

Priscila Francielle dos Santos

**A mulher como fonte no radiojornalismo
contemporâneo: uma análise do programa “Jornal
Jovem Pan”.**

Mariana

2021

Priscila Francielle dos Santos

**A mulher como fonte no radiojornalismo
contemporâneo: uma análise do programa
“Jornal Jovem Pan”.**

Monografia apresentada ao
curso de Jornalismo da
Universidade Federal de Ouro
Preto como requisito parcial
da disciplina de Projetos
Experimentais II.

Orientadora: Ma. Luana Viana

Mariana

2021

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

S237m Santos, Priscila Francielle dos.
A mulher como fonte no radiojornalismo contemporâneo
[manuscrito]: uma análise do programa "Jornal Jovem Pan". / Priscila
Francielle dos Santos. - 2021.
46 f.

Orientadora: Ma. Luana Viana e Silva.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Radiojornalismo. 2. Convergência. 3. Rádio. I. Viana e Silva, Luana.
II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 070.11

Bibliotecário(a) Responsável: Edna da Silva Angelo - CRB6 2560



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
DIRETORIA DE COMUNICACAO INSTITUCIONAL



FOLHA DE APROVAÇÃO

Priscila Francielle dos Santos

A mulher como fonte no radiojornalismo contemporâneo: uma análise do programa “Jornal Jovem Pan”

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em jornalismo

Aprovada em 5 de março de 2021

Membros da banca

Mestre - Luana Viana e Silva - Orientadora - Universidade Federal de Ouro Preto
Doutor - Carlos Fernando Jáuregui Pinto - Universidade Federal de Ouro Preto
Doutora - Debora Cristina Lopez - Universidade Federal de Ouro Preto

Luana Viana e Silva, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 18/01/2022



Documento assinado eletronicamente por **Luana Viana e Silva**, **ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO**, em 18/01/2022, às 14:48, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0269656** e o código CRC **90C6E386**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.000693/2022-41

SEI nº 0269656

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35400-000
Telefone: - www.ufop.br

A todas as pessoas que lutam por sua saúde mental.

Agradecimentos

A graduação não foi um caminho tranquilo para mim. Enfrentei muitas dificuldades e por diversas vezes pensei em desistir. Desistir por pensar que não daria conta e também por achar que esse espaço não era para mim. Além dos desafios que a universidade me impunha, precisei confrontar outros obstáculos ligados à minha saúde mental. Entretanto, a vida se encarregou de colocar as pessoas certas em nosso caminho. Tenho muita sorte por estar cercada por pessoas muito especiais, que não me deixaram abandonar o sonho de me graduar em jornalismo.

Agradeço a minha mãe, Maria Aparecida, que sozinha criou o meu irmão e a mim sem nunca deixar de acreditar na minha jornada. Aos meus avós, Dália e Antônio, pelo apoio e compreensão de sempre. A minha tia Eva, pelas palavras de incentivo e afeto.

Meu muito obrigada a Ticiane e Janaína, irmãs que a UFOP me deu e que desejo levar pelo resto da vida. Vocês foram essenciais para minha permanência na universidade, meninas. Só tenho a agradecer a República Diáspora as amigas e amigos com os quais dividi as contas e o lar. Em especial, agradeço aos companheiros e irmãos Filipe, Carlos e Letícia Antônia.

Ao Flávio, quem além de companheiro é também meu amigo. Obrigada pela compreensão, por acreditar em nossa relação, que por conta da distância entre Mariana e Belo Horizonte, foi regada pela saudade e pelas dificuldades. Sua presença modificou a minha vida em inúmeros sentidos e eu só tenho o que agradecer por sua existência e apoio.

Ao Victor, que foi crucial para a retomada e conclusão desta monografia. Obrigada pela força, pelo incentivo e por caminhar comigo nessa luta.

À professora Debora, que me mostrou os caminhos da pesquisa e me proporcionou oportunidades incríveis de aprendizado. Agradeço por me ensinar que o rádio é um meio de comunicação importante e que deve ser valorizado. Registro também os meus agradecimentos por ter me auxiliado no início deste trabalho.

E, por último, agradeço à Luana pela paciência, cuidado e carinho durante o meu processo de escrita. Obrigada por acreditar em mim, na minha pesquisa e por não me deixar desistir. Sua orientação foi essencial para que eu conseguisse chegar ao fim. Te admiro muito e me inspiro em sua caminhada acadêmica e pessoal.

Lista de Quadros

Quadro 1 – Semana construída	p.29
Quadro 2 – Análise de fontes no primeiro programa	p.31
Quadro 3 – Análise de fontes no segundo programa	p.33
Quadro 4 – Análise de fontes terceiro programa	p.34
Quadro 5 – Análise de fontes quarto programa	p.37
Quadro 6 – Análise de fontes quinto programa	p.39

RESUMO

A partir das discussões sobre os conceitos do feminismo e da luta feminina na busca pela igualdade de gênero, este trabalho busca compreender como se dá a representação e participação da mulher como fonte no rádio. Com isso, apresenta-se como problema central o seguinte questionamento: qual a representatividade das mulheres enquanto fontes no radiojornalismo diário? Para dar conta do questionamento levantado, buscamos compreender como se estabelecem as construções de gênero no jornalismo (VEIGA DA SILVA, 2010) e por consequência no rádio. Além das questões gênero, este trabalho busca compreender como o meio radiofônico se comporta em um cenário de convergência (JENKINS, 2006) e de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016). A partir desse panorama, o objetivo deste trabalho é observar pelo período de cinco dias, a participação de mulheres como fontes consultadas no programa radiofônico “Jornal Jovem Pan”, apresentado pela jornalista econômica Denise Campos de Toledo, período este que se refere a cobertura da pandemia ocasionada pelo vírus da covid-19. A hipótese inicial é de que por se tratar de um programa que aborda estritamente questões políticas e econômicas, o “Jornal Jovem Pan”, apesar de ser apresentado por uma mulher, evidencia a desigualdade de gênero durante o processo de seleção de fontes. Diante disso, utilizamos como procedimento metodológico a proposta de categorização de fontes apresentada por Kischinhevsky e Chagas (2017). O objetivo é identificar quais tipos de fontes participam do radiojornal, para só então distinguir se a fonte consultada é feminina ou masculina. Os principais resultados encontrados por este trabalho reforçam a hipótese abordada anteriormente, uma vez que foram identificadas 31 fontes masculinas e apenas 4 femininas.

Palavras-chave: Radiojornalismo, gênero, convergência, rádio.

ABSTRACT

From the discussions on the concepts of feminism and the feminine struggle in the search for gender equality, this work seeks to understand how representation and participation of women as a source on the radio. Therefore, the central problem is the following question: what is the representation of women as sources in the daily radio journalism? To address the question raised, we seek to understand how gender constructions are established in journalism (VEIGA DA SILVA, 2010) and consequently on the radio. In addition to gender issues, this work seeks to understand how the radio medium behaves in a scenario of convergence (JENKINS, 2006) and radio expanded (KISCHINHEVSKY, 2016). From this perspective, the objective of this work is to observe for a period of five days, the participation of women as sources consulted in the radio program “Jornal Jovem Pan”, presented by economic journalist Denise Campos de Toledo, a period that refers to the coverage of the pandemic caused by the virus of covid-19. The initial hypothesis is that because it is a program that strictly addresses political and economic issues, the “Jornal Jovem Pan”, despite being presented by a women, highlights gender inequality during the font selection process. Against Furthermore, we used as a methodological procedure the proposed categorization of sources presented by Kischinhevsky and Chagas (2017). The objective is to identify which types of sources participate in the radio news, only then to distinguish whether the source consulted is female or male. The main results found by this work reinforce the hypothesis previously addressed, since 31 male sources were identified and only 4 female.

Keywords: Radio journalism, gender, convergence, radio.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1- O RÁDIO EXPANDIDO	10
1.1.O jornalismo no rádio.....	11
1.2. Radiojornalismo contemporâneo	13
1.3. O Rádio e as Redes Sociais.....	15
1.4. Fontes no rádio.....	18
2.1.Um Breve Histórico da Presença Feminina no Rádio	24
3- METODOLOGIA	27
3.1. Descrição do objeto.....	29
4- ANÁLISE	30
4.1. Primeiro programa	30
4.2. Segundo programa.....	31
4.3 Terceiro programa.....	33
4.4. Quarto programa.....	34
4.5. Quinto programa	37
5- CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS	42

INTRODUÇÃO

O presente trabalho foi concebido no formato de monografia e tem como tema uma análise sobre a participação de fontes femininas em um produto radiofônico que é apresentado por uma mulher. O produto escolhido consiste no radiojornal “Jornal Jovem Pan”. Apresentado pela jornalista econômica, Denise Campos de Toledo, é veiculado pelo Grupo Jovem Pan e pertencente ao projeto “Jovem Pan News”, que visa oferecer programas e informações jornalísticas em suas emissoras AM e FM, transmitidas simultaneamente para plataformas digitais como *website*, *Youtube* e redes sociais.

O objetivo central deste trabalho é observar, durante de cinco dias, a participação de mulheres como fontes no programa em questão, período este que se refere à cobertura da pandemia ocasionada pelo vírus da covid-19 e seus desdobramentos políticos e econômicos. A hipótese levantada por este trabalho é de que por se tratar de um programa que noticia e analisa a situação política e econômica do Brasil, o “Jornal Jovem Pan”, apesar de ser apresentado por uma mulher reforça a desigualdade de gênero em seu processo de seleção de fontes.

A partir do objetivo central e da hipótese apresentada anteriormente, pretende-se alcançar os seguintes objetivos específicos:

- Identificar os tipos de fontes que integram as edições do programa “Jornal Jovem Pan”;
- Investigar como se dá a participação de fontes femininas no radiojornal;
- Discutir a representação feminina nos meios de comunicação e a participação feminina no rádio;
- Avaliar a estrutura do programa, identificando como se dá o processo de expansão da linguagem do jornal para outras plataformas.
- Contribuir para uma reflexão acerca da relação entre produção de um radiojornal e a escolha de fontes.

Para avaliar os objetivos acima, esta monografia foi estruturada em seis capítulos. No primeiro, **O rádio expandido**, a discussão aborda as novas identidades da linguagem radiofônica em contexto de convergência, bem como a maneira que o terceiro meio de

comunicação mais consumido no Brasil passou a extrapolar as ondas hertzianas. Dessa forma, o capítulo em questão busca compreender de que maneira o rádio se distribui em diversas plataformas de consumo. Para isso, apoiamos nos conceitos de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e de rádio hipermediático (LOPEZ, 2010).

Há um primeiro subcapítulo que discute **O jornalismo no rádio**, onde apresentamos a trajetória do início do rádio no Brasil até o surgimento das primeiras notícias veiculadas em uma emissora radiofônica. O objetivo deste é discutir e compreender de que maneira o jornalismo se inseriu no meio radiofônico. Assim, utilizamos a história do “Repórter Esso” (KLÖCKNER, 2011) e do “Grande Jornal Falado Tupi” (ORTRIWANO, 1985), conhecidos como os primeiros modelos de radiojornalismo em nosso país.

