

EM BUSCA DE PARÂMETROS PARA REMUNERAÇÃO DO RADIOJORNALISMO POR PLATAFORMAS DIGITAIS

In search of guidelines for radio journalism remuneration on digital platforms

En busca de parámetros para la remuneración del periodismo radiofónico en plataformas digitales

Marcelo Kischinhevsky

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Rio de Janeiro - RJ, Brasil

marcelo.kisch@eco.ufrj.br

<https://orcid.org/0000-0002-4838-2162> 

Resumo: O presente artigo propõe a sistematização de cinco parâmetros de qualidade para avaliação do radiojornalismo: estrutura organizacional, produção qualificada, disponibilidade, audiência e participação. A construção destes indicadores é estratégica em tempos de debate sobre possível remuneração por parte de plataformas digitais pelo uso de conteúdos jornalísticos, o que pode oferecer uma oportunidade de fomento ao jornalismo profissional, mas, igualmente, traz o risco de agravamento da desigualdade no acesso a financiamento para emissoras de menor porte – sobretudo, públicas, educativas e comunitárias – e produtoras de podcasts. No percurso, faz-se uma revisão bibliográfica sobre os conceitos de “qualidade”, incentivado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) há duas décadas, e “espaço qualificado”, aplicando-os às especificidades do radiojornalismo, no contexto do rádio expandido.

Palavras-chave: Jornalismo; Rádio; Radiojornalismo; Qualidade.

Abstract: This article proposes the systematisation of five quality parameters for radio journalism evaluation: organisational structure, qualified production, availability, audience and participation. The construction of these indicators is strategic in times of debate about possible remuneration by digital platforms for the use of journalistic content, which can offer an opportunity to foster professional journalism, but also brings the risk of worsening inequality in access to funding for smaller broadcasters – especially public, educational and community stations – and podcast producers. Along the way, a bibliographical review is conducted on the concepts of ‘quality’, encouraged by United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (Unesco) in the last two decades, and ‘qualified space’, applying them to the specificities of radio journalism in the context of expanded radio.

Keywords: Journalism; Radio; Radio Journalism; Quality.

Resumen: Este artículo propone la sistematización de cinco parámetros de calidad para evaluar el periodismo radiofónico: estructura organizacional, producción cualificada, disponibilidad, audiencia y participación. La construcción de estos indicadores es estratégica en tiempos de debate sobre la posible remuneración por parte de las plataformas digitales por el uso de contenidos periodísticos, lo que puede ofrecer una oportunidad

para incentivar el periodismo profesional, pero también conlleva el riesgo de agravar la desigualdad en el acceso a la financiación para las emisoras de menor tamaño –especialmente las públicas, educativas y comunitarias– y los productores de podcasts. Por el camino, se hace un recorrido bibliográfico por los conceptos de «calidad», alentado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura hace dos décadas, y de «espacio cualificado», aplicándolos a las especificidades del periodismo radiofónico en el contexto de la radio expandida.

Palabras-clave: Periodismo; Radio; Radio Periodismo; Calidad.

Introdução

Indicadores de qualidade têm sido perseguidos em diversos países, com apoio de entidades como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), sobretudo no âmbito do jornalismo profissional exercido em grandes organizações (Guerra, 2010a e 2010b; Cerqueira, 2010; Rothberg, 2010; Nicoletti, 2019). Raros, contudo, são os exemplos de discussões envolvendo as especificidades do radiojornalismo. Uma revisão bibliográfica sobre o tema aponta a existência de poucos trabalhos (ver, por exemplo, Bucci, Chiaretti e Fiorini, 2012; Chagas, 2022).

O conceito de qualidade vem da área de Administração e é dado muitas vezes como autoevidente. É permeado por uma perspectiva taylorista/fordista, em que a linha de montagem desempenhava papel central e era necessário um rígido controle de qualidