não vai conseguir se dedicar a aquilo.

Entrevistador: Achei interessante o que vocês falaram. Quanto à questão salarial, qual é a percepção de vocês sobre isso. O salário condiz com aquilo que vocês executam, e diante da responsabilidade jornalística em produzir um material de qualidade, vocês acham que deveriam receber mais, menos, ou recebem mais?

B2: Sim.

B4: Principalmente pela responsabilidade

B2: Vai ser difícil achar alguém que ache que deveria ganhar menos. Mas depende da profissão. Eu acho que muitas pessoas são jogadas no mercado sem maturidade, sem passar por estágios. É necessário começar por uma base, e como tu tens que preencher o mais rápido possível, já que os veículos estão cada vez menores e é necessário preencher com a primeira pessoa que entre bem, a gente ganha pouco pela responsabilidade. Acho que muita coisa que não deveria vai ao ar. Falta uma seleção boa do que é notícia. Eu acho que deveríamos ganhar um pouco mais para ter sempre o comprometimento de não colocar no ar.

B3: Se você parar para pensar. Com a carga de responsabilidade que a gente tem e a responsabilidade que a gente tem, o mais normal seria a pessoa se largar nas cordas.

B1: A gente deveria ganhar mais, até por um acúmulo de função. É um absurdo, eu ganho piso de jornalista. Nesse acordo, me dão umas horas extras.

B2: O problema é que a gente vai aceitando isso também. Na verdade, a culpa é nossa. Tem pressão das empresas sobre o sindicato, que não tem grande atuação. A culpa é nossa porque aceita e se submete.

B1: A gente também é condicionado por uma questão: você está na vitrine.

B3: quantas vezes eu ouvi isso.

B4: olha a oportunidade que tu está tendo. Está todo mundo te ouvindo

B1: Só que a conta atrasou. Mas tu estás na vitrine.

Entrevistador: Vocês acham que as empresas poderiam pagar mais? E elas têm condições financeiras?

B3: A que eu trabalho poderia pagar umas duas vezes para cada um.

B1: A minha poderia me pagar mais. E poderia equalizar cargos que ganham mais. Tem gente na emissora que executa uma tarefa...

B2: Não fazem quase nada e ganham mais. Eu não quero me balizar por isso. Mas acho que o jornalismo tem dois ou três que ganham muito, e uma massa de trabalhadores que mantém os programas no ar, que ganham uma miséria, e se submetem a isso porque se não fizer, outro vai querer. E realmente, tem um monte de gente na fila do pão. Mas a gente ganha pouco porque se submete, e vai continuar se submetendo. E o jornalismo está afundando cada vez mais e a gente não sabe porque. Isso tem muito das empresas, de quererem ou não se comprometer com bons profissionais. E acham que somente bom profissional é o que tem um bom nome. Aí tu pode pagar mais.

B1: A B2 tá certa! Tem grife, mas quem segura o conteúdo e a peãozada.

B2: Só que cada vez a gente tem menos conteúdo. Porque cada vez tem menos profissionais.

B4: E tu também te submete a fazer as coisas tão na pressa, correndo. Eu não sei se posso falar o nome da CBN. A CBN é das 9h30 até o meio-dia. Eu fecho matéria no intervalo, ou quando faço uma entrevista gravada. Eu estou falando com uma pessoa e digo, obrigado. E

depois, de volta para a CBN Porto Alegre. Eu disse até para o estagiário, que perigo essa matéria ir ao ar. Eu escrevi essa matéria em um minuto e meio. Se tiver uma coisa errada, eu estou ferrada, ou ferro alguém.

B1: Não está certo ela receber o mesmo salário do que um outro colega que está flutuando nas pautas e fechou uma ou duas. Ela ainda está fazendo matéria no intervalo. Deveria ganhar mais.

Entrevistador: Vocês acham que seria interessante e pensam que a empresa se vale de vocês para ganhar dinheiro? Eu sei que existe uma questão jornalística e social, mas vocês enxergam o que produzem como mercadoria?

B1: Sim!

B3: Não. Eu tenho dificuldade em pensar nisso. Eu penso em como fiz, se fiz o suficiente e se foi o melhor.

B3: Nosso trabalho é o produto da empresa. A empresa existe porque faz jornalismo.

B4: Mas eu esqueço que a pessoa está pagando por aquilo. EU penso que a pessoa está recebendo aquela informação. Quando paro para refletir, eu me sinto mal. Fica em evidência quando tu faz um quadro que é patrocinado. Eu fazia em Santa Maria e era algo enlouquecedor. O que o shopping vai gostar de ouvir para continuar com esse patrocínio? Eles botam uma grana na rádio.

B1: Ninguém gosta de pegar uma pauta 500. Se tu pega e tenta transformar e dar um ar de notícia. No meu caso, é cristalina, pelo fato de eu apresentar um programa de agronegócio. Eu sugeri de ganhar quando entra patrocínio. Estão entrando patrocínios. A rádio ganha e eu não ganho. Então vai tu apresentar, então.

Entrevistador: Tu te sente uma ferramenta?

B1: Total! Venderam programas de agronegócio. E quem faz é o B1. Eu enchendo de grana a rádio, o comercial faturando, e os meus? Eu sou uma peça.

B4: tinha uma rádio no interior em que tu não ganhava nada. Tu só ganha se conseguir um patrocinador. Ficava tocando música.

Entrevistador: E durante as pautas, vocês recebem a informação que uma pauta pode vir a ter um viés financeiro e comercial?

B1: Eu consigo perceber, mas eu faço jornalismo. É complicado isso. Quantas vezes é um patrocinador. A pauta é negativa. Mas eu faço jornalismo, então te fode. Questão com o comercial e com a chefia. O que é o presunto do Zaffari podre. É uma empresa de grandes proporções.

B3: eu estou há três anos da rádio. Eu fui cobrir uma pauta 500, e eu não entrei no ar. Eu não sabia que era. Cheguei na redação e disse: essa pauta não valia a pena. Não tinha porque eu ter ido lá. Aí me olharam e disseram: mas era uma pauta 500. E eu disse: o quê?

B2: Eu já passei por duas pautas 500. Não tem tanto quanto o Correio do Povo. Algumas eu até entendo. Eu me sinto uma imbecil, especialmente quando são pautas da Igreja. Tenho que entrar no ar com aquilo ali. Vou falar rapidinho. Não vou fazer a mesma pauta. Vou dar aquele banho de luz. Meu twitter nem passa perto. Ninguém vai me obrigar e não tenho essa obrigação também.

B1: E não vou me queimar, pra galera não ver que estou jogando confete.

B2: Tem algumas que eu até entendo. Eu sabia que era tudo pago, mas era um evento que muita gente vai, que se pode pegar muita coisa boa. Milhares de pessoas vão lá. Tem pautas políticas, de economia. A Rádio recebe por isso e eu não recebo nada. Eu acho que é interessante. Se existe esse evento, é sinal que é importante pelo estado, e tem um caráter jornalístico.

Entrevistador: Eu volto à questão da ferramenta. Se vocês saíssem da função de vocês, as emissoras que vocês teriam outra ferramenta com facilidade?

B2: Sim. Ninguém é insubstituível.

B3: Talvez demore um mês, mas daqui dois meses...

B2: Isso é muito rápido.

B1: Tu estás falando com jornalistas do escalão mais baixo. Tem gente que muda uma característica de uma emissora toda.

B4: mas nem assim. O Benfica saiu do Esportes ao Meio-dia. Foi só a primeira semana, e depois ninguém lembra.

B2: Que nem nós, o Rech saiu e entrou o Nando.

B1: Aí estamos falando de nomes de grife

B3: Hoje, a rádio ignora. Saiu o Benfica que era um dos veteranos. E colocaram o Gamba. Eu acho ele muito bom, mas ele é novo. Não tem mais aquilo. Saiu o Marcão e pegaram o De Bona, de Caxias.

B4: A Rádio tem dois nomes que fariam pauta. Que é o Pedro e o Macedo.

Entrevistador: A preocupação maior é com a ferramenta ou com o produto? O jornalista enquanto ferramenta dentro de uma engrenagem que funciona numa produção?

B1: A preocupação é com o produto. É o que tu vai entregar.

B4: Sobre isso, a RBS começou a mandar para a gente as matérias mais acessadas. Essa aqui está rendendo. Então investir e seguir nessa história. Não tem mais nada pra falar.

B2: E em geral, nem é o mais importante

Entrevistador: E vai render o que?

B4: Qualquer outro link.

B3: É clique. Se for na rádio, é comentário no WhatsApp. É clique.

B1: Mas são os termômetros mesmo. Daqui a pouco, não tem uma grande notícia. Mas às vezes, a galera quer.

B2: Tem coisas que ninguém dá a mínima bola. Tu trabalha bastante na pauta e o pessoal está cagando.

B3: Eu recebi uma informação de um policial que uma viatura foi atingida por uma TV. Eu pensei: será que eu faço? Eu fiz, e foi a coisa mais acessada do dia. Aí colocaram dois repórteres para isso. Por que, cara?

Entrevistador: Vocês acham que no passado era assim também? E porque ela renderia tanto? Gera clique?

B2: O jornalismo também é feito pelo fator inusitado. Esse exemplo do B3 é um parâmetro. Todo mundo falou da viatura, da TV e da mulher. Eu acho que hoje ganha uma dimensão maior, com as redes sociais.

B4: Tem uma questão de espetáculo. Mas na minha visão, sempre foi espetáculo. Só que tem o Online também.

B1: eu acho que a possibilidade de pulverizar a notícia ela é muito maior, porque temos as redes sociais.

Entrevistador: Esse caso é inusitado. Vocês enxergam isso como uma mercadoria? Isso vai render cliques e isso gera dinheiro para a empresa?

B4: Eu acho que a empresa pensa. Mas eu não penso assim. Eu penso que algo vai bombar.

B1: Eu penso como a B4. Isso vai bombar. Em quanto eles vão ganhar com isso.

B3: Esses dias, me avisaram que uma matéria que eu fiz rendeu 15 assinaturas para a empresa. E era uma dessas. Eu nunca penso se isso vai dar dinheiro ou não.

B1: Eu não tenho esse pensamento, mas não sei se vai gerar clique ou as pessoas vão faturar. Mas eu penso no impacto financeiro que a empresa vai ter. Já teve matéria de eles me

barrarem. B1, não vai aqui. Eu estou fechando com os caras. Aí tu diz: mas isso aqui é jornalismo. Eu tenho uma ideia não do que eles vão faturar, mas do que vão perder.

B3: Eu, nas minhas pautas, nunca pensei. Comigo não aconteceu.

Entrevistador: Sobre a questão de integração em um só profissional. Não é de redações, mas de atividade. Vocês são repórteres, vocês redigem o que vai ao noticiário? Como vocês enxergam essa mudança com aquilo que vocês fazem hoje. Vocês produzem para diversos canais e plataformas diferentes. É bom ou é ruim para a atividade? É bom ou ruim financeiramente para vocês?

B3: eu acho bom para a pessoa ampliar suas possibilidades de trabalho, natural enquanto as mudanças estão acontecendo, mas explorada pelas empresas que abusaram dessas oportunidades de integração para diminuir o pessoal e ampliar a vitrine. E te colocar mais coisas para fazer.

Entrevistador: Vocês acham que isso poderia ampliar os ganhos da empresa?

B3: Claro

Entrevistador: Vocês enxergam que as empresas tiram gente e colocam mais funções para vocês?

B4: Eu mudo muito de função. Hoje tu vai fazer tal coisa. Hoje tu vai fazer tal coisa. Eu acho natural tu ter que fazer para várias plataformas. Não tem sentido.

B1: Isso não tem mais volta.

B4: Não tem fazer uma matéria que vai para o ar e não vai para o site. Se antes eu fazia duas ou três pautas, hoje eu faço para GaúchaZH que eu faço um trabalho a mais. Às vezes é uma aspas a mais que eu não usaria. Mas eu continuo tendo o mesmo número de pautas. Só o mesmo salário.

B1: Eu já defendi o aumento de salário para esta bancada ilustre aqui. Só que eu teria um porém. Cada vez mais a gente está multimídia, A gente atua em várias plataformas. A gente atua em site, jornal, impresso, vídeo. Só que ao mesmo tempo, isso dificulta o meu trabalho. Por que? Um exemplo: anúncio do governador. Eu estou com um colega da Gaúcha ao meu lado e da Band. Eu não vou tomar deles, já que estou no mesmo lugar deles. É foto e é vídeo. Eu tô perdendo e são coisas e o gatilho que eu vou pegar ele, alguém me pluga. É muita coisa para abastecer e eu perco a minha fonte falando, cara. Eu queria ser um cara de impresso. Eu ia comer muito mais.

B4: eu retrocedi um pouco, de produzir vídeos e fotos. Só se o pessoal está me pressionando para entrar no ar. Eu tuitto menos, faço menos vídeos. Para conseguir prestar menos atenção. Porque quando eu saio, eu penso: o que ele disse?

Entrevistador: Vocês acham que essa questão de trabalhar multimídia afeta a qualidade do conteúdo?

B4: Sim. Dependendo da pauta, sim.

B1: Vai ter reflexos.

B3: Pode não afetar, mas em geral, afeta.

B4: Eu fui a uma coletiva em Novo Hamburgo em que o delegado Baggio desmentiu toda tese do ritual satânico. Foi enlouquecedor., Eu queria transcrever tudo. Cada minuto era uma informação nova e eu queria anotar tudo. Eu parei de twitar. Depois eu tinha que fazer um texto para o site. Tinha um repórter da Zero Hora, mas era eu que queria fazer tinha fazer o texto para o site, sabe se lá porque.

B1: Ao mesmo tempo, pensa comigo. Estão todas as emissoras nessa pauta. E tu está tomando pau nas redes sociais. A B4 não está tuitando. Mas na hora de entrar no ar, tu entrou bem mais cochuda do que eu.

B4: Nesse dia, eu abdiquei de twittar, mas anotei tudo que eu queria. Depois um monte de gente disse: tu mandou muito bem. E acabou tudo, e eu cheguei ao delegado: posso gravar o vídeo com o senhor rapidinho. Gravei e coloquei nas redes sociais e bombou. Resumi em três ou quatro tuítes. Desisti porque não ia ter como. Minha pauta não ia ser tão bem feita.

B3: quando eu comecei, sob um escopo de que a Gaúcha era uma máquina no twitter. Era a referência estadual no twitter. Eu chegava na pauta e era três, quatro ou cinco twittes. Era uma loucura. Aí, começou a passar o tempo e eu pensei: não é assim que faz. Hoje, eu tenho três anos de rádio, eu vejo bem e faço um tweet, assim se está tudo bem.

B4: E tem outra coisa que eu me lembrei. Tem a Live do Facebook. É um inferno.

B3: Isso é muito foda.

Entrevistador: Contem para nós o que vocês produzem? É tudo simultâneo?

B3: o que eu preciso primeiro. Um texto para o ar, para o site. Depois, seria twitter e a Live, que entra no meio disso tudo. Eu nunca sei onde coloco ela.

B4: A live é o seguinte. Tu tem que sair com o melhor equipamento de melhor qualidade de som. E não tem mão para segurar. Tu tem que ficar segurando na mão. Fica penduradinho. Eu, tenho preferência por fazer um texto ou resumo para entrar no ar. Eu gosto de anotar pelo menos coisas básicas para entrar no ar. Com o Live, eu tenho uma mão para segurar um microfone e outra para segurar o texto.

B3: Eu precisava de um assistente para fazer a Live!

B4: eu precisava de um assistente!

Entrevistador: O multimídia afeta a atividade principal?

B2: Afeta

B1: Sim.

B3: Sim.

B4: Afeta

B2: Já aconteceu de eu estar gravando. Agora eu não faço mais, mas a gente não tem obrigação de fazer live. Às vezes eu fazia pelo meu próprio Facebook, gastando internet. Só que às vezes eu esquecia de atender o próprio telefone da rádio. Mas eu trabalho para uma rádio. Eu estou fazendo um vídeo e agora que o bicho está pegando, eu tenho que entrar no ar. Tem algo errado.

B4: E tu tem que apurar ainda.

B2: Tem mais isso. Como tu está segurando o celular para uma Live. Aí tinha algo que não estava fechando.

Entrevistador: Afeta a apuração?

B4: quando afeta a apuração, eu digo 'gente, eu não vou conseguir fazer live'.

B1: vocês querem que eu apure direito ou que eu seja macaco de circo?

B4: Gravo vídeo antes e digo, usem esse vídeo aí, porque estou fazendo outra coisa. Afeta, mas eu tento reduzir isso ao mínimo possível.

B1: É uma redução de danos, né.

B3: Às vezes, eu "esqueço" isso, da Live. Ah, me esqueci.

Entrevistador: Eu vou fazer essa pergunta para seguir o protocolo, porque vocês já responderam. Mas as cargas de trabalho, as demandas, elas são compatíveis com a boa execução das práticas de apuração?