Já o segundo subcapítulo, **Radiojornalismo contemporâneo**, discute a relação da convergência (JENKINS, 2006) e dos avanços alcançados pelo rádio (LOPEZ, 2009). Dessa forma, temos uma conexão entre como o radiojornalismo hipermediático se apresenta atualmente, o perfil exigido do profissional que atua no rádio e as possibilidades de consumo do meio.

O terceiro subcapítulo, **O rádio e as Rede Sociais**, traça um panorama de como o rádio se comporta nas plataformas digitais de compartilhamento de informação. Concluiu-se nessa etapa que o meio radiofônico passou a fazer uso dos dispositivos móveis e seus aplicativos como estratégia de comunicação e de troca entre emissoras e audiência (QUADROS E LOPEZ, 2014).

O quarto subcapítulo, intitulado **Fontes no Rádio**, busca compreender como o meio se apropria do uso de participações de indivíduos em sua programação para transmitir informações e por consequência, garantir valor às notícias e acontecimentos apresentados. Ainda, o capítulo também se propõe a entender de que maneira podemos classificar ou categorizar as fontes selecionados pelo rádio (FERRARETTO, 2001; LOPEZ, 2009; PINTO, 2000; KISCHINHEVSKY E CHAGAS, 2017).

Já o segundo capítulo, nomeado **A Mulher na Mídia**, discute o papel dos jornalistas (MEDINA, 2006) diante da representação feminina na comunicação. Assim, fazemos uso dos conceitos estabelecidos como padrões de gênero na sociedade e no jornalismo (VEIGA DA SILVA, 2010). Para isso, o capítulo busca compreender como a comunicação passou a adotar produções voltadas exclusivamente para mulheres, que muitas vezes apresentam conceitos e temas que se posicionam de maneira contrária ao movimento feminista e sua luta contra as desigualdades de gênero (BUTONI, 1990; BERTOCCHI, 2014; TELES, 1999; ALVES E PINTANGUY, 2007; FOUCLT, 2000; BUTLER, 2011).

O subcapítulo, **Um Breve Histórico da Presença Feminina no Rádio**, aborda de maneira sucinta como se deu a participação das mulheres na construção da história do rádio AM e FM no Brasil. Por meio de levantamento bibliográfico sobre a história feminina no meio radiofônico, conclui-se que apesar das conquistas alcançadas pelas mulheres, ainda há muitas mudanças a serem alcançadas.

O terceiro capítulo, **Metodologia**, apresenta a teoria de categorização de fontes utilizada para identificar como reflete o uso de fontes pelo “Jornal Jovem Pan”. Para isso, nos apropriamos do conceito de classificação de fontes apresentado por Kischinhevsky e Chagas (2017), cujos autores apresentam sete possibilidades de categorização, que são: as fontes oficiais, empresariais, institucionais, testemunhais, populares, especialistas notáveis. Ainda, apresentamos como ocorreu a seleção dos cinco programas a serem analisados, que neste caso, se deu por meio de uma semana construída. O quarto capítulo apresenta a **análise** dos programas em questão, bem como a categorização de fontes encontrada em cada transmissão.

Assim, após apresentar os objetivos principais e específicos, bem como o percurso que este trabalho evidencia, reforçamos a importância de observar a participação de mulheres como fontes em espaços que discutam saúde, política, economia e outros temas sociais que vão além da economia doméstica, estética e educação pedagógica, áreas em que o gênero feminino foi legitimado culturalmente como fonte consultada (VEIGA DA SILVA, 2010. p.201).

Partindo da perspectiva da cultura de convergência (JENKINS, 2006) e do rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016), pretende-se compreender como o radiojornalismo lida com as questões de gênero e representa o sujeito feminino em seu cotidiano. Assim, esse trabalho irá se apoiar em informações que vão desde sua concepção de transmissão inicial (áudio) até sua expansão para outras plataformas e suportes.

1- O RÁDIO EXPANDIDO

O rádio consolidou-se como uma importante mídia de massa entre as décadas de 1920 e 1960. Dividindo-se entre os grandes centros urbanos e as regiões rurais, as ondas hertzianas cumpriram um importante papel social ao levar informação e entretenimento para pessoas que

viveram nesses períodos. Hoje, o rádio ocupa outros espaços de transmissão, representa novos papéis e enfrenta diferentes desafios em seu consumo cotidiano, que serão apresentados na sequência.

Com a cultura de convergência, o surgimento das plataformas digitais e suas novas possibilidades de criação e compartilhamento, o rádio vem se adaptando ao cenário atual, buscando assim novas identidades, classificações e públicos no ciberespaço. Assim, temos uma mídia que perpassa as antenas de transmissão, TVs por assinatura e a internet.

De fato, no início do século XXI, escuta-se rádio em ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada. O veículo amalgama-se à TV por assinatura, seja por cabo ou DTH (direct to home); ao satélite, em uma modalidade paga exclusivamente dedicada ao áudio ou em outra, gratuita, pela captação, via antena parabólica, de sinais sem codificação de emissoras em AM ou FM; e à internet, na qual aparece no sinal de estações tradicionais, nas webrádios ou, até mesmo, em alternativas sonoras como o podcasting. (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010)

Vemos então, um rádio que se distribui em várias plataformas de consumo. Podemos assim, atribuir essas construções radiofônicas ao conceito de rádio expandido de KISCHINHEVSKY (2012, p. 2), que segundo o autor “transborda para mídias sociais e microblogs, que potencializam seu alcance e a circulação de seus conteúdos, muitas vezes substituindo a entrada no ar de ouvintes ao vivo por telefone e redesenhando as formas de apropriação pela audiência”.

Em síntese, o rádio expandido de Kischinhevsky visa ocupar espaços digitais de maneira geral, além de se apropriar dos novos suportes e linguagens disponíveis. Assim, temos um rádio hipermediático (LOPEZ. 2010, p.9), que apresenta uma construção narrativa multimídia, pautada sempre na base sonora.

1.1.O jornalismo no rádio

A Comunicação é uma das ciências que determina importantes mudanças sociais que atravessam nossa história. Segundo o dicionário de português online do Google¹, entende-se por comunicação a ação de transmitir e receber uma mensagem, além de difundir informação

¹Dicionário disponível em: <www.google.com.br/comunicação> . Acesso em: 12 de fevereiro de 2020.

e conteúdo. Dentre tantos outros sentidos, até muito antes de ser reconhecida como um campo de estudos, vemos que a Comunicação teve um papel fundamental para estabelecermos processos de civilidade, bem como para demarcarmos acontecimentos e transformações de uma sociedade. Dentre suas diversas áreas de estudos, temos o jornalismo, que por sua vez, possui diferentes modos de fazer presente no mundo. Ao tratarmos especificamente do rádio, encontramos diversos gêneros e formatos. Assim, nos parágrafos a seguir, veremos como surgiu e como se configura nos dias atuais a construção narrativa de um dos mais importantes gêneros radiofônicos: o radiojornalismo.

No Brasil, apesar das controvérsias em seus registros históricos, durante muito tempo a primeira transmissão de rádio considerada oficial foi feita no dia 07 de setembro de 1922², cujo objetivo era comemorar o centenário da independência do país. Conseqüentemente, em 20 de abril de 1923, os responsáveis por esse *start* do rádio, Edgar Roquette-Pinto e Henrique Moritze, fundaram a primeira emissora oficial da região sudeste, a *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, cuja programação restringia-se a difundir conteúdos estritamente educativos, culturais e artísticos. Foi também de Roquette-Pinto a primeira tentativa de veicular o jornalismo em transmissões diárias. Em seu programa *Jornal da Manhã*, ele fazia leitura das principais notícias do dia, as quais eram retiradas dos jornais impressos que circulavam na cidade. Entretanto, estudos mais recentes mostram que as primeiras transmissões radiofônicas datam de 1919, com a Rádio Clube de Pernambuco.

No início dos anos 30, por meio do decreto nº 21.111, ficou permitida “a veiculação de propaganda pelo rádio, tendo limitado sua manifestação, inicialmente, a 10% da programação, posteriormente elevada para 20% [...]”. (ORTRIWANO, 1985: 15), e o governo mostrou-se interessado no novo meio. Com isso, artistas e produtores foram contratados e a programação erudita e intelectualizada deu lugar também a uma narrativa mais popular, firmando-se posteriormente nos anos de 1940 como a chamada “Época de Ouro”. Assim, as emissoras foram abandonando de vez sua programação de cunho elitista para se firmar como um meio popular, atendendo as mais diversas camadas sociais. Houve mudanças na linguagem, que se tornou mais simples, direta e de fácil entendimento. Entretanto, sua exclusividade não durou muito. Em 1950, Assis Chateaubriand inaugurou a primeira emissora de TV no Brasil:

²Informação encontrada no portal EBC, disponível em: <http://www.ebc.com.br/2012/09/primeira-transmissao-de-radio-no-brasil-completa-90-anos>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2020

A “Época de Ouro” do rádio termina, coincidentemente, com o surgimento no Brasil de um novo meio: a televisão. Quando surge, ela vai buscar no rádio seus primeiros profissionais, imita seus quadros e carrega com ela a publicidade. Para enfrentar a concorrência com a televisão, o rádio precisava procurar uma nova linguagem, mais econômica. (ORTRIWANO, 1985: 21).

A popularidade da TV levou o rádio a se reinventar mais uma vez. Sua grade passou a incorporar programas de utilidade pública, jornalismo e esportes. A primeira emissora a incorporar o jornalismo todos os dias em sua programação e com horário fixo foi a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Em 28 de agosto de 1941, foi ao ar pela primeira vez o “Repórter Esso”, com duração de cinco minutos, na voz de Romeu Fernandez, que anunciou o ataque da Alemanha à Normandia, durante a Segunda Guerra Mundial. (KLÖCKNER, 2011, p.3).

Seguindo os passos da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, a Rádio Tupi do Rio de Janeiro criou o programa Sentinelas da Tupi, que também trazia conteúdos noticiosos em cinco minutos. Em 1942, da também Rádio Tupi, porém de São Paulo, é lançado o Grande Jornal Falado Tupi, que trazia um novo formato de radiojornal, pautado em linguagem mais sucinta e direta (ORTRIWANO, 1985. p.21).

As notícias do mundo e do Brasil chegavam aos ouvintes brasileiros por meio do rádio. Vemos então que o “Repórter Esso” e o “Grande Jornal Falado Tupi” dão início aos primeiros modelos de radiojornalismo no país, como destaca Ortriwano:

O Repórter Esso e o Grande Jornal Falado Tupi foram marcos importantes para que o radiojornalismo brasileiro fosse encontrando sua definição, os caminhos de uma linguagem própria para o meio, deixando de ser apenas a ‘leitura no microfone’ das notícias dos jornais impressos (ORTRIWANO, idem. ibidem).

O rádio jornal ou radiojornalismo, como é conhecido atualmente, e a sua notícia foram um dos carros fortes de grandes emissoras brasileiras que existiram, bem como ainda se materializa nas grades de programação das emissoras que resistem ao processo de convergência que o meio atravessa.

1.2. Radiojornalismo contemporâneo

Os avanços tecnológicos norteiam as constantes mudanças que acometem o “fazer jornalismo”. Entretanto, eles não são os únicos responsáveis pela cultura de convergência que atingem suas plataformas, suportes e ferramentas de trabalho. Para JENKINS (2006. p.29-30), tais processos de convergência representam “uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. Lopez (2009) faz um resgate da história do rádio e seus avanços, permitindo que olhemos para exemplos que vão desde os rádios transistores, que surgiram em dezembro de 1947 e funcionavam a bateria portátil, a incorporação do celular e internet nas redações radiofônicas. Assim, podemos afirmar que o rádio e seus gêneros, seguem o fluxo da cultura de convergência, buscando combinar seus papéis tradicionais às possibilidades que as novas tecnologias trazem.

Contudo, apesar das teorias pensarem o futuro do rádio, seu presente não é tão simples quanto parece. Não basta termos um ambiente que favoreça o rádio hipermediático e a produção de conteúdos multimídia. Nas redações, há um anseio por profissionais multitarefas, capazes de produzir texto, foto, vídeo e outras mídias, para que posteriormente, sejam distribuídas em diferentes plataformas.

Partindo desse pressuposto, os pesquisadores espanhóis, Ramón Salaverría e Samuel Negrodo (2009), chamam atenção para esse modelo de profissional que vem sendo exigido pelo mercado jornalístico. Para eles, os atuais profissionais são avaliados mais pelo número de funções que conseguem realizar e quantidade de conteúdo que produzem, do que por suas qualidades jornalísticas. Há, então, um acúmulo de funções? Sim. As grades dos atuais cursos de jornalismo os preparam para tais? Quase sempre. Entretanto, pressupõe-se que a reflexão empresarial sobre jornalismo não se pagar, tornando necessária a redução de custos, seja maior que a busca pela equidade salarial e bem-estar dos profissionais da área.

O padrão multimídia é buscado através da convergência entre tecnologias, e obtido no compartilhamento de conteúdos – entre veículos de comunicação da mesma empresa, entre jornais, entre editorias, entre cadernos, entre seções. Em ambos os casos, o objetivo final é reduzir custos para aumentar lucros. (FONSECA, 2008. p. 241).

Assim, a figura do jornalista, independente da área em que atue, precisa conciliar o processo de apuração, produção e conversão multimídia. Mas como se dá esse processo no radiojornalismo? Segundo LOPEZ (2010, p.27), atualmente é exigido que o profissional do rádio seja multitarefa e multimídia, mesmo que sua demanda principal seja pautada pelo conteúdo sonoro. Portanto, vemos que há uma necessidade tanto do radiojornalismo

hipermidiático, quanto dos profissionais da área, em fazer uso da cultura da convergência para dar maior circulação as suas produções. LOPEZ (2010, p.26) apresenta um excelente exemplo de produção multimídia realizada pela jornalista Cátia Toffoletto, para a Rádio CBN, em 24 de agosto de 2009:

Nesta cobertura, realizada ao vivo pela repórter durante o CBN São Paulo, e que tinha como eixo central o áudio, Toffoletto utilizou seu telefone celular Nokia N95 para fazer fotografias e um vídeo ilustrativo que buscavam complementar o conteúdo em áudio. A entrevista realizada com o prefeito e transmitida parcialmente pela emissora foi disponibilizada integralmente no Blog do Milton, no espaço denominado Canto da Cátia. A produção multimídia disponível no site está hospedada em servidores externos gratuitos, como o Flickr e o YouTube. Já o áudio é hospedado na página da própria emissora. (LOPEZ, 2009, p.26).

De modo geral, o radiojornalismo contemporâneo é hipermidiático e atua de maneira expandida, embora algumas discussões nas atuais linhas de pesquisa em rádio³ nos leve a presumir que as emissoras ainda subaproveitam os potenciais oferecidos pela *web*. Isso porque apesar do rádio estar presente nas redes sociais e produzir narrativas *online*, o que vemos muitas vezes são os mesmos conteúdos replicados em diferentes plataformas. Segundo Kischinhevsky (2016), há cinco unidades de registro (interatividade; hipertextualidade; multimídia/convergência; personalização e memória) adaptadas por ele com base nas categorias estabelecidas por Palacios (2002)⁴, que podem ser consideradas imprescindíveis na produção de conteúdos e produtos de um rádio realmente expandido.

Ainda, segundo LOPEZ (2010, p.119), o meio vive um momento em que sua estrutura narrativa precisa ser multimidiática e multiplataforma. O ouvinte agora é também internauta (LOPEZ, 2010, p. 119), consumindo o rádio não só pelos modos de transmissão tradicionais, como também por meio de *smartphones*, *tablets*, mídias sociais e outros dispositivos móveis. Isso permite ao ouvinte-internauta (LOPEZ, 2010, p. 119) se tornar mais presente na programação radiofônica e, conseqüentemente, permite que as informações produzidas pelo radiojornalismo extrapole de vez as ondas *hertzianas*.

1.3. O Rádio e as Redes Sociais

³Pressuposto apresentado durante as discussões do XI Encontro Nacional de História da Mídia em junho de 2017.

⁴Para saber mais, ver PALACIOS, Marcos. MIELNICZUK, Luciana. BARBOSA, Suzana. RIBAS, Beatriz. NARITA, Sandra. Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português. Comunicarte, Aveiro, Portugal, v. 1, n. 2, 2002.

À medida que a internet ganhou força, a convergência dos meios de comunicação tornou-se inevitável, como já foi dito anteriormente. A respeito da expansão e acesso à internet no Brasil, em 2016, um estudo realizado pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) e divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)⁵, mostrou que o número de internautas brasileiros ultrapassou a marca de 100 milhões em 2015. Ainda, em outubro de 2017, a “Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento”⁶(UNCTAD, na sigla em inglês), divulgou um relatório sobre economia digital, onde coloca o país em quarto lugar no ranking mundial de usuários de internet. Com 120 milhões de pessoas conectadas, ficamos atrás apenas dos Estados Unidos (242 milhões), da Índia (333 milhões) e da China (705 milhões). Segundo a pesquisa “Estudo Hábitos e Comportamento dos Usuários de redes sociais no Brasil”⁷, realizada pela empresa de monitoramento e análise E-Life, o *WhatsApp* é a rede social mais usada atualmente. O *Facebook* aparece em segundo lugar e o *Twitter* e *Instagram* empatam na terceira posição. Vemos assim, um crescimento de quase 20 milhões de indivíduos em rede do ano de 2015 para 2017, o que, conseqüentemente, eleva o número de usuários as redes sociais. Assim, acredita-se que o potencial dos internautas brasileiros pode ser apropriado e explorado pelas emissoras de rádio como novas possibilidades e plataformas de comunicação com o ouvinte.

Com a cultura da convergência e hipermediatização do jornalismo, sabemos que tanto as produções radiofônicas, quanto a maneira de transmiti-las à audiência, sofreram alterações no ciberespaço. No entanto, essa mesma audiência, que possui acesso direto aos seus conteúdos, se vem convidada a expressar suas ideias, como explicam Quadros e Lopez (2014):

O ouvinte hoje também é internauta e, por suas características imersivas adquiridas neste novo meio, sente-se impelido a participar, opinar, sugerir, criticar, muito mais do que em outros tempos. E as redes sociais na Internet servem-lhe frequentemente como principal ferramenta para expressão de suas ideias (QUADROS E LOPEZ, 2014, p.179).

⁵ Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD). Disponível em:

<<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>>. Acesso em 23 de junho de 2020.

⁶ Relatório da “Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. Disponível em:

<<http://unctad.org/en/Pages/analysis.aspx>>. Acesso em 18 de fevereiro de 2020.

⁷ Estudo Hábitos e Comportamento dos Usuários de redes sociais no Brasil. Disponível em:

<<http://www.elife.com.br/estudohabitos>> Acesso em 18 de fevereiro de 2020.

Entende-se, assim, que tais ouvintes possuem representatividade e identidade em rede, levando-os a serem participativos no processo de produção, consumo e de difusão das informações e de produtos produzidos pelas emissoras. Ainda, um balanço divulgado em janeiro deste ano pela Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil)⁸, aponta que 90% dos municípios brasileiros possuem acesso às redes de telefonia móvel com a tecnologia 4G. Tal informação confirma a possibilidade de acesso à informação que o usuário possui, mesmo que ele esteja em deslocamento, proporcionando assim novos espaços de interação, diálogo e relação com a emissora e com os demais consumidores da mídia (QUADROS E LOPEZ, 2014). Conclui-se, portanto, que o espaço reservado à interação do ouvinte com o rádio, que antes se dava por meio de cartas, presença em auditório e, posteriormente, pelo telefone fixo, hoje faz uso dos dispositivos móveis e seus aplicativos como estratégias de comunicação e troca entre emissoras e audiência (QUADROS E LOPEZ, 2014).

O imediatismo e a instantaneidade são duas características da *web* que se tornaram congruentes ao jornalismo, mas que, entretanto, segundo Reis (2011, p.16), já faziam parte da essência do rádio. Dessa forma, os atributos trazidos por Reis, parecem justificar uma tendência que se observa ao analisarmos o uso das redes sociais que parte das emissoras de rádio, principalmente no que diz respeito ao conteúdo que foi ao ar ou as coberturas de acontecimentos que ocorrem fora do horário de sua programação jornalística, informativa e/ou de entretenimento. Em outras palavras:

observa-se que usar as redes sociais como uma réplica das interatividades assíncrona ou até mesmo síncrona, mas de ferramentas analógicas, não basta. As redes sociais não podem ser pensadas pelas emissoras como o contato telefônico. É importante, como uma busca pela integração nesta cultura da convergência, que as rádios se permitam mudar e evoluir, integrando em seu conteúdo o que as redes sociais lhe oferecem e pensando em suas práticas como inseridas nessa nova ecologia comunicacional, mais complexa, descentralizada, multiplataforma, móvel. (QUADROS E LOPEZ, 2014, p.179-180).

Partindo desse pressuposto, percebe-se que se faz necessário explorar as potencialidades das ferramentas e de seus meios sociais, compreendendo assim, que não basta apenas estar presente nesses novos espaços de relacionamento e interação com seu público. Pelo contrário. O uso desses espaços e suas ferramentas, precisa ser visto como um potente canal de interação somado ao novo perfil de ouvinte-internauta (QUADROS E LOPEZ, idem. p.180), garantindo

⁸Informação em:

<<http://www.telebrasil.org.br/sala-de-imprensa/releases/8408-3-608-municipios-ja-tem-cobertura-4g>>
Acesso em 18 de fevereiro de 2020.

produções e produtos radiofônicos mais diversificados, colaborativos, participativos, especializados e que sejam pensados diferentes suportes e plataformas.