B2: Eu acho que dá para fazer um bom trabalho dentro desse tempo. A experiência vai te ajudando. E o entendimento daquela pauta e daquelas fontes. Todo mundo tem um tempo de rádio e isso faz diferença. A gente consegue fazer um bom trabalho. Pode não ser o ideal. O que é o ideal? E o que a empresa quer? Ela quer o ideal, ou quer o viável. A gente tem que esquecer um pouco o lado idealista, e eu estou me contradizendo, mas a gente também tem

que trabalhar como funcionários. A gente aprende a priorizar. Eu tenho três pautas, duas de política cagada e uma com gente morrendo de dengue.

Entrevistador: O profissional multitarefa tem mais espaço nesse modelo existente ou não? O que é mais bem visto? Um profissional que executa inúmeras funções, ou aquele que executa boa função no ar, mas é multimídia.

B4: o cara que é bom só no ar não tem mais espaço.

B1: Rádio Guaíba, Mendelski, ele é o filé da rádio.

Entrevistador: Eu falo de repórteres.

B2: Esse é a exceção da exceção.

B1: Mas nós aqui, não haverá outro.

Entrevistador: O repórter multitarefa eles são mais valorizados que um profissional que tem uma qualidade ou valência maior?

B1: Lógico.

B2: É uma obrigação.

B4: A Irion não entra no ar, mas é de uma outra época.

B3: Quem está lá e tem essas funções absolutamente específicas são pessoas da escola antiga. Todos os mais novos são multitarefa.

B1: caso contrário, tu nem entra.

B4: A Rádio hoje, depois que saiu o Boáz, que foi demitido e era um dos últimos que só fazia ar, eu acho que um dos motivos de ele ter saído foi esse. Hoje, todo mundo faz tudo. Não tem nenhum repórter da rádio que a gente diga, esse cara só faz rádio.

B3: O principal nome da rádio, Pedro Ernesto Denardim, tem uma coluna que é uma das mais bombadas do site. Isso antigamente era impensável.

Entrevistador: Há a necessidade de executar algum tipo de atividade indiretamente ligada ao jornalismo? (Exemplo: operar mesa, vender anúncio?)

B1: Não é uma obrigação. Por enquanto, não.

B4: editar áudio e vídeo, sim.

B1: Aí sim. Já dirigi carro da rádio. Mas editar áudio já está no pacote multimídia.

B4: Mas é um tempo que tu perde.

B2: Mas se precisar, tu pode usar o técnico

B1: Mas isso já está no pacote.

B2: Eu já nasci no rádio com isso.

B1: Eu gosto de eu me editar.

B4: Eu gosto de editar com o técnico.

Entrevistador: Essa questão multimídia é valorizada financeiramente pelas empresas?

B2: Não tem contrato multimídia.

B1: Não.

B4: Sim. O nosso contrato é multimídia.

B3: No nosso contrato, consta que a gente pode trabalhar para qualquer veículo de comunicação do grupo. Os direitos são todos deles. Sem a necessidade de pagamento extra.

B1: eu não tenho esse tipo de contrato.

Entrevistador: Por que tu produz multimídia?

B1: Aí é que está! O mercado, de maneira subjetiva e intrínseca, me diz que eu não posso só ficar atrás do telefone. Eu sou de uma nova geração e ela, genuinamente vai atuando de outras formas. A gente sofreu uma mutação. A gente foi introjetado para funcionar dessa maneira.

B4: como tu falou, imagina e está tu e o cara que faz, na mesma pauta. Como é que tu não vai fazer?

B2: eu comecei a fazer porque eu queria. Eu sempre fiz, mas nunca me cobraram. Ah, dá para fazer um vídeo. Fui aumentando. Quase sempre usando a internet. Poucas vezes eu uso o celular da rádio. Me dão o equipamento. Poucas vezes eu uso o celular da rádio. Geralmente eu uso o meu.

B4: Te dão um celular que parece um tablet.

B2: só que depois chegou um dado momento, em que começaram a cobrar. Sem cobrar, mas cobram. Aí, gente. Tuítem da pauta.

B1: Mas automaticamente B2 a gente vai ficando para trás. Se a gente pegar um repórter de rádio da velha guarda e ele fizer uma pauta com a gente, coitado! Ele vai tomar um pau da gente. Daqui a pouco, ele vá apurar bem melhor. A voz dele e o texto será bem melhor. Mas vai tomar pau da gente.

Entrevistador: Vocês enxergam que a produção do material multimídia nada mais é do que um produto para que as empresas tenham produtos e volume nas demais plataformas? E em última análise, isso gere dinheiro para a empresa.

B2: Eu não sei se gera dinheiro, mas isso gera presença.

B1: E isso gera publicidade.

B2: eu não sei se na minha empresa gera dinheiro, porque eles têm uma péssima política com o site. É tudo muito atrasado. É um caso à parte. O grupo não está nem aí. É melhor nem dizer o que eu penso. A gente só consegue fazer um trabalho bom porque a gente quer fazer um bom trabalho. Todos gostam do que faz e somos jornalistas. Mas, se a gente não fizer muita coisa, dá na mesma.

B1: em função de um programa específico segmentado para um setor que puxa a economia do Brasil e gera muito dinheiro. Automaticamente se diz: tem um programa, o B1 te garante um programa. Nós vamos bombar no facebook um programa, mas isso é um plus para dizer que: pode vir comigo, que tu ainda está ganhando isso. É certo isso. Usam as plataformas para ganhar dinheiro em cima de ti.

Entrevistador: Então esse conteúdo que tu produz e teoricamente não é obrigado a produzir, ele é colocado na mesa de negociação na hora de fechar com um cliente?

B1: Sim, claro. Não se fecha mais contrato só de rádio. Eu quero saber quantos cliques tu vai ter no facebook, o que vai ser colocado no twitter ou instagram. Se fecha contrato assim agora.

Entrevistador: Como vocês enxergam isso? O conteúdo é de vocês, vocês produzem para diversas plataformas e a empresa ganha mais com isso?

B3: Eu não vejo isso, até por causa da editoria que eu trabalho. Eu vejo o veículo ganhando repercussão e relevância nas redes sociais. Mas não diretamente do comercial. A partir da relevância, é claro que isso vem.

B4: Eu, como faço um pouco de tudo, percebo da mesma maneira que o B3. O veículo ganhando relevância e ganhando patrocinadores. A matéria que tu fez gerou tantos cliques e rendeu tantas assinaturas. Esses dias, eu coloquei um vídeo no twitter. E não pode mais colocar no twitter, porque tem que colocar no site, para que a pessoa pague para ver teu vídeo. Se você colocar no twitter, a pessoa vai ver de graça. Nesse caso, diretamente você está vendendo isso.

B2: Aí é foda, porque tu está perdendo liberdade.

B4: Não era um vídeo que eu tinha feito, mas era um vídeo que eu tinha conseguido. O vídeo era muito bom.

B3: Aí é uma lógica de integração. Não é algo que parte dos nossos chefes e de pessoas que estão próximas da gente. É de quem está diretamente ligada ao digital, que nem nos conhece. Mas ela opera nesse sentido.

B1: E sabe que tem essa ferramenta para oferecer para o cliente quando tu quiser captar ele.

Entrevistador: A visão da reportagem de rádio hoje, na visão dos repórteres. Os repórteres de rádio são melhores que os atuais, sim ou não?

B4: quando eu comecei a acompanhar com olhos mais críticos, já era parecido com hoje. Talvez nem tanto. Mas quando eu comecei a estudar jornalismo e acompanhar a reportagem mais atentamente, ela já era muito parecida com hoje.

B3: Hoje, o guarda-chuva é maior. Tu consegue falar de mais assuntos e ter um panorama geral maior. Nos anos de 1980 e 1990, tu tinha mais profundidade em alguns assuntos. O acompanhamento de um assunto era mais permanente e sequencial. Vários dias o mesmo assunto. Era uma sequência. Hoje, isso acontece menos, mas o guarda-chuva de fatos era maior.

B1: Eu não sei se era melhor ou pior. O radiojornalismo do passado ganhava em conteúdo na comparação com o jornalismo de hoje. Tinha uma questão muito importante. Tudo era acompanhado *in loco*, e isso muda muito. Tu cobrir uma pauta na assembleia, na Câmara de Vereadores ou na prefeitura e apurar por telefone. O mínimo deles era estar lá com o gravador de rolão. Então a possibilidade de estar *in loco* amplia muito a possibilidade de fazer.

B2: Eu não falo tanto do passado. A Guaíba cobria guerra, Copa.

B1: A rádio cobria guerras! Isso é utópico.

Entrevistador: Por que vocês não vão mais?

B2: Porque tem agências de notícias.

B4: É financeira.

B1: E também a possibilidade de se obter informação é muito mais rápida, Paganella. Quem eu sigo diz, bomba na Coreia neste exato momento. Isso leva a reduzir teus gastos e investimentos.

Entrevistador: Mas vou fazer um contra-argumento. Quando tu diz isso, fazer uma matéria por telefone tu acaba perdendo, digamos assim. Se você acompanhar pelo Twitter, tu não acha que perde em relação a estar lá?

B1: É custo!

B4: E tem outra coisa que a gente não mencionou. Hoje tem assessoria de imprensa para tudo. Antes não era assim. Liga para a assessoria, pergunta para eles e veja o que está acontecendo. Deu uma confusãozinha, nada demais. A visão acaba sendo a deles, né.

B1: A B4 está certa. Esse assessor está tão digitalizado que ele gravou um vídeo, com uma sonora muito boa. Naquela época, não tinha isso. Então tu tinha que estar lá.

B4: Por que eu vou até o Hospital para ver que está superlotado, se o Hospital tuita todos os dias?

B3: Eu acho que depende do tamanho da pauta. A Rádio foi para Cuba, naquela abertura democrática. Foi uma cobertura do caralho. Mas acho que se fosse uma pauta média, eu não sei se valeria tanto a pena mandar alguém.

Entrevistador: Há uma equivalência entre a questão econômica e tecnológica na produção de uma pauta?

B1: Sim! Vocês se ligaram na pergunta.

Entrevistador: Equivalência, eu digo assim: para ter essa informação, eu vou gastar tanto ou vou utilizar essa tecnologia? Vocês enxergam isso?

B2: Eu acho que a questão fator econômico atingiu brutalmente o jornalismo. Com patrocínios que caíram drasticamente, principalmente para Rádio. Isso é um absurdo o que caiu. O trabalho tem que ser mais econômico. O fator dinheiro é um dos principais motivos. Não é só isso. Não é porque a empresa não quer contratar ninguém.

B1: A rádio não mandou ninguém para São Bernardo do Campo. Sabe o que é nós dizermos? Cara me manda para lá. Sabe o que é chegar para o teu chefe e dizer: eu consegui uma casa

para ficar. Me manda as passagens. Eu preciso estar lá. Isso aqui é notícia. Vamos por agência e pelos materiais online, vamos por correspondente.

B4: A gaúcha ainda faz algum esforço para algumas pautas. Brasília, principalmente. Se tem acontecimentos políticos, eles têm mandado gente. Na cobertura do Impeachment, tinha três ou quatro pessoas.

B3: Às vezes, o nosso interior é abandonado. Pode não ser a maior manchete, esse desaparecimento da contadora, que repercutiu muito. Não foi ninguém, foi por telefone.

B4: A ZH mandou mas também não conseguiu nada. A gente é muito refém de manchete. Eu tenho uma ótima história, mas o que tem de manchete? Eu não tenho nada de novo, mas tenho alguns detalhes. Aí dizem: ah não rendem.

B3: Antigamente, por exemplo, essa seca que teve recentemente, iria um repórter para ouvir os caras.

B3: O Jocimar foi e fez uma matéria.

B2: É uma coisa muito recente. Esse enxugamento é de cinco anos para cá. Eu noto muito bem a diferença. Eu não sei há quanto tempo eu não faço uma viagem. Estou na Guaíba há seis anos. De não ter nenhuma viagem. Foi diminuindo. A rádio também passou por um corte de 30% do total de funcionários em 2013. A gente via uma redação que era lotada e foram limpando.

B3: A gente também enxerga. Quando eu entrei, logo após um número grande. Ainda falando da pauta, quando a pauta é grande e se impõe, o meu veículo de comunicação ainda consegue se organizar. Mas pautas médias já não tem mais perna para isso.

B4: Eu não estou há tanto tempo na rádio, porque saí e voltei. Eu entrei em 2014 na rádio Gaúcha, e entrei como estagiária na produção. O Chamada Geral 1 era praticamente todo da rua. Com todos os repórteres na rua. E tinha vezes que algumas coisas não entravam. Os repórteres choravam e imploravam, porque queriam entrar. E eu dizia que não ia caber porque tinha muita coisa. Não vai caber. Hoje, às vezes chega 11h30, o produtor diz: alguém tem alguma coisa? Ninguém tem nada, uma ocorrência que possa atualizar?

Entrevistador: Vocês percebem esse enxugamento é uma questão financeira?

B3: Talvez 80% financeira, e a tecnologia deu o suporte.

B1: Foi para sustentar um discurso de que tu não tem dinheiro.

ANEXO A - Decreto-Lei n. 910 - de 30 de novembro de 1938

Dispõe sobre a duração e condições do trabalho em empresas jornalísticas.
*Obs. Necessário conferir a compatibilidade com o Decreto-Lei nº 972/69 e Decreto 83.284/79.

O Presidente de República:

Considerando que as medidas de proteção ao trabalhador, no que dizem respeito ao horário e às condições de trabalho, já atingiram a maioria dos empregados, por meio de legislação especial;

Considerando que, entretanto, esse regime de proteção ainda não se estende de um modo geral aos que dedicam suas atividades às empresas jornalísticas;

Considerando que esses trabalhadores intelectuais são merecedores do amparo do Estado, tanto mais quando este deve à Imprensa valiosa colaboração na obra de progresso nacional e no engrandecimento do Brasil; e, finalmente,

Usando da faculdade que lhe confere o art. 180 da Constituição,

DECRETA:

CAPÍTULO I

DOS ESTABELECIMENTOS E PESSOAS

Art. 1º Os dispositivos do presente decreto-lei se aplicam aos que, nas empresas jornalísticas, prestem serviços como jornalistas, revisores, fotógrafos, ou na ilustração, com as exceções nele previstas.

§ 1º Entende-se como jornalista o trabalhador intelectual cuja função se estende desde a busca de informações até à redação de notícias e artigos e à organização, orientação e direção desse trabalho.

§ 2º Consideram-se empresas jornalísticas, para os fins deste decreto-lei, aquelas que têm a seu cargo a edição de jornais, revistas, boletins e periódicos, ou a distribuição de noticiário, e, ainda, as de radiodifusão em suas secções destinadas à transmissão de notícias e comentários.

Art. 2º Não se compreendem no regime deste decreto-lei:

- a) os empregados de escritório e de portaria aos quais se aplica, em matéria de duração do trabalho, o disposto no decreto n. 22.033, de 29 de outubro de 1932;
- b) os gráficos sujeitos ao regime do decreto n. 21.364, de 4 de maio de 1932;
- c) os empregados de estabelecimentos de natureza pública ou paraestatal.

CAPÍTULO II

DA DURAÇÃO DO TRABALHO

Art. 3º A duração normal do trabalho dos empregados compreendidos neste decreto-lei não deverá exceder de cinco horas, tanto de dia como à noite.

Art. 4º Poderá a duração normal do trabalho ser elevada a sete horas, mediante acordo escrito, em que se estipule aumento de ordenado, correspondente ao excesso do tempo de trabalho, e em que se fixe um intervalo destinado a repouso ou a refeição.

Parágrafo único. Para atender a motivos de força maior, poderá o empregado prestar serviços por mais tempo do que aquele permitido, neste decreto-lei. Em tais casos, porém, o excesso deve ser comunicado à Inspetoria do Departamento Nacional do Trabalho, ou às Inspetorias Regionais, do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, dentro de cinco dias, com a indicação expressa dos seus motivos.

Art. 5º As horas de serviço extraordinário, quer as prestadas em virtude de acordo, quer as

que derivem das causas previstas no parágrafo único do artigo anterior, não poderão ser remuneradas com quantia inferior à que resultar do quociente da divisão da importância do salário mensal por 150 (cento e cinquenta), para os mensalistas, e do salário diário por 5 (cinco), para os diaristas, acrescida de, pelo menos, 25 % (vinte e cinco por cento).

Art. 6º Os dispositivos dos arts. 3º, 4º e 5º não se aplicam àqueles que exercem as funções de redator-chefe, secretário, sub-secretário, chefe e sub-chefe de revisão, chefe de oficina de ilustração e chefe de portaria.

Parágrafo único. Não se aplicam, do mesmo modo, os artigos 3º, 4º, e 5º aos que se ocuparem unicamente em serviços externos.

Art. 7º A cada seis dias de trabalho efetivo corresponderá um dia de descanso obrigatório, que coincidirá com o domingo, salvo acordo escrito em contrário, no qual será expressamente estipulado o dia em que se deve verificar o descanso.

Art. 8º Em seguida a cada período diário de trabalho haverá um intervalo mínimo de dez horas, destinado ao repouso.

Art. 9º Será computado como de trabalho efetivo o tempo em que o empregado estiver à disposição do empregador.