1.4. Fontes no rádio

Conforme definição de fontes no Dicionário de Jornalismo e Publicidade, de Erbolato, fonte é indivíduo que de algum modo transmite informações sobre um acontecimento a um jornalista. Muitas vezes, tais informações são transmitidas por meio de ferramentas como internet e telefone ou até mesmo pessoalmente. Desta forma, observamos que o avanço tecnológico sem dúvidas possibilitou aos jornalistas maior acesso a informações e por consequência, um maior acesso a número de fontes, ampliando assim o seu campo de atuação.

Atendo-se ao conceito de fontes aplicado ao rádio, Ferraretto (2001, p.195) o divide em duas categorias principais: “as internas, aquelas que a própria emissora estrutura e mantém, e as externas, às quais a empresa de radiodifusão está vinculada por sua função como meio de comunicação de massa” Assim, o autor refere-se ao papel e estratégias de informações das fontes na rotina de produção do jornalista.

Ao analisar a produção jornalística do cotidiano, precisamos compreender a proposta de Ferraretto como princípio básico, e não de maneira simplista. O que se espera dessa dupla classificação do autor, é abranger todas as fontes de informação com as quais o profissional do jornalismo depara-se em sua rotina de trabalho. Segundo Lopez (2009, p.8), é preciso observar tal classificação como um objeto complementar, que nos auxilia no processo de identificar as várias fontes que agem como peças necessárias no processo de busca pelo aprofundamento das notícias. A proposta de Ferraretto (2001), subdivide sua dupla classificação em dois grupos, sendo um para fontes externas e outro para fontes internas, conforme Lopez explica:

Essa dinâmica de complementaridade é uma demanda da informação. Para a compreensão de um acontecimento por parte do jornalista, principalmente quando ele não o presencia, é preciso cruzar informações, descrições e análises em busca das ferramentas para a construção do melhor relato. Assim, enquanto as fontes externas agiriam como fornecedora de dados e referenciais de análise, as fontes internas fariam o papel de trazer um novo ponto de vista para a cobertura. (LOPEZ, 2009, p. 8-9)

Dessa forma, podemos entender as fontes internas como membros da equipe de reportagem e correspondentes, por exemplo. Em relação às fontes externas, o grupo poderá ser composto por ouvintes, indivíduos especializados, agências de notícias, outros veículos de comunicação e até mesmo pela internet, que funciona como banco de dados para o jornalista.

Ainda de acordo com Ferraretto (2001), as fontes internas possuem um papel determinante para a construção e compreensão dos acontecimentos. “Na ausência de uma estrutura exclusiva para obtenção de notícias, o enfoque particular da realidade, condicionado em muito pela relação entre os objetivos da emissora e as necessidades de seu público, fica extremamente prejudicado, perdendo-se qualidade informativa, em especial no noticiário da cidade” (FERRARETTO, 2001, p.195). Entende-se, portanto, que a partir do cotidiano da redação e do modo com que as produções noticiosas se dão, podemos entender o papel de complementaridade envolve os dois tipos de fontes propostos pelo autor.

Em outra oportunidade de caracterização das fontes, temos a classificação vinculada à perspectiva e ao interesse, proposta por Pinto (2000), que tipifica as fontes segundo a natureza (pessoais ou documentais), origem (pública ou privada), duração (esporádicas ou permanentes), âmbito geográfico (locais, nacionais ou internacionais), grau de envolvimento nos fatos (primárias ou secundárias), atitude face ao jornalista (ativa ou passiva), identificação (explicitadas ou confidenciais) e segundo a metodologia ou estratégia de atuação (proativas ou reativas).

Fontes pessoais ou documentais são aquelas que oferecem ao jornalista uma leitura dos fatos ou informações muitas vezes mais limitadas e/ou mais amplas. Segundo Lopez (2009, p.5), quando o comunicador conduz uma entrevista, as reações, tom de voz e a forma que o indivíduo entrevistado organiza sua fala podem afetar a compreensão do que se diz. No que diz respeito às fontes documentais, Lopez (2009, p. 5) explica que as “fontes documentais não permitem essa interpretação completar. Entretanto, possibilitam a quem as lê uma compreensão contextual que varia desde o período e o local em que dado documento foi escrito até às influências dos seus objetivos na composição do discurso”.

Já as fontes de caráter público ou privado são dotadas de frequentes influências de interesses nas falas e análises, levando muitas vezes a necessidade de confirmação e complementação da informação prestada por esses tipos de fontes. Ainda, segundo Lopez (2009, p.6), fontes públicas ou privadas podem acabar servindo como uma espécie de a

“muleta” para o jornalista, como por exemplo, emissoras “...que busca nas fontes os comentários e interpretações para acontecimento de um dado setor, como quando são consultados os mesmos economistas para realizarem a análise de conjunturas...”, diz a autora.

No caso das fontes de duração, que podem ser esporádicas ou permanentes, também podem se configurar como uma muleta para os jornalistas. Ainda segundo Lopez (2009, p.6), as fontes permanentes, por estarem em destaque ou vinculadas aos acontecimentos que atendem aos interesses da emissora, “podem ser consultadas com frequência e se configurar como uma ‘muleta’ ao jornalista”.

Ao tratar das fontes ativas ou passivas, Pinto (2000) resgata as definições de Caminos Marcet e Borrat. Os autores acreditam que as fontes ativas acabam sendo mais autênticas, colaboram com as informações necessárias para os jornalistas e podem inclusive, acabar demonstrando ter algum interesse nos benefícios que a disseminação de tais informações podem vir lhes trazer. Em contrapartida, para os autores, as fontes passivas acabam sendo mais resistentes no processo de difundir informações, mesmo que estas estejam diretamente envolvidas e sejam de suma importância para a narrativa do acontecimento.

No que se refere às fontes de aproximação geográfica (local, nacional ou internacional), temos a seguinte classificação:

Fontes locais podem ser consultadas de maneira direta, através de contato pessoal do jornalista, da sua presença no palco da ação, ou ainda através do contato telefônico. Já as fontes nacionais e internacionais são menos acessíveis ao jornalista, que precisa da mediação tecnológica - seja ela através do contato telefônico, da internet ou de fontes externas, como outros meios de comunicação e agências de notícias - para realizar sua apuração. (LOPEZ, 2009.p.7)

Fontes primárias e secundárias são definidas a partir do grau de envolvimento com os fatos. Segundo Lopez (2009, p.7) essa classificação é indispensável para “a atribuição de voz de fala realizada pelo jornalista, apresentando os atores do acontecimento e selecionando os analistas e fontes complementares a serem ouvidas na composição do relato”. Ainda, fontes primárias também podem ser consideradas fontes autorizadas, conforme caracteriza Erbolato (1985). Fontes autorizadas são aquelas que falam por outro, quando permitidas por ele, conforme explica Lopez (idem. p.7), “...mesmo que a fonte principal esteja indisponível, o jornalista consegue ter acesso aos dados e o porta-voz assume o papel responsável por eles”.

Ainda, as fontes podem ser classificadas como sendo assumidas ou confidenciais (Pinto, 2000). Para melhor compreensão do papel desempenhado por cada uma delas, Lopez explica que “trata-se de fontes diretamente envolvidas no fato e que, de maneira mais clara o caso das confidenciais, têm uma atitude mais pró-ativa, não preventiva ou defensiva”.

As classificações anteriores, reforçam que a maioria das informações jornalísticas é plural e emana de vários tipos de fontes, que são utilizadas com o propósito de reforçar e/ou confirmar a verdade no relato dos fatos. Entretanto, a instantaneidade do rádio, o interesse do ouvinte e o valor notícia a ser seguido pelo veículo que o emprega, leva muitas vezes o jornalista a buscar por suas fontes em “sites de outros meios de comunicação e agências de notícias, contatos via correio eletrônico de assessorias de comunicação, redes sociais, fontes de pesquisa e banco de dados [...]” (LOPEZ, 2010. p. 75), reduzindo seu contato pessoal com as informações reveladas e a sua capacidade de complementar o relato a partir de suas experiências pessoais em contato com as fontes. Ainda, às emissoras de rádio possuem hoje dois eixos centrais na transmissão da informação e na forma de apuração, sendo elas a “1) a atualização constante através do *hard news* [notícias e coberturas diárias]; e 2) o aprofundamento do acontecimento através de coberturas especiais, seja no caso de notícias inesperadas ou de coberturas pré-produzidas” (LOPEZ, idem. p.83-84). A partir das reflexões até aqui expostas, é importante destacar que, ainda que por intermédio do telefone ou aplicativos de áudio e vídeo, os jornalistas mantêm contato com as fontes, ampliando assim sua capacidade de confirmar informações, agregar valor e potência à informação.

Por fim, é importante salientar que a profissão do jornalista passou por mudanças significativas em sua rotina de trabalho, conforme já foi dito aqui. Entretanto, “a evolução da identidade do jornalista se forma a partir de um duplo discurso – a fala humanista e a fala tecnológico-metodológica” (PEREIRA, 2004a. p.14), mas que ainda condiz com seus principais papéis sociais, sendo eles, o de apurar os fatos e transmitir os relatos dos acontecimentos de maneira fidedigna.

2-A MULHER NA MÍDIA

Para Cremilda Medina (2006), o jornalista é responsável não só por mediar a realidade, como também, torna-se legitimador de uma cultura a partir de sua tradução do mundo. Explica a jornalista e educadora:

O jornalista, como privilegiado leitor da cultura, uma vez que transita na primeira realidade, observa o mundo à sua volta e capta depoimentos dos protagonistas sociais, ouve relatos e reúne declarações do universo conceitual (informações especializadas, opiniões e interpretações), assume, nessas mediações, uma responsabilidade autoral que permeia qualquer editoria. Ao produzir sentidos – e é isso que o jornalista faz -, ele está falando de certa cultura, com protagonistas culturais localizados (MEDINA, 2006, p. 81).

Se o papel do jornalista, independentemente do meio que ele atua, é traduzir para a sociedade seu relato da realidade, por que parece haver uma exclusão social do gênero feminino por parte da imprensa brasileira? Para entendermos as relações do jornalismo com a cultura, formação de valores e as relações de gêneros, Marcia Veiga da Silva (2010) traz em sua dissertação, conceitos e fundamentações teóricas que vão desde as dificuldades em pautar o feminismo nos meios de comunicação, até a necessidade de romper com gramática normativa, que sugere o gênero masculino como hegemonia e instância de poder da língua falada e escrita.

O jornalista é parte da sociedade em que está inserido, partilhando uma visão de mundo que o ajuda a estabelecer padrões normalidade e anormalidade, certo e errado, e que fornecem, portanto, parâmetros que o ajudam a definir o que é notícia ou não, e que de modo geral se aproximam dos valores dominantes e normatizadores da sociedade. Essa orientação se dá pela complexa rede de relações que envolvem a construção dos discursos noticiosos que estão amparados nos saberes hegemonicamente masculinos e ligados a outras instâncias de poder. (VEIGA DA SILVA, 2010, p.42).

Assim, vemos que um dos critérios de noticiabilidade se estabelece diante da predominância do masculino como padrão em nossa sociedade. Seguindo as reflexões de Medina (2006) e Veiga da Silva (2010), podemos supor que narrativas construídas apenas com fontes masculinas ou com vivências dos mesmos protagonistas e lugares sociais, fazem com que as produções jornalísticas assumam um único gênero e única voz, corroborando, assim, para o silenciamento da mulher na sociedade e nos meios de comunicação.

Pensando no cenário de convergência e suas preocupações atuais, as questões de gênero parecem não fazer parte dos receios que pairam o futuro das mídias e meios. Para Bertocchi (2014), as mudanças no jornalismo precisam ser acompanhadas por modelos que nos guiem e nos ajudem a lidar com as complexidades das narrativas. Portanto, repensar e contrapor o

modelo narrativo consagrado pelas instituições e pela grande imprensa, se faz emergente e necessário. Não podemos nos esquecer de que o jornalismo executa uma função pedagógica na “reprodução e circulação do acervo dos conhecimentos socialmente construídos e culturalmente legitimados que ajudam a informar os sujeitos na contemporaneidade” (VEIGA DA SILVA, 2010, p.33).

Segundo a autora Dulcilia Schroeder Buitoni, o jornalismo para mulheres que está presente no ocidente é meramente opinativo, definidor de comportamentos ou está atrelado ao consumo e serviços (1990, p.2). Ainda sobre esse modelo de jornalismo direcionado para mulheres, de acordo com Bandeira (2015), ele [o modelo] intensifica a discussão e pontua a necessidade de nos lançarmos sobre as diferenças e aproximações entre o jornalismo feminino e jornalismo feminista. Desde seu surgimento, no final do século XVII e início do século XVIII, o jornalismo feminino se caracterizou como um segmento voltado para o cotidiano e aos anseios das mulheres (BUITONI, 1990), sem se ater às factuais inerentes ao jornalismo diário. Resumindo, ele não era (é) informativo, mas sim opinativo. Em contrapartida, as narrativas produzidas pelo jornalismo feminista contemplam preocupações diretas com as relações de poder, opressão e com o protagonismo político, econômico e social da mulher.

As reflexões sobre o tratamento dos meios de comunicação às mulheres, seguem a luz dos Estudos Feministas. Para entendermos o movimento de libertação da mulher, segundo as análises de Teles (1999) e Alves e Pintanguy (2007), a causa nasceu das ações protagonizadas por mulheres dispostas a combater a discriminação ao seu gênero em suas mais diferentes formas, bem como a busca pela equidade de gêneros e a retomada da mulher como protagonista de sua vida e história.

Apesar do feminismo ter ganhado voz e espaço, é comum nos depararmos com piadas, canções, comerciais, filmes, novelas, etc., que degradam, constroem e oprimem as mulheres. Todos os dias é possível encontrarmos na televisão, revistas, jornais etc, imagens que reforçam, objetificam e exercem controle sobre o corpo feminino, conforme reflexões encontradas nas obras de Michel Foucault (2000) e Judith Butler (2011). Ainda, segundo Bourdieu (1999), para se compreender a dominação masculina é importante analisar as estruturas por trás da objetividade e da subjetividade dos corpos. Assim, os corpos dos sujeitos dominados apresentam determinados gestos, posturas, disposições ou marcas da sua submissão.

A mídia, por sua vez, está presente no cotidiano das pessoas, contribuindo de maneira eficaz para a formação do senso comum. Segundo Veiga e Silva (2010, p. 97), durante sua

pesquisa foi possível perceber que “as concepções de gênero dos jornalistas perpassam todo o processo de produção de notícias e se revelam de na forma como os valores sociais eram representados nos discursos noticiosos e imbricados nos valores sociais”. Assim, pressupomos que se os discursos pautados pelo jornalismo tratam por representar homens e mulheres utilizando padrões de categorização, classificação, hierarquização e imposição da realidade e de suas relações sociais. Entretanto, esses discursos se diferem em sentido e contexto final, tomando uma posição hegemonicamente masculina, conforme explica Veiga e Silva:

Por reproduzir relações de gênero e poder hegemonicamente prevalecentes na cultura, conhecimentos sociais historicamente produzidos em determinadas instâncias de poder, relacionados a determinadas visões de mundo e ao *status quo* é que esta pesquisa concluiu que o jornalismo é também reproduzido por representações sexuais, de classe, de raça, de geração. Mais do que isso, o jornalismo desvelou-se constituído de gênero. E o gênero do jornalismo é masculino. (VEIGA E SILVA, 2010. p. 205)

Conclui-se, portanto, que o discurso produzido pela mídia, independentemente do formato e da plataforma de veiculação, não só pode incorporar, como também pode modular, redimensionar, e recriar os elementos da realidade que ela atinge. Assim, acredita-se que as representações degradantes e opressoras das quais mulheres contemporâneas são submetidas podem ganhar um forte aliado na busca pela desconstrução dos discursos sociais que hoje reverberam em nossa sociedade, isto é, no jornalismo.

2.1. Um Breve Histórico da Presença Feminina no Rádio

Desde as primeiras transmissões radiofônicas no Brasil, o rádio foi produzido e executado majoritariamente por homens. Apesar disso, em 1923, após a fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, Maria Beatriz Roquette-Pinto, se tornou a primeira radialista na história do país. Entretanto, apesar da atuação de Maria Beatriz, as mulheres da década de 1920 tinham o rádio mais como companheiro dos trabalhos domésticos do que como um local de atuação profissional. Mas, aos poucos, como em vários setores da sociedade, as mulheres foram conquistando seu espaço na radiodifusão. Inicialmente como cantoras e, posteriormente como atrizes de radionovelas, anunciantes de publicidade, locutoras e âncoras de programas.

Ao estudarmos a história do rádio no Brasil, notamos que poucas vezes a mulher é citada como uma pessoa atuante e presente no início das transmissões radiofônicas. Apenas nomes tais como Carmen Miranda, Emilinha Borba, Dalva de Oliveira e Marlene são mencionados com mais destaque (TESSER apud XAVIER & CERQUEIRA, 2004, p.30)

Além das cantoras que ficaram conhecidas durante a Era do Ouro do Rádio, algumas locutoras também ganharam destaque. Em 1936, a locutora Lúcia Helena ficou famosa devido ao comercial do sabonete Eucalol, realizado para a Rádio Nacional. Após seu sucesso, ela passou a ancorar programas na emissora.

Entre os speakers (locutores), havia também as mulheres procurando seu espaço como Lúcia Helena, que no ano de 1936, abria na Rádio Nacional, todos os domingos do meio dia às 21 horas, o programa Quando os Ponteiros se Encontram ao Meio-Dia. (SANTOS apud XAVIER E CERQUEIRA, 2004:22)

Outras mulheres que também fizeram sucesso no rádio durante o início do XX, “... tanto na locução de comerciais quanto na ancoragem de programas, foram Maravilha Rodrigues, na Rádio Eldorado e na Rádio Jornal do Brasil AM, Anita Taranto e Isis Lettieri, na Rádio Metropolitana e Graciete Santana na Rádio Guanabara.” (ARAGÃO. 2010, p.23). Apesar das mulheres anteriores terem ganhado notoriedade nas principais emissoras do país, a programação na qual elas participavam era feita por homens e para homens. Somente em 1969, o Brasil ganhou a primeira emissora voltada para o público feminino, conforme explica Aragão:

A primeira rádio brasileira a se especializar de fato em assuntos femininos foi a Rádio Mulher, inaugurada em São Paulo, em 1969. A emissora foi responsável por uma grande revolução no rádio da época, da produção até o microfone. As mulheres passaram a ocupar o centro das atenções, produzindo, informando, apresentando programas e, sobretudo, tendo como ouvintes outras mulheres. E a inovação não se restringiu aos temas considerados “femininos”, pelo contrário, também interferiu em outros universos tidos até então como propriamente masculinos, como o esporte, por exemplo. (ARAGÃO. 2010, p.24)

Ainda, segundo Aragão, outra emissora que deu destaque a participação feminina em sua programação foi a Fluminense FM. A rádio foi criada em 1972, em Niterói, no Rio de Janeiro, ficou conhecida como “A Maldita” e transmitia corridas de cavalo. Locutoras como Monika Venerabile, Mylena Ciribelli e Selma Boiron se destacavam na Fluminense.

A Rádio Fluminense dinamitou o preconceito que reinava no rádio brasileiro, onde mulher praticamente não falava. Inteligentes e bem informadas, as locutoras da Maldita criaram um padrão sóbrio que contrastava com a programação musical maravilhosamente caótica (MELLO apud XAVIER & CERQUEIRA, 2004,30).

Já em 1981, mais precisamente no dia 14 de setembro, estreava o programa “Viva Maria”, que foi produzido pela Rede Nacional AM de Brasília e conduzido pela jornalista Mara Régia. Constituído para ser um espaço de expressão dos civis, políticos e sociais das mulheres, o “Viva Maria” se tornou uma referência no rádio brasileiro por seu pioneirismo e também para luta feminista do país. No ar há mais de 30 anos, hoje é ele transmitido pela Empresa Brasileira de Comunicação (EBC). Silvia (2015) destaca a importância do programa para a luta social feminina em busca de seus direitos.

O “Viva Maria” é parte de uma primeira geração de programas de rádio envolvidos com um compromisso de crítica e reflexão sobre a especificidade da condição feminina no contexto das relações sociais. Por isso, constituiu-se como espaço interdisciplinar ao se considerar a multiplicidade de manifestações de mulheres em movimentos populares, em sindicatos, em partidos políticos que trouxeram para discussão na Rádio Nacional questões de cidadania e direitos humanos. (SILVIA, 2015, p. 2)

Embora grandes avanços e marcos importantes tenham ocorrido para as mulheres na história do rádio brasileiro, o contexto atual ainda deixa a desejar. Como em muitos espaços da comunicação e da sociedade, a mulher ainda ocupa um espaço considerado pequeno no meio radiofônico, como explicam Schuster e Pedrazzi:

Infelizmente não há uma igualdade de espaços para homens e mulheres nas emissoras para locução e apresentação de programas de rádio. Basta ligar qualquer aparelho e sintonizar uma emissora qualquer para que se evidencie este fato. Tanto nas rádios de frequência AM quanto nas FM a mulher tem tido uma presença pequena se comparada ao homem. Não é por acaso que há 10 anos surgiu uma rede denominada Rede de Mulheres no Rádio, com o apoio da Organização Não-Governamental Comunicação, Educação e Informação em Gênero (CEMINA). (SCHUSTER e PEDRAZZI, p.1-2. 2008)

Durante a década de 1990 e de 2000, nomes como o de Monika Venerabile, Gislaire Martins, Isabella Saes, Selma Boiron, Lúcia Hipólito, Fernanda D’Ávila, Cidinha Campos, Nena Martinez, Zora Yonara e Daisy Lucidi, passaram a ser conhecidos no rádio brasileiro. No dia 07 de novembro de 2017, outro feito importante entrou para história das mulheres no meio radiofônico. A estagiária da Rádio Inconfidência, importante emissora mineira, Isabelly Moraes, com apenas 20 anos na época, foi convidada para narrar um jogo de futebol pela Série B do Campeonato Brasileiro. O acontecimento revolucionou o cenário esportivo, uma vez que

não se tinha muitas notícias de mulheres narrando jogos. Em entrevista para o site Dibradoras⁹, Isabelly contou que apesar das críticas que recebeu na época, ela não vê motivos para não continuar narrando:

Eu olhava ao meu redor e pensava: eu vou parar de narrar? E vai continuar só homem narrando aqui? Eu entendi que eu precisava continuar quando olhei ao meu redor e só vi homens e achei que isso não era certo pra gente. Hoje, se falar que eu não posso narrar um jogo, eu vou narrar dois, três quatro e vou seguir na minha contagem.