CAPÍTULO

III

DA

FISCALIZAÇÃO

Art. 10. Para os efeitos da fiscalização da execução do presente decreto-lei, os empregadores são obrigados ao seguinte:

a) manter afixado em lugar visível de cada secção atingida por este decreto-lei um quadro discriminativo do horário de cada empregado que nela trabalhe, devendo o mesmo conter a indicação, quando tal ocorra, de se tratar de empregado em serviço externo;

b) manter um livro, ou relógio, de ponto, em que se consignem as horas de entrada, descanso e saída do pessoal em serviço interno ou a presença do de serviço externo quando a ela obrigado;

c) manter um livro de registo em que sejam anotados os dados referentes aos empregados relativamente à sua identidade, registo e carreira profissional, admissão, condições de trabalho, férias e obrigações das leis de acidentes, nacionalização e seguros sociais.

Parágrafo único. O Departamento Nacional do Trabalho expedirá os necessários modelos do quadro, livros de ponto e registo de que trata este artigo.

Art. 11. A fiscalização dos dispositivos deste decreto-lei compete não só ao Departamento Nacional do Trabalho e Inspetorias Regionais do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, por seus órgãos competentes, como ainda aos sindicatos profissionais, na forma do decreto n. 22.300, de 4 de janeiro de 1933.

CAPÍTULO

IV

DO

EXERCÍCIO

DA

PROFISSÃO

JORNALÍSTICA

Art. 12. Somente poderão ser admitidos ao serviço das empresas jornalísticas como jornalistas, locutores, revisores e fotógrafos os que exibirem prova de sua inscrição no Registo da Profissão Jornalística, a cargo do Serviço de Identificação Profissional do Departamento Nacional do Trabalho, no Distrito Federal, e das Inspetorias Regionais do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, nos Estados e Território do Acre.

Art. 13. Para o registo de que trata o artigo anterior, deve o requerente exhibir os seguintes documentos:

a) prova de nacionalidade brasileira;

b) folha corrida;

c) prova de que não responde a processo ou não sofreu condenação por crime contra a segurança nacional;

d) carteira profissional.

§ 1º Aos profissionais devidamente registrados será feita a necessária declaração na carteira profissional.

§ 2º Aos novos empregados será, concedido o prazo de 60 dias para a apresentação da carteira profissional, fazendo-se o registro condicionado a essa apresentação e expedindo-se um certificado provisório para aquele período.

§ 3º Para os empregados das empresas jornalísticas que editem publicações ou mantenham noticiário em língua estrangeira, será dispensável a prova da alínea a deste artigo, mantidas porém, com relação a essas empresas, as exigências da legislação vigente sobre nacionalização do trabalho e atividade de estrangeiros.

§ 4º Salvo em se tratando de empregado de empresas a que alude o parágrafo anterior, não se concederá registro àqueles que prestem serviços remunerados a países estrangeiros ou a empresas constituídas com maioria de capital estrangeiro.

CAPÍTULO

V

DAS

PENALIDADES

Art. 14. A infração de qualquer dispositivo deste decreto-lei será punida com multa de 100\$000 (cem mil réis) a 1:000\$000 (um conto de réis), elevada ao dobro em caso de reincidência e aplicada, no Distrito Federal, pelo diretor do Departamento Nacional do Trabalho e, nos Estados e Território do Acre, pelos Inspetores Regionais do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio.

Parágrafo único. A penalidade será sempre aplicada no grau máximo:

- a) si se apurar o emprego de artifício, ou simulação, para fraudar a aplicação deste decreto;
- b) si for admitido ao serviço jornalista não registrado na forma do art. 12.

Art. 15. O recurso de decisão que impuser penalidade e a cobrança das multas regulam-se pelo disposto no decreto n. 22.131, de 23 de novembro de 1932, e a lavratura dos autos de infração pelo decreto n. 22.300, de 4 de janeiro de 1933.

CAPÍTULO

VI

DISPOSIÇÕES

GERAIS

E

TRANSITÓRIAS

Art. 16. Continuam em vigor, para todos os empregados em empresas jornalísticas, sem embargo da distinção estabelecida no capítulo I deste decreto-lei, os dispositivos referentes a férias, previdência social, acidentes de trabalho e moléstias profissionais, nacionalização, estabilidade e quantos mais, em matéria de proteção assistência ao trabalhador ou de previdência social, a eles se referem de modo especial, ou de modo geral se aplicam ao comércio e à indústria.

Art. 17. O Governo Federal, de acordo com os Governos Estaduais, promoverá a criação de escolas de preparação ao jornalismo, destinadas à formação dos profissionais da imprensa.

Parágrafo único. Criadas as escolas, de que trata este artigo, a inscrição no Registro da Profissão Jornalística só se fará, para os novos profissionais, em face dos diplomas do curso feito ou exames prestados em tais escolas.

Art. 18. Instalado o Registro da Profissão Jornalística, será estabelecido o prazo de 120 dias para a inscrição daqueles que já se encontrem no exercício da profissão.

Art. 19. Serão nulos de pleno direito quaisquer acordos destinados a burlar os dispositivos deste decreto-lei, sendo vedado aos empregadores rebaixar salários por motivo de sua vigência.

Art. 20. Não haverá incompatibilidade entre o exercício de qualquer função remunerada, ainda que pública, e o de atividade jornalística, sendo permitida a acumulação de proventos de aposentadoria ou pensão decorrentes de contribuição paga para as instituições de

previdência social a que estejam sujeitas tais profissões, até ao máximo de 2:000\$000, observadas as disposições do decreto-lei n. 819, de 17 de outubro de 1938.

Art. 21. A empresa jornalística que deixar de pagar pontualmente, e na forma acordada, os salários devidos a seus empregados terá suspenso o seu funcionamento, até que se efetue o pagamento devido.

§ 1º Para os efeitos do cumprimento deste artigo, deverão os prejudicados reclamar contra a falta de pagamento perante a autoridade competente, e, proferida a condenação, desde que a empresa não a cumpra, ou em caso de recurso, não deposite o valor da indenização, a autoridade que proferir a condenação oficiará à autoridade judiciária competente para a matrícula.

§ 2º Em igual pena de suspensão incorrerá a empresa que deixar de recolher as contribuições devidas às instituições de previdência social.

§ 3º É considerado privilegiado, com precedência sobre os demais, o crédito dos empregados resultante de salários ou férias devidos, bem assim o de instituições de previdência social pelas contribuições que lhes couberem.

§ 4º Considera-se como justa causa para a retirada do empregado, dando-lhe direito a reclamar as indenizações legais, o atraso no pagamento de salários devidos.

Art. 22. O presente decreto-lei entrará em vigor 60 dias depois de sua publicação, e dentro desse prazo expedirá o Departamento Nacional do Trabalho os modelos de que trata o art. 10,

parágrafo

único.

Art. 23. Revogam-se as disposições em contrário.

Rio de Janeiro, 30 de novembro de 1938, 117º da Independência e 50º da República.

GETULIO

VARGAS.

Waldemar

Falcão.

ANEXO B – Decreto Lei n. 972, de 17 de outubro de 1969

**Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos**

DECRETO-LEI Nº 972, DE 17 DE OUTUBRO DE 1969.

Dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista.

OS MINISTROS DA MARINHA DE GUERRA, DO EXÉRCITO E DA AERONÁUTICA MILITAR, usando das atribuições que lhes confere o artigo 3º do Ato Institucional nº 16, de 14 de outubro de 1969, combinado com o § 1º do artigo 2º do Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968,

DECRETAM:

Art 1º O exercício da profissão de jornalista é livre, em todo o território nacional, aos que satisfizerem as condições estabelecidas neste Decreto-Lei.

Art 2º A profissão de jornalista compreende, privativamente, o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades:

- 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 técnicas 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 a 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.

Art 3º Considera-se empresa jornalística, para os efeitos deste Decreto-Lei, aquela que tenha como atividade a edição de jornal ou revista, ou a distribuição de noticiário, com funcionamento efetivo idoneidade financeira e registro legal.

§ 1º Equipara-se a empresa jornalística a seção ou serviço de empresa de radiodifusão, televisão ou divulgação cinematográfica, ou de agência de publicidade, onde sejam exercidas as atividades previstas no artigo 2º.

§ 2º O órgão da administração pública direta ou autárquica que mantiver jornalista sob vínculo de direito público prestará, para fins de registro, a declaração de exercício profissional ou de cumprimento de estágio. ([Revogado pela Lei nº 6.612, de 1978](#))

§ 3º A empresa não-jornalística sob cuja responsabilidade se editar publicação destinada a circulação externa, promoverá o cumprimento desta lei relativamente aos jornalistas que contratar, observado, porém, o que determina o artigo 8º, § 4º.

Art 4º O exercício da profissão de jornalista requer prévio registro no órgão regional competente do Ministério do Trabalho e Previdência Social que se fará mediante a apresentação de:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - fôlha corrida;

III - carteira profissional;

IV - declaração de cumprimento de estágio em empresa jornalística; ([Revogado pela Lei nº 6.612, de 1978](#))

V - diploma de curso superior de jornalismo, oficial ou reconhecido registrado no Ministério da Educação e Cultura ou em instituição por êste credenciada, para as funções relacionadas de " a " a " g " no artigo 6º.