Mesmo com todas as conquistas das mulheres nos últimos séculos, as profissionais que atuam no ramo radiofônico ainda têm mais dificuldade do que os homens e muitas vezes não têm a mesma aptidão. Temos inúmeros exemplos de que as mulheres têm a mesma capacidade dos homens para atuar em qualquer profissão, mas ao que parece, a sociedade ainda inventa formas de manter e reforçar as desigualdades de gênero.

3- METODOLOGIA

A presente monografia busca compreender e analisar a participação de fontes femininas no programa “Jornal Jovem Pan”, apresentado pela jornalista econômica, Denise Campos de Toledo e veiculado pela Rádio Jovem Pan News, pertencente ao Grupo Jovem Pan.

A análise será realizada por meio de uma semana construída, no qual o foco da amostra será a cobertura da pandemia ocasionada pelo vírus Covid-19 e seus desdobramentos políticos e econômicos.

A hipótese é de que por se tratar de um programa cujo cerne gira em torno da situação política e econômica do Brasil, o “Jornal Jovem Pan”, apesar de ser apresentado por uma mulher, reforça a desigualdade de gênero presente na sociedade durante seu processo de seleção de fontes.

⁹ Informação em:

<<https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2019/09/24/narradora-entendi-que-deveria-continuar-quando-so-vi-homens-ao-meu-redor/>> Acesso em: 11 de julho de 2020.

Para analisar quais tipos de fontes femininas são ouvidas pelo programa, será utilizada a metodologia de análise de conteúdo baseada na categorização das fontes no radiojornalismo proposta por Marcelo Kischinhevsky e Luã Chagas (2017). De acordo com os autores, a diversidade e a pluralidade de vozes são um dos preceitos principais para garantir a qualidade de uma cobertura informativa. Assim, os objetivos do trabalho seriam: constatar se há participação de fontes femininas no jornal e apontar a quais categorias estas fontes pertencem, caso seja observada a presença da participação de mulheres nas edições analisadas.

Com base na categorização de Kischinhevsky e Chagas (2017.p. 116-117), pretende-se analisar a atuação dos seguintes tipos de fontes:

- **Oficiais** – Ocupantes de cargos eletivos e funcionários do Executivo, do Legislativo, do Judiciário e do Ministério Público, de autarquias, fundações e empresas públicas, em níveis federal, estadual e municipal;
- **Empresariais** – Associações representativas dos setores comercial, financeiro, industrial, agronegócio, de serviços, corporações, consultorias, executivos;
- **Institucionais** – Integrantes de organizações do terceiro setor, organismos multilaterais, movimentos sociais, organizações sindicais;
- **Testemunhais** – Personagens que presenciaram acontecimentos com valor-notícia atribuído por jornalistas e radialistas;
- **Populares** – Pessoas comuns, que em geral são representadas no noticiário como vítimas de determinada situação – um crime, uma injustiça, uma política pública ineficiente – ou lançam mão de táticas de espetacularização para se fazer ouvir e reivindicar melhorias no seu cotidiano;
- **Especialistas** – Profissionais com reconhecido saber técnico ou científico sobre determinado campo em torno do qual se desenvolve uma cobertura jornalística;
- **Notáveis** – Celebidades, artistas, esportistas, comunicadores, pessoas que desempenham ou desempenharam atividades de grande reconhecimento social, sobre as quais se atribuem variáveis valores-notícia.

As datas em negrito do quadro a seguir demonstram os dias que compõem a semana construída, vejamos:

Quadro 1 – Semana construída

Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira
24/02	25/02	26/02	27/02	28/02
02/03	03/03	04/03	05/03	06/03
09/03	10/03	11/03	12/03	13/03
16/03	17/03	18/03	19/03	20/03
23/03	24/03	25/03	26/03	27/03

Fonte: elaboração própria

3.1. Descrição do objeto

O programa “Jornal Jovem Pan” vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 14h às 15h. Apresentado pela jornalista econômica Denise Campos de Toledo, o radiojornal conta com a participação de repórteres e comentaristas da emissora, além de receber entradas ao vivo de fontes convidadas pela apresentadora.

Apesar de não possuir redes sociais exclusivas, o conteúdo produzido pelo radiojornal é compartilhado por meio das redes sociais *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, pelo site da Jovem Pan ou aplicativo móvel da emissora, denominado *PanFlix* e disponível para os sistemas operacionais *IOS*, *Android* e *Windows Phone*. Durante toda a sua transmissão, é possível acompanhar o “Jornal da Jovem Pam” por áudio, através das frequências AM e FM ou por vídeo, por meio de plataformas streaming do site da Jovem Pan, pelo *Youtube* e *Facebook* ou pelo aplicativo da emissora. Além disso, os ouvintes podem interagir com o programa e entre si por meio do *WhatsApp* ou na sessão de comentários do *Youtube* e *Facebook*. Outro ponto importante a se destacar, é que é possível acessar os vídeos de todos programas online por meio do site e do canal do *Youtube* da emissora.

4- ANÁLISE

4.1. Primeiro programa

O primeiro programa analisado foi ao ar no dia 24 de fevereiro de 2020, um dia antes do feriado de Carnaval no Brasil. Devido a isso, acredita-se que por esse motivo o programa não tenha sido apresentado por Denise Campos de Toledo, e sim pelo repórter Thiago Uberreich. O Jornal Jovem Pan do dia 24 contou com nove destaques, dentre eles cinco reportagens e quatro boletins.

A primeira reportagem aborda um crime de tráfico de drogas cometido por um agente da Força Aérea Brasileira (FAB) e é apresentada apenas pelo repórter Antônio Maldonado, que narra os fatos referentes ao ocorrido. Já o segundo destaque da edição do dia 24, abordou a participação da ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos, Damares Alves, no Fórum dos Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU). A reportagem conta com um trecho do discurso da ministra durante o encontro e é apresentada pelo repórter Marcelo Mattos. A terceira matéria aborda a questão do avanço do coronavírus no mundo, que na data em questão, havia começado a se alastrar na Itália. Para falar sobre o tema, o repórter e apresentador Thiago Uberreich convida a doutora e consultora da Sociedade Brasileira de Infectologia e pesquisadora da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), Nancy Bellei. A primeira fonte do programa pode ser classificada como uma fonte especialista. Sua participação se deu por meio de uma entrevista que durou 8m25s.

Já o quarto destaque do programa, temos uma reportagem sobre a violência causada por um motim organizado por profissionais da segurança pública do Ceará. A matéria é apresentada pela repórter Débora Britto e conta um destaque de uma fala do até então Ministro da Justiça, Sérgio Moro, durante uma coletiva de imprensa que tratava sobre as medidas para conter a violência no estado. Durante a quinta reportagem do programa, o apresentador Thiago convida a fonte empresarial, Sérgio Vale, que é economista chefe da MB Associados, para falar sobre a queda das bolsas de valores europeias devido ao avanço da Covid-19 pela Europa. A reportagem dura aproximadamente 6m25seg.

Os demais destaques do programa referem-se a boletins informativos. O primeiro é sobre a economia brasileira, realizado pelo repórter Vinícius Moura. Já o segundo boletim traz principais notícias do EUA, com a correspondente Mariana Janjácómo. O terceiro

informa sobre o carnaval na Europa e é apresentado pela repórter, Lívia Fernanda. E finalizando o programa do dia 24 de fevereiro, o apresentador Thiago encerra com notícias sobre as apreensões e prisões realizadas durante o carnaval de São Paulo. A edição tem a duração de 59 minutos e apenas dois intervalos.

Neste primeiro programa analisado, temos então, o seguinte quadro que reflete o uso de fontes pelo jornal:

Quadro 2 – Análise de fontes do primeiro programa

Tipo de fonte segundo Kischinhevsky e Chagas (2017)	Fonte	Gênero da fonte
Fonte Oficial	Ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos, Damares Alves	Feminino
Fonte Especialista	Doutora e consultora da Sociedade Brasileira de Infectologia e pesquisadora da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), Nancy Bellei	Feminino
Fonte Oficial	Ministro da Justiça, Sérgio Moro	Masculino
Fonte Especialista	Economista chefe da MB Associados, Sérgio Vale.	Masculino

4.2. Segundo programa

Seguindo a semana construída, o segundo programa analisado foi ao ar no dia 03 de março de 2020, numa terça-feira. Ao contrário do primeiro, o jornal dessa edição foi apresentado por Denise Campos de Toledo. Com sete destaques, o programa teve duração de 59m39seg e três intervalos. A primeira matéria aborda a aprovação da reforma da previdência dos funcionários públicos de São Paulo e é apresentada pelos repórteres Daniel Lian e Nicole Fusco através de um telefone. Além de áudio, a matéria apresenta imagens gravadas no local da votação da reforma e tuítes escritos pela deputada federal, Sâmia Bomfim, do deputado estadual, Prof. Carlos Giannazi e do deputado estadual, Arthur do Val. Os tuítes entram como forma de ilustrar opiniões contrárias e favoráveis a reforma, portanto podem ser categorizados como fontes oficiais (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017).

A segunda matéria é realizada por meio de uma entrada ao vivo feita pelo jornalista Alex Frutuoso, que retrata os estragos feitos pelas chuvas na Baixada Santista, em Santos, São Paulo. A reportagem também apresenta imagens dos locais afetados. Após o fim da exibição do áudio da matéria, o jornalista Tiago Muniz comenta a situação e em seguida convida para uma rápida fala, o diretor de operações da Defesa Civil de São Paulo, o Tenente Coronel Henguel Ricardo Pereira, que se caracteriza como uma fonte oficial (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017). Já o terceiro destaque da edição em questão, refere-se ao um boletim informativo a respeito da situação econômica dos Estados Unidos, realizado pela repórter e correspondente, Mariana Janjácómo. Há um destaque para o trânsito de São Paulo, apresentado pelo jornalista Tiago Muniz, que convida o gerente geral da Companhia de Engenharia de Tráfego - CET, Antônio Carlos Abrante, para uma entrada ao vivo por telefone. A participação de Antônio pode ser caracterizada também como uma fonte oficial (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017).

Complementando a cobertura sobre as fortes chuvas que acometeram Baixada Santista, Denise entrevista o prefeito do município de Guarujá, Valter Suman. Valter também pode ser classificado com uma fonte oficial (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017). A penúltima matéria da edição aborda as repercussões econômicas durante a pandemia de coronavírus. Para abordar o tema, Denise convida o economista-chefe do banco digital Modal Mais, Alvaro Bandeira. Desta forma, classificamos a fonte em questão como uma fonte especialista (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017), uma vez que se trata de uma autoridade no ponto de vista econômico. E finalizando a edição, o repórter Antonio Maldonado apresenta um boletim com os principais assuntos que tramitaram por Brasília nos dias 02 e 03 de março.

Assim, no segundo programa analisado, temos o seguinte quadro que reflete o uso de fontes pelo jornal:

Quadro 3 – Análise de fontes do segundo programa

Tipo de fonte segundo Kischinhevsky e Chagas (2017)	Fonte	Gênero da fonte
--	--------------	------------------------

Fonte Oficial	Deputada Federal, Sâmia Bomfim.	Feminino
Fonte Oficial	Deputado estadual, Prof. Carlos Giannazi.	Masculino
Fonte Oficial	Deputado estadual, Arthur do Val.	Masculino
Fonte Oficial	Diretor de operações da Defesa Civil de São Paulo, o Tenente Coronel Henguel Ricardo Pereira	Masculino
Fonte Oficial	Gerente geral da Companhia de Engenharia de Tráfego - CET, Antônio Carlos Abrante	Masculino
Fonte Oficial	Prefeito do município de Guarujá, Valter Suman	Masculino
Fonte Especialista	Economista-chefe do banco digital Modal Mais, Alvaro Bandeira.	Masculino

Fonte: elaboração própria

4.3 Terceiro programa

A edição do dia 11 de março de 2020, foi ao ar em uma quarta-feira, apresentou seis destaques e teve duração 1h36m46seg. Iniciando o programa, o repórter Tiago Muniz comenta a fala do presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia, e do até então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, que apresentaram algumas medidas preventivas e de combate ao coronavírus no Brasil. A reunião ocorreu na Câmara devido a declaração de pandemia por parte da Organização Mundial de Saúde (OMS). Rodrigo Maia e Luiz Henrique podem ser classificados como fontes oficiais (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017). Para abordar melhor sobre a declaração da OMS, Denise convida o médico infectologista, Renato Kfoury, que pode ser classificado com uma fonte especialista (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017). A entrevista com o Renato totalizou 21m40seg.

Sobre os desdobramentos econômicos, o Jornal Jovem Pan do dia 11 convidou o economista-sócio da agência financeira Integrare Brasil, André Sacconato. André é mais um exemplo de participação de fonte especialista (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017) no programa em questão. A entrevista com o economista teve duração de 08m59seg. Dando

continuidade a cobertura da pandemia, o repórter Daniel Lian comenta sobre as ações que o governo brasileiro adotou para combater o avanço da doença no país. Ainda sobre os aspectos econômicos e financeiro, Denise convida Jefferson Laatus, estrategista-chefe do Grupo Laatus, cuja entrevista teve duração de 9m. Jefferson pode ser categorizado como uma fonte empresarial (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017). Ainda sobre o balanço financeiro pelo mundo, a correspondente Mariana Janjácomo, realiza um boletim informativo direito de Nova York. O programa é finalizado com um boletim sobre os eventos cancelamento de eventos em decorrência da Covid-19. O boletim é comentado pelo repórter Carlos Aros.

Desta forma, temos então, o seguinte quadro que retrata o uso de fontes pelo jornal:

Quadro 4 – Análise de fontes do terceiro programa

Tipo de fonte segundo Kischinhevsky e Chagas (2017)	Fonte	Gênero da fonte
Fonte Oficial	Presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia.	Masculino
Fonte Oficial	Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta.	Masculino
Fonte Especialista	Médico infectologista, Renato Kfourir.	Masculino
Fonte Especialista	Economista-sócio da agência financeira Integrare Brasil, André Sacconato.	Masculino
Fonte Empresarial	Estrategista-chefe do Grupo Laatus, Jefferson Laatus.	Masculino

Fonte: elaboração própria

4.4. Quarto programa

O quarto programa analisado foi ao ar no dia 19 de março de 2020. A edição contou com oito destaques, três intervalos e teve duração de 2h. A primeira matéria é apresentada pelo repórter Marcelo Matto, que detalha as ações tomadas pelo governo do estado de São Paulo para combater o avanço do coronavírus. Em seguida, Denise dá início ao segundo destaque do jornal que aborda a situação do mercado financeiro e da economia frente à pandemia. Para conversar sobre o assunto, a apresentadora convida Marcos Ross, que é economista da XP Investimentos. Marcos pode ser classificado com uma fonte especialista (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017). A repórter Luciana Verdolin apresenta o terceiro destaque do programa, que aborda os fechamentos das fronteiras brasileira devido ao avanço da Covid-19. Para comentar sobre os desdobramentos das taxas tributárias e dos direitos trabalhistas em decorrência da pandemia, Denise convida o advogado, Eduardo Fleury, que pode ser categorizado com uma fonte especialista (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017).

Em seguida, o repórter Giovanni Chacon aborda a crise nos aeroportos brasileiros. Partindo do pressuposto que o número de voos caiu, a matéria também aborda a queda nas corridas realizadas por táxis que operam nos locais. Assim, o repórter convida duas fontes testemunhais (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017) para falar sobre o assunto. As fontes são dois taxistas, Marcos e Silvio, que trabalham no aeroporto de Garulhos, em São Paulo. Retratando a situação do coronavírus no Sul do Brasil, Denise convida o repórter Maicon Rech para falar sobre os números de casos e medidas que vêm sendo tomadas pelos estados da região. Após o retorno do intervalo, Denise convida a repórter Mariana Janjácómo para dar o boletim sobre os desdobramentos da pandemia e sobre a situação econômica dos Estados Unidos.

Em seguida, a apresentadora do jornal anuncia uma reportagem concedida pela jornalista Camila Yunes, sobre uma fala hostil sobre a China, que foi publicada pelo deputado estadual Eduardo Bolsonaro, em sua conta no *Twitter*. A publicação feita pelo deputado rendeu uma resposta do embaixador chinês no Brasil, Yang Wanming, que condenou a atitude de Eduardo, afirmando que fala fere a relação amistosa dos dois países.

Durante a reportagem, são exibidos os tuítes de Eduardo Bolsonaro, Yang Wanming e de Rodrigo Maia, presidente da Câmara dos Deputados, que se desculpou com o embaixador pelo ocorrido. As publicações podem ser classificadas com o uso de fontes oficiais (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017), que são utilizados para ilustrar o fato sucedido. Na

sequência, Denise convida o repórter Rodrigo Viga, que faz um balanço sobre a crescente de casos da Covid-19 no Rio de Janeiro.

O jornal segue seu curso, dessa vez com uma entrevista ao vivo. A entrevista retrata a possibilidade que a crise ocasionada pela pandemia possa afetar o transporte de carga no Brasil. Para falar sobre o assunto, Denise convida Tayguara Helou, que é presidente do Sindicato das Empresas de Transportes de São Paulo - SetCesp. A entrevista tem 6m de duração e Tayguara pode ser classificado com uma fonte institucional (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017). Em seguida, a apresentadora convida a repórter Karina Castillo, que dá um boletim sobre o avanço do coronavírus em Marília, município de São Paulo. Posteriormente, é a vez do repórter Antônio Maldonado apresentar seu boletim sobre Brasília. Na sequência, Denise convida o médico oncologista, Felipe Teles de Arruda, para falar sobre o tratamento de pessoas com câncer durante o surto de Covid-19 e quais são os riscos da doença para esse grupo específico. A entrevista tem duração de 4m39seg e a fonte pode ser categorizada com uma fonte especialista (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017).

Ainda da edição do dia 19 de março, o repórter Carlos Aros aborda a importância dos dados para o combate ao coronavírus. Em seguida o repórter Raphael Thebas traz um boletim sobre a situação do futebol brasileiro e na América Latina durante a pandemia. Na sequência, a jornalista Adriana Passari, por meio de áudio gravado, apresenta informações sobre a situação da cidade de Piracicaba, localizada em São Paulo. Durante o boletim, Adriana declara que conversou com o diretor-executivo do Sindicato do Comércio Varejista de Piracicaba, Carlos Beltrame, que participa da reportagem também por meio de um áudio gravado. Carlos pode ser categorizado como uma fonte institucional (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017). Por fim, Denise convida o estrategista-chefe do Grupo Laatus, Jefferson Laatus, para uma entrevista, que abordou a situação econômica no Brasil e no mundo, Denise. A conversa durou em torno de 5min e a fonte pode ser classificada como fonte empresarial (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017).

Assim, temos então, o seguinte quadro que retrata o uso de fontes pelo jornal:

Quadro 5 – Análise de fontes do quarto programa

Tipo de fonte segundo Kischinhevsky e Chagas (2017)	Fonte	Gênero da fonte
Fonte Especialista	Economista da XP Investimentos, Marcos Ross.	Masculino
Fonte Especialista	Advogado, Eduardo Fleury.	Masculino
Fonte Testemunhal	Marcos, taxista.	Masculino
Fonte Testemunhal	Silvio, taxista.	Masculino
Fonte Oficial	Presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia	Masculino
Fonte Oficial	Deputado Estadual, Eduardo Bolsonaro.	Masculino
Fonte Oficial	Embaixador da China no Brasil, Yang Wanming.	Masculino
Fonte Institucional	Presidente do Sindicato das Empresas de Transportes de São Paulo - SetCesp, Tayguara Helou.	Masculino
Fonte Especialista	Médico oncologista, Felipe Teles de Arruda.	Masculino
Fonte Institucional	Diretor-executivo do Sindicato do Comércio Varejista de Piracicaba, Carlos Beltrame	Masculino
Fonte Empresarial	Estrategista-chefe do Grupo Laatus, Jefferson Laatus	Masculino

Fonte: elaboração própria

4.5. Quinto programa

O último programa que compõe a proposta de análise deste trabalho foi ao no dia 27 de março de 2020. Com seis destaques, a edição teve duração de 1h e contou com dois intervalos. O primeiro destaque refere-se a um boletim informativo sobre a situação da pandemia no Rio de Janeiro, apresentado pelo repórter Rodrigo Viga. Em seguida, o repórter

Antônio Maldonado anuncia as medidas e programas do Governo Federal para auxiliar os estados e as empresas privadas do país. Durante a apresentação de Antônio, são transmitidas algumas falas importantes sobre o pacote de ajuda do Governo. Roberto Campos Neto, presidente do Banco Central, Gustavo Montezano, presidente do BNDES e Pedro Guimarães, presidente da Caixa Econômica Federal participam do boletim. As fontes podem ser classificadas como fontes oficiais (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017), já que as instituições que os mesmos representam pertencem ao Governo Federal.