§ 1º O estágio de que trata o item IV será disciplinado em regulamento, devendo compreender período de trabalho não inferior a um ano precedido de registro no mesmo órgão a que se refere êste artigo. ([Revogado pela Lei nº 6.612, de 1978](#))

§ 2º O aluno do último ano de curso de jornalismo poderá ser contratado como estagiário, na forma do parágrafo anterior em qualquer das funções enumeradas no artigo 6º. ([Revogado pela Lei nº 6.612, de 1978](#))

§ 1º O regulamento disporá ainda sôbre o registro especial de: ([Renumerado pela Lei nº 7.360, de 1985](#))

a) colaborador, assim entendido aquêle que exerça, habitual e remuneradamente atividade jornalística, sem relação de emprêgo;

a) colaborador, assim entendido aquele que, mediante remuneração e sem relação de emprego, produz trabalho de natureza técnica, científica ou cultural, relacionado com a sua especialização, para ser divulgado com o nome e qualificação do autor; ([Redação dada pela Lei nº 6.612, de 1978](#))

b) funcionário público titular de cargo cujas atribuições legais coincidam com as do artigo 2º;

c) provisionados na forma do artigo 12.

c) provisionados na forma do art. 12, aos quais será assegurado o direito de transformar seu registro em profissional, desde que comprovem o exercício de atividade jornalística nos dois últimos anos anteriores à data do Regulamento. ([Redação dada pela Lei nº 7.360, de 1985](#))

§ 2º O registro de que tratam as alíneas " a " e " b " do parágrafo anterior não implica o reconhecimento de quaisquer direitos que decorram da condição de empregado, nem, no caso da alínea " b ", os resultantes do exercício privado e autônomo da profissão. ([Renumerado pela Lei nº 7.360, de 1985](#))

Art 5º Haverá, ainda, no mesmo órgão, a que se refere o artigo anterior, o registro dos diretores de empresas jornalísticas que, não sendo jornalistas, respondam pelas respectivas publicações.

§ 1º Para êsse registro, serão exigidos:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - fôlha corrida;

III - prova de registro civil ou comercial da empresa jornalística, com o inteiro teor do seu ato constitutivo;

IV - prova do depósito do título da publicação ou da agência de notícias no órgão competente do Ministério da Indústria e do Comércio;

V - para empresa já existente na data dêste Decreto-Lei, conforme o caso:

a) trinta exemplares do jornal;

b) doze exemplares da revista;

c) trinta recortes ou cópia de noticiário com datas diferentes e prova de sua divulgação.

§ 2º Tratando-se de empresa nova, o registro será provisório com validade por dois anos, tornando-se definitivo após o cumprimento do disposto no item V.

§ 3º Não será admitida a renovação de registro provisório nem a prorrogação do prazo de sua validade.

§ 4º Na hipótese do § 3º do artigo 3º, será obrigatório o registro especial do responsável pela publicação, na forma do presente artigo para efeitos do § 4º do artigo 8º.

Art 6º As funções desempenhadas pelos jornalistas profissionais, como empregados, serão assim classificadas:

a) Redator: aquele que além das incumbências de redação comum, tem o encargo de redigir editoriais, crônicas ou comentários;

b) Noticiarista: aquele que tem o encargo de redigir matéria de caráter informativo, desprovida de apreciação ou comentários;

c) Repórter: aquele que cumpre a determinação de colhêr notícias ou informações, preparando-a para divulgação;

d) Repórter de Setor: aquele que tem o encargo de colhêr notícias ou informações sobre assuntos pré-determinados, preparando-as para divulgação;

e) Rádio-Repórter: aquele a quem cabe a difusão oral de acontecimento ou entrevista pelo rádio ou pela televisão, no instante ou no local em que ocorram, assim como o comentário ou crônica, pelos mesmos veículos;

f) Arquivista-Pesquisador: aquele que tem a incumbência de organizar e conservar cultural e tènicamente, o arquivo redatorial, procedendo à pesquisa dos respectivos dados para a elaboração de notícias;

g) Revisor: aquele que tem o encargo de rever as provas tipográficas de matéria jornalística;

h) Ilustrador: aquele que tem a seu cargo criar ou executar desenhos artísticos ou tènicos de caráter jornalístico;

i) Repórter-Fotográfico: aquele a quem cabe registrar, fotogràficamente, quaisquer fatos ou assuntos de interêsse jornalístico;

j) Repórter-Cinematográfico: aquele a quem cabe registrar cinematogràficamente, quaisquer fatos ou assuntos de interêsse jornalístico;

l) Diagramador: aquele a quem compete planejar e executar a distribuição gràfica de matérias, fotografias ou ilustrações de caráter jornalístico, para fins de publicação.

Parágrafo único: também serão privativas de jornalista profissional as funções de confiança pertinentes às atividades descritas no artigo 2º como editor, secretário, subsecretário, chefe de reportagem e chefe de revisão.

Art 7º Não haverá incompatibilidade entre o exercício da profissõo de jornalista e o de qualquer outra função remunerada, ainda que pública, respeitada a proibição de acumular cargos e as demais restrições de lei.

Art 8º Será passível de trancamento, voluntário ou de ofício, o registro profissional do jornalista que, sem motivo legal deixar de exercer a profissõo por mais de dois anos.

§ 1º Não incide na cominação dêste artigo o afastamento decorrente de:

a) suspensão ou interrupção do contrato de trabalho;

b) aposentadoria como jornalista;

c) viagem ou bõlsa de estudos, para aperfeiçoamento profissional;

d) desemprego, apurado na forma da Lei nº 4.923, de 23 de dezembro de 1965.

§ 2º O trancamento de ofício será da iniciativa do órgão referido no artigo 4º ou a requerimento da entidade sindical de jornalistas.

§ 3º Os órgãos do Ministério do Trabalho e Previdência Social prestarão aos sindicatos de jornalistas as informações que lhes forem solicitadas, especialmente quanto ao registro de admissões e dispensas nas emprêsas jornalísticas, realizando as inspeções que se tornarem necessárias para a verificação do exercício da profissõo de jornalista.

§ 4º O exercício da atividade prevista no artigo 3º, § 3º, não constituirá prova suficiente de permanência na profissõo se a publicação e seu responsável não tiverem registro legal.

§ 5º O registro trancado suspende a titularidade e o exercício das prerrogativas profissionais, mas pode ser revalidado mediante a apresentação dos documentos previstos nos itens II e III do artigo 4º, sujeitando-se a definitivo cancelamento se, um ano após, não provar o interessado nõo e efetivo exercício da profissõo, perante o órgão que deferir a revalidação.

§ 5º O registro trancado suspende a titularidade e o exercício das prerrogativas profissionais, mas pode ser revalidado mediante a apresentação dos documentos previstos nos incisos II e III do artigo 4º. [\(Redação dada pela Lei nº 5.696, de 1971\)](#)

Art 9º O salário de jornalista não poderá ser ajustado nos contratos individuais de trabalho, para a jornada normal de cinco horas, em base inferior à do salário estipulado, para a respectiva função em acôrdio ou convenção coletiva de trabalho, ou sentença normativa da Justiça do Trabalho.

Parágrafo único. Em negociação ou dissídio coletivos poderão os sindicatos de jornalistas reclamar o estabelecimento de critérios de remuneração adicional pela divulgação de trabalho produzido por jornalista em mais de um veículo de comunicação coletiva.

Art 10. Até noventa dias após a publicação do regulamento deste Decreto-Lei, poderá obter registro de jornalista profissional quem comprovar o exercício atual da profissão, em qualquer das atividades descritas no artigo 2º, desde doze meses consecutivos ou vinte e quatro intercalados, mediante:

I - os documentos previstos nos item I, II e III do artigo 4º;

II - atestado de empresa jornalística, do qual conste a data de admissão, a função exercida e o salário ajustado;

III - prova de contribuição para o Instituto Nacional de Previdência Social, relativa à relação de emprego com a empresa jornalística atestante.

§ 1º Sobre o pedido, opinará, antes da decisão da autoridade regional competente, o Sindicato de Jornalistas da respectiva base territorial.

§ 2º Na instrução do processo relativo ao registro de que trata este artigo a autoridade competente determinará verificação minuciosa dos assentamentos na empresa, em especial, as folhas de pagamento ao período considerado, registro de empregados, livros contábeis, relações anuais de empregados e comunicações mensais de admissão e dispensa, guias de recolhimento ao INPS e registro de ponto diário.

§ 3º Nos municípios com população inferior a cem mil habitantes, exceto se capitais de Estado, os diretores-proprietários de empresas jornalísticas que comprovadamente exerçam a atividade de jornalista há mais de cinco anos poderão, se requererem ao órgão regional competente do Ministério do Trabalho, dentro de noventa dias, contados da publicação desta Lei, obter também o registro de que trata o art. 4º, mediante apresentação de prova de nacionalidade brasileira e folha corrida. [\(Incluído pela Lei nº 6.727, de 1979\)](#)

§ 4º O registro de que trata o parágrafo anterior terá validade exclusiva no município em que o interessado houver exercido a respectiva atividade. [\(Incluído pela Lei nº 6.727, de 1979\)](#)

Art 11. Dentro do primeiro ano de vigência deste Decreto-Lei, o Ministério do Trabalho e Previdência Social promoverá a revisão, de registro de jornalistas profissionais cancelando os viciados por irregularidade insanável.

§ 1º A revisão será disciplinada em regulamento, observadas as seguintes normas:

I - A verificação será feita em comissão de três membros, sendo um representante do Ministério, que a presidirá, outro da categoria econômica e outro da categoria profissional, indicados pelos respectivos sindicatos, ou, onde não os houver, pela correspondente federação;

II - O interessado será notificado por via postal, contra recibo ou, se ineficaz a notificação postal, por edital publicado três vezes em órgão oficial ou de grande circulação na localidade do registro;

III - A notificação ou edital fixará o prazo de quinze dias para regularização das falhas do processo de registro, se fôr o caso, ou para apresentação de defesa;

IV - Decorrido o prazo da notificação ou edital, a comissão diligenciará no sentido de instruir o processo e esclarecer as dúvidas existentes, emitindo a seguir seu parecer conclusivo;

V - Do despacho caberá recurso, inclusive por parte dos Sindicatos de Jornalistas Profissionais ou de Empresas Proprietárias de Jornais e Revistas, para o Ministro do Trabalho e Previdência Social, no prazo de quinze dias, tornando-se definitiva a decisão da autoridade regional após o decurso desse prazo sem a interposição de recurso ou se confirmada pelo Ministro.

§ 2º Decorrido o prazo estabelecido neste artigo, os registros de jornalista profissional e de diretor de empresa jornalística serão havidos como legítimos e definitivos, vedada a instauração ou renovação de quaisquer processos de revisão administrativa, salvo o disposto no artigo 8º.

§ 3º Responderá administrativa e criminalmente a autoridade que indevidamente autorizar o registro de jornalista profissional ou de diretor de empresa jornalística, ou que se omitir no processamento da revisão de que trata este artigo.

Art 12. A admissão de jornalistas, nas funções relacionadas de " a " a " g " no artigo 6º, e com dispensa da exigência constante do item V do artigo 4º, será permitida enquanto o Poder Executivo não dispuser em contrário, até o limite de um terço das novas admissões a partir da vigência deste Decreto-Lei.

Parágrafo único. A fixação, em decreto, de limites diversos do estipulado neste artigo, assim como do prazo da autorização nele contida, será precedida de amplo estudo de sua viabilidade, a cargo do Departamento Nacional de Mão-de-obra.

Art 13. A fiscalização do cumprimento dos preceitos deste Decreto-Lei se fará na forma do artigo 626 e seguintes da Consolidação das Leis do Trabalho sendo aplicável aos infratores multa, variável de uma a dez vezes o maior salário-mínimo vigente no País.

Parágrafo único. Aos Sindicatos de Jornalistas incumbe representar as autoridades competentes acerca do exercício irregular da profissão.

Art 14. O regulamento deste Decreto-Lei será expedido dentro de sessenta dias de sua publicação.

Art 15. Este Decreto-Lei entrará em vigor na data de sua publicação, ressalvadas as disposições que dependem de regulamentação e revogadas as disposições em contrário, em especial os [artigos 310 e 314 da Consolidação das Leis do Trabalho. \(Regulamento\)](#)

Brasília, 17 de outubro de 1969; 148º da Independência e 81º da República.

AUGUSTO HAMANN RADEMAKER GRÜNEWALD

AURÉLIO DE LYRA TAVARES

MÁRCIO DE SOUZA E MELLO

Jarbas G. Passarinho

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 21.10.1969

ANEXO C – Decreto n. 83.284 de 13 de março de 1979

Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

DECRETO Nº 83.284, DE 13 DE MARÇO DE 1979.

Dá nova regulamentação ao Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista, em decorrência das alterações introduzidas pela Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o art. 81, Item III, da Constituição,

DECRETA:

Art 1º É livre, em todo território nacional, o exercício da profissão de Jornalista, aos que satisfizerem as condições estabelecidas neste Decreto.

Art 2º A profissão de Jornalista compreende, privativamente, o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades:

I - redação, condensação, titulação, interpretação, correção ou coordenação de matéria a ser divulgada, contenha ou não comentário;

II - comentário ou crônica, por meio de quaisquer veículos de comunicação;

III - entrevista, inquérito ou reportagem, escrita ou falada;

IV - planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de Jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição gráfica de matéria a ser divulgada;

V - planejamento, organização e administração técnica dos serviços de que trata o item I;

VI - ensino de técnicas de Jornalismo;

VII - coleta de notícias ou informações e seu preparo para divulgação;

VIII - revisão de originais de matéria jornalística, com vistas à correção redacional e à adequação da linguagem;

IX - organização e conservação de arquivo jornalístico e pesquisa dos respectivos dados para elaboração de notícias;

X - execução da distribuição gráfica de texto, fotografia ou ilustração de caráter jornalístico, para fins de divulgação;

XI - execução de desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico, para fins de divulgação.

Art 3º Considera-se empresa jornalística, para os efeitos deste decreto, aquela que tenha como atividade a edição de jornal ou revista, ou a distribuição de noticiário, com funcionamento efetivo, idoneidade financeira e registro legal.

§ 1º Equipara-se à empresa jornalística a seção ou serviço de empresa de radiodifusão, televisão ou divulgação cinematográfica, ou de agências de publicidade ou de notícias, onde sejam exercidas as atividades previstas no artigo 2º.

§ 2º A entidade pública ou privada não jornalística sob cuja responsabilidade se editar publicação destinada a circulação externa está obrigada ao cumprimento deste decreto, relativamente aos jornalistas que contratar.

Art 4º O exercício da profissão de jornalista requer prévio registro no órgão regional do Ministério do Trabalho, que se fará mediante a apresentação de:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III - diploma de curso de nível superior de Jornalismo ou de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, fornecido por estabelecimento de ensino reconhecido na forma da lei, para as funções relacionadas nos itens I a VII do artigo 11;

IV - Carteira de Trabalho e Previdência Social.

Parágrafo único. Aos profissionais registrados exclusivamente para o exercício das funções relacionadas nos itens VIII a XI do artigo 2º, é vedado o exercício das funções constantes dos itens I a VII do mesmo artigo.

Art 5º O Ministério do Trabalho concederá, desde que satisfeitas as exigências constantes deste decreto, registro especial ao:

I - colaborador, assim entendido aquele que, mediante remuneração e sem relação de emprego, produz trabalho de natureza técnica, científica ou cultural, relacionado com a sua especialização, para ser divulgado com o nome e qualificação do autor;

II - funcionário público titular de cargo cujas atribuições legais coincidam com as mencionadas no artigo 2º;

III - provisionado.

Parágrafo único. O registro de que tratam os itens I e II deste artigo não implica o reconhecimento de quaisquer direitos que decorram da condição de empregado, nem, no caso do item II, os resultantes do exercício privado e autônomo da profissão.

Art 6º Para o registro especial de colaborador é necessário a apresentação de:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III - declaração de empresa jornalística, ou que a ela seja equiparada, informando do seu interesse pelo registro de colaborador do candidato, onde conste a sua especialização, remuneração contratada e pseudônimo, se houver.

Art 7º Para o registro especial de funcionário público titular de cargo cujas atribuições legais coincidam com as mencionadas no artigo 2º, é necessário a apresentação de ato de nomeação ou contratação para cargo ou emprego com aquelas atribuições, além do cumprimento do que estabelece o artigo 4º.

Art 8º Para o registro especial de provisionado é necessário a apresentação de:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III - declaração, fornecida pela empresa jornalística ou que a ela seja equiparada, da qual conste a função a ser exercida e o salário correspondente;

IV - diploma de curso de nível superior ou certificado de ensino de 2º grau fornecido por estabelecimento de ensino reconhecido na forma da lei, para as funções relacionadas nos itens I a VII do artigo 11.

V - declaração, fornecida pela entidade sindical representativa da categoria profissional, com base territorial abrangendo o município no qual o provisionado irá desempenhar suas funções, de que não há jornalista associado do Sindicato, domiciliado naquela município, disponível para contratação;

VI - Carteira de Trabalho e Previdência Social.