Após um breve intervalo, o jornal retorna com um boletim sobre os Estados Unidos, comandado pela correspondente internacional, Mariana Janjácomo. Na sequência, Denise convida o presidente da Alshop - Associação Brasileira do Lojista de Shopping, Nabil Shayoun. A entrevista tem duração de 09m10seg. Neste caso, classificamos a participação de Nabil como uma fonte institucional (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017). Após o término da entrevista, a apresentadora anuncia uma reportagem realizada pela produtora e repórter, Nanny Cox, que aborda uma discussão promovida pelo BTG Pactual, um dos maiores bancos de investimentos da América Latina. Durante a matéria são exibidas falas realizadas pelos convidados do evento. As falas pertencem ao médico virologista, Roberto Z. Barros e ao empresário do ramo alimentício, Junior Durski. Roberto pode ser categorizado com uma fonte especialista (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017) e Junior como uma fonte empresarial (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017).

Mais uma entrevista entra no ar. Dessa vez, Denise convida a presidente da ABRACAM - Associação Brasileira de Câmbio, Kelly Massaro, para abordar a situação das corretoras de câmbio diante do crescimento do coronavírus no Brasil. Destaque importante, é que a função de Kelly não é apresentada pela Denise, é sim durante os créditos no vídeo transmitido pelo *Youtube* e *streaming* do site da emissora. A apresentadora anuncia a participação da fonte como “Kelly Massaro da ABRACAM”. De todo modo, a entrevista tem duração de 06m33seg e a fonte pode ser categorizada como uma fonte institucional (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017).

Encerrando a edição, Denise inicia uma nova entrevista, dessa vez com o diretor-presidente substituto da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Antonio Barra. A entrevista aborda a liberação de pesquisas e do uso da hidroxicloroquina, substância apontada como possível medicamento de combate ao Covid-19. A entrevista teve duração de

09m15seg e a fonte pode ser classificada como fonte oficial (KISCHIHEVSKY E CHAGAS, 2017).

Neste último programa analisado, temos então, o seguinte quadro que reflete o uso de fontes pelo jornal:

Quadro 6 – Análise de fontes do quinto programa

Tipo de fonte segundo Kischinhevsky e Chagas (2017)	Fonte	Gênero da fonte
Fonte Oficial	Presidente do Banco Central, Roberto Campos Neto.	Masculino
Fonte Oficial	Presidente do Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES), Gustavo Montezano.	Masculino
Fonte Oficial	Presidente da Caixa Econômica Federal, Pedro Guimarães.	Masculino
Fonte Institucional	Presidente da Alshop - Associação Brasileira do Lojista de Shopping, Nabil Shayoun.	Masculino
Fonte Especialista	Médico virologista, Roberto Z. Barros	Masculino
Fonte Empresarial	Empresário do ramo alimentício, Junior Durski.	Masculino
Fonte Institucional	Presidente da ABRACAM - Associação Brasileira de Câmbio, Kelly Massaro	Feminino
Fonte Oficial	Diretor-presidente substituto da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Antonio Barra.	Masculino

Fonte: elaboração própria

Após finalizada nossa análise, encontramos os seguintes resultados:

Fontes oficiais – 17, sendo 15 delas masculinas e duas femininas.

Fontes empresariais – três, sendo todas elas masculinas.

Fontes especialistas – nove, sendo oito masculinas e uma feminina.

Fontes institucionais – quatro, sendo três masculinas e uma feminina.

Fontes testemunhais – duas, sendo todas elas masculinas.

Dessa forma, respondendo à pergunta central do nosso problema de pesquisa (“qual a representatividade das mulheres enquanto fontes no radiojornalismo diário?”) encontramos um resultado já esperado. Das 35 fontes ouvidas pelo Jornal Jovem Pan, somente quatro pessoas são mulheres. Destacamos, então, os seguintes pontos em torno dos resultados:

- 1) Uma das fontes femininas não tem a sua função profissional anunciada pela apresentadora;
- 2) Nenhuma mulher foi convidada para abordar questões referentes à situação econômica e política causada pela pandemia.
- 3) O programa reforça desigualdade de gênero em seu processo de seleção de fontes.

5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos panoramas apresentados até aqui, entende-se que a comunicação e os produtos gerados pelos meios possuem um posicionamento predominantemente masculino. O rádio por sua vez, apesar de ser considerado um meio mais democrático do que outros, não é diferente. Ele foi constituído em um ambiente masculino para um público masculino. Atualmente, mesmo com os avanços já apontados, a participação da mulher à frente ou na produção de programas ainda é pequena. Levando em conta o papel crucial da participação de fontes para a construção do valor-notícia, podemos afirmar que a participação feminina como fonte ainda é bem reduzida nas produções radiofônicas.

Considerando o produto observado, constatamos que a estrutura apresentada pelo Jornal Jovem Pan é constituída por comentários de repórteres e apresentadores da emissora, entrevistas com as mais variadas tipologias de fontes e também pela presença de áudios

gravados ou por telefone. Após analisarmos os cinco dias que constituem a semana construída proposta por esse trabalho, observamos a participação de um total de 35 fontes. Dessas 35 participações, foram identificadas as seguintes categorizações de fontes: fontes oficiais, fontes empresariais, fontes especialistas, fontes institucionais e fontes testemunhais. Acredita-se que devido ao jornal abordar como temas centrais acontecimentos ligados à política e economia, essas categorizações aparecem com frequência, excluindo assim os tipos de fontes notáveis e populares, propostos por Kischinhevsky e Chagas (2017).

Ainda sobre as fontes classificadas nos cinco programas analisados, identificamos a presença de 17 fontes oficiais, nove fontes especialistas, quatro fontes institucionais, três fontes empresariais e duas fontes testemunhais. Para além da proposta desse trabalho, um recorte interessante a ser observado é que apenas uma das 35 participações se caracteriza como uma pessoa preta. Agora, respondendo à pergunta central do nosso problema de pesquisa (“qual a representatividade das mulheres enquanto fontes no radiojornalismo diário?”) encontramos um resultado já esperado. Das 35 fontes ouvidas pelo Jornal Jovem Pan, somente quatro pessoas são mulheres, sendo uma classificada como fonte especialista, outra como fonte institucional e as demais como fontes oficiais. Conforme abordado anteriormente, uma das fontes femininas não tem a sua função profissional anunciada pela apresentadora. A função em questão só aparece nos créditos da entrevista durante a transmissão em imagens do programa. Ressaltamos que os programas analisados apresentam as seguintes fontes masculinas: 15 fontes oficiais, oito especialistas, quatro institucionais, três empresariais e duas testemunhas.

Outro ponto importante que queremos destacar, é que nenhuma mulher foi convidada para abordar questões referentes à situação econômica e política causada pela pandemia. Apenas duas fontes femininas discursaram sobre a Covid-19, cujas pautas abordaram questões ligadas à saúde e as casas de câmbio, que atuam no processo de troca de moedas estrangeiras.

O resultado da análise confirma a hipótese levantada por este trabalho. Mesmo que o radiojornal seja apresentado por uma mulher, o que podemos configurar como um avanço para o formato radiofônico - ou apenas como uma tentativa frustrada de representar a igualdade de gêneros pelo emissora - o programa reforça desigualdade de gênero em seu processo de seleção de fontes.

Por fim, ao observarmos a estrutura de construção e transmissão do “Jornal Jovem Pan”, identificamos que a emissora está inserida na cultura de convergência (JENKINS, 2006), participando ativamente desse processo, e no contexto de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016). Se por um lado a emissora faz uso da plataforma multimídia em

suas produções – inserindo imagens na transmissão radiofônica, por exemplo -, por outro, as produções do radiojornal extrapolam as ondas *hertzianas*, mas o que se constata é uma replicação do mesmo conteúdo em diferentes plataformas.

REFERÊNCIAS

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo?**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2007.

ARAGÃO, Camila Carelli. **A Mulher no Jornalismo Esportivo**: os desafios das repórteres das emissoras de rádio cariocas. Rio de Janeiro, 2010.

BANDEIRA, A. P. B. da S. Jornalismo feminino e jornalismo feminista: aproximações e distanciamentos. In: **Vozes&Diálogo**. Itajaí, v. 14, n. 2, jul/dez. 2015.

BERTOCCHI, Daniela. **Dos dados aos formatos**: um modelo teórico para o desenho do sistema narrativo no jornalismo digital. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

BUITONI, D. H. S. Introdução e Origens da representação. In: **Mulher de papel a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira**. São Paulo: Loyola, 1990.

BUTLER. Judith. **Bodies that matter. On the Discursive Limits of "Sex"**. New York: Routledge, [1993], 2011.

ERBOLATO, Mário. **Dicionário de Propaganda e Jornalismo**. Campinas: Papyrus, 1985.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **O veículo, a história e a técnica**. 2º ed. Porto Alegre, Sagra Luzzatto, 2001.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. **Indústria de Notícias: Capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. 9, n. 1, jan-jun.2012. p. 136-148.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, v. 1. 152p. 2016.

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso e a Globalização: a produção de sentido no primeiro noticiário radiofônico mundial**. XIV Congresso Brasileiro da Comunicação – Campo Grande /MS – setembro 2001.

LOPEZ, Debora Cristina. **Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica**. In: KLÖCKNER, L; PRATA, N (Org). A história da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil. Porto Alegre: Edipucrs, 2009.

_____. **Radiojornalismo hipermidiático**. 2010. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf Acesso em: 12/02/2018.

MEDINA, Cremilda. O signo da relação: comunicação e pedagogia dos afetos. In: **Autoria e renovação nas mediações jornalísticas**. – São Paulo : Paulus, 2006. – (Comunicação).

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Tradução Raquel Ramallete. 23. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

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

PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão**. Lisboa: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2004a. Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf>> Acesso em: 19 de fevereiro de 2018.

PEREIRA, Fábio Henrique. **O Jornalista Sentado e a Produção da Notícia on-line no Correio Web**. Em *Questão*. Porto Alegre, v.10, n. 1, p.95-108, jan-jul 2004.

PINTO, Manuel. Fontes Jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. **Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação**. Vol. 14 (1-2), 2000, p. 277-294.

QUADROS, Mirian Redin. LOPEZ, Debora Cristina. Rádio e redes sociais: novas ferramentas para velhos usos?. In: **Texto** (UFRGS. Online), v. 30, p. 166-183, 2014.

REIS, Isabel. A reconfiguração da temporalidade da rádio na era da internet. Comunicação e Sociedade. In: **Comunicação e Sociedade: a rádio na frequência da web**. V.20,p.13-28, 2011.

SALAVERRÍA, Ramón e NEGREDO, Samuel. **Integrated journalism: Media convergence and newsroom organization**. Barcelona: Editorial Sol 90, 2009.

SANT'ANNA, Lourival. **O destino do jornal: A Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado na sociedade da informação**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SILVA, Ellis Regina Araújo da. **Gênero e Feminismo no Rádio: O Programa Viva Maria da Rádio Nacional**. Artigo apresentado no GT de História da Mídia Sonora, integrante do 10º Encontro Nacional de História da Mídia, 2015

TELES, Maria Amélia de Almeida. **Breve história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

VEIGA DA SILVA, Márcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre modos de produção de notícias**. Dissertação de Mestrado. Curso de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Porto Alegre, UFRGS, 2010.

XAVIER, D.; CERQUEIRA, F. **A Locução feminina no rádio carioca**. 2004. 246 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social, habilitação em Radialismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.