§ 1º A declaração de que trata o item V deverá ser fornecida pelo Sindicato, ao interessado, no prazo de 3 dias úteis.

§ 2º Caso exista profissional domiciliado no município, disponível para contratação, o Sindicato comunicará tal fato ao Ministério do Trabalho, no mesmo prazo de 3 dias, a contar do pedido de fornecimento da declaração de que trata o item V.

§ 3º Caso o Sindicato não forneça a declaração de que trata o item V, no prazo mencionado no §1º, o interessado poderá instruir seu pedido de registro com o protocolo de apresentação do requerimento ao Sindicato.

§ 4º Na hipótese prevista no parágrafo anterior o Ministério do Trabalho concederá ao Sindicato prazo não superior a 3 dias para se manifestar sobre o fornecimento da declaração, caso não tenha ocorrido o fato constante do § 2º.

§ 5º O registro especial de provisionado terá caráter temporário, com duração máxima de três anos, renovável somente com a apresentação de toda documentação prevista neste artigo.

Art 9º Será efetuado, no Ministério do Trabalho, registro dos diretores de empresas jornalísticas que, não sendo Jornalista, respondem pelas respectivas publicações, para o que é necessário a apresentação de:

- I - prova de nacionalidade brasileira;
- II - prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;
- III - prova de registro civil ou comercial da empresa jornalística, com o inteiro teor do seu ato constitutivo;
- IV - prova de depósito do título da publicação ou da agência de notícias no órgão competente do Ministério da Indústria e do Comércio;
- V - 30 exemplares do jornal; ou 12 exemplares da revista; ou 30 recortes ou cópias de noticiário, com datas diferentes de sua divulgação.

§ 1º Tratando-se de empresa nova, o Ministério do Trabalho efetuará registro provisório, com validade por 2 anos, tornando-se definitivo após a comprovação constante do item V deste artigo.

§ 2º Não será admitida renovação ou prorrogação do prazo de validade do registro provisório previsto no parágrafo anterior.

Art 10. Será efetuado no Ministério do Trabalho registro especial do diretor de empresa não jornalística sob cuja responsabilidade se editar publicação destinada à circulação externa ou interna, para o que se exigirá a apresentação de:

- I - prova de nacionalidade brasileira;
- II - prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;
- III - prova de depósito do título da publicação no órgão competente do Ministério da Indústria e do Comércio.

Art 11. As funções desempenhadas pelos jornalistas, como empregados, serão assim classificadas:

- I - Redator: aquele que, além das incumbências de redação comum, tem o encargo de redigir editoriais, crônicas ou comentários;
- II - Noticiarista: aquele que tem o encargo de redigir matérias de caráter informativo, desprovidas de apreciações ou comentários, preparando-as ou redigindo-as para divulgação;
- III - Repórter: aquele que cumpre a determinação de colher notícias ou informações, preparando ou redigindo matéria para divulgação;
- IV - Repórter de Setor: aquele que tem o encargo de colher notícias ou informações sobre assuntos predeterminados, preparando-as ou redigindo-as para divulgação;
- V - Rádio Repórter: aquele a quem cabe a difusão oral de acontecimento ou entrevista pelo rádio ou pela televisão, no instante ou no local em que ocorram, assim como o comentário ou crônica, pelos mesmos veículos;
- VI - Arquivista-Pesquisador: aquele que tem a incumbência de organizar e conservar cultural e tecnicamente o arquivo redatorial, procedendo à pesquisa dos respectivos dados para a elaboração de notícias;
- VII - Revisor: aquele que tem o encargo de rever as provas tipográficas de matéria jornalística;
- VIII - Ilustrador: aquele que tem a seu cargo criar ou executar desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico;
- IX - Repórter Fotográfico: aquele a quem cabe registrar fotograficamente quaisquer fatos ou assuntos de interesse jornalístico;
- X - Repórter Cinematográfico: aquele a quem cabe registrar cinematograficamente quaisquer fatos ou assuntos de interesse jornalístico;
- XI - Diagramador: aquele a quem compete planejar e executar a distribuição gráfica de matérias, fotografias ou ilustrações de caráter jornalístico, para fins de publicação.

Parágrafo único. Os Sindicatos serão ouvidos sobre o exato enquadramento de cada profissional.

Art 12. Serão privativas de jornalista as funções pertinentes às atividades descritas no artigo 2º, tais como Editor, Secretário, Subsecretário, Chefe de Reportagem e Chefe de Revisão.

Art 13. Não haverá incompatibilidade entre o exercício da profissão de jornalista e o de qualquer outra função remunerada ainda que pública, respeitadas a proibição de acumular cargos e as demais restrições de lei.

Art 14. Será passível de trancamento o registro profissional do jornalista que, sem motivo legal, deixar de exercer a profissão por mais de 2 anos.

§ 1º Não incide na cominação deste artigo o afastamento decorrente de:

- a) suspensão ou interrupção do contrato de trabalho;
- b) aposentadoria como jornalista;
- c) viagem ou bolsa de estudo, para aperfeiçoamento profissional;
- d) desemprego, apurado na forma da Lei nº 4.923, de 23 de dezembro, de 1965.

§ 2º O trancamento será da competência do órgão regional do Ministério do Trabalho, de ofício ou a requerimento da entidade sindical representativa da categoria profissional, cabendo a esta fazer publicar, em órgão oficial, por três vezes consecutivas e dentro de um interstício de dois anos, a relação dos jornalistas cujos registros pretende trancar.

§ 3º Os órgãos do Ministério do Trabalho prestarão aos sindicatos representativos da categoria profissional, as informações que lhes forem solicitadas, especialmente quanto ao registro de admissões e dispensas nas empresas jornalísticas, realizando as inspeções que se tornarem necessárias para a verificação do exercício da profissão de jornalista.

§ 4º O exercício da atividade em empresa não jornalística, mencionada no artigo 3º, § 2º, não constituirá prova suficiente de permanência na profissão se a publicação e seu responsável não tiverem registro nos termos deste decreto.

§ 5º O registro trancado suspende a titularidade e o exercício das prerrogativas profissionais, mas pode ser revalidado mediante apresentação dos documentos mencionados nos itens II e III do artigo 4º.

Art 15. O salário de jornalista não poderá ser ajustado nos contratos individuais de trabalho, para a jornada normal de 5 horas, em base inferior à do salário estipulado, para a respectiva função em acordo ou convenção coletiva de trabalho, ou sentença normativa da Justiça do Trabalho.

Parágrafo único. Em negociação ou dissídio coletivo poderão os Sindicatos de Jornalistas reclamar o estabelecimento de critérios de remuneração adicional pela divulgação de trabalho produzido por jornalista em mais de um veículo de comunicação coletiva.

Art 16. A admissão de provisionado, para exercer funções relacionadas nos itens I a VII do artigo 11, será permitida nos municípios onde não exista curso de jornalismo reconhecido na forma da lei e comprovadamente, não haja jornalista domiciliado, associado do sindicato representativo da categoria profissional, disponível para contratação.

Parágrafo único. O provisionado nos termos deste artigo poderá exercer suas atividades somente no município para a qual foi registrado.

Art 17. Os atuais portadores de registro especial de provisionado poderão exercer suas atividades no Estado onde foram contratados.

Art 18. A fiscalização do cumprimento dos dispositivos deste decreto se fará na forma do artigo 626 da Consolidação das Leis do Trabalho, sendo aplicável aos infratores multa variável de 1 a 10 vezes o maior valor de referência fixado de acordo com o artigo 2º, parágrafo único, da Lei nº 6.205, de 29 de abril de 1975.

Parágrafo único. Aos sindicatos representativos da categoria profissional incumbe representar às autoridades competentes acerca do exercício irregular da profissão de jornalista.

Art 19. Constitui fraude a prestação de serviços profissionais gratuitos, ou com pagamentos simbólicos, sob pretexto de estágio, bolsa de estudo, bolsa de complementação, convênio ou qualquer outra modalidade, em desrespeito à legislação trabalhista e a este regulamento.

Art 20. O disposto neste decreto não impede a conclusão dos estágios comprovadamente iniciados antes da vigência da Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978, os quais, entretanto, não conferirão, por si só, direito ao registro profissional.

Art 21. Este decreto entra em vigor na data da sua publicação, revogadas as disposições em contrário, especialmente os [Decretos nºs 65.912, de 19 de dezembro de 1969](#) e [68.629, de 18 de maio de 1971](#).

Brasília, em 13 de março de 1979; 158º da Independência e 91º da República.

ERNESTO GEISEL

Arnaldo Prieto

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. 13.3.1979 e Retificado no D.O.U. 14.3.1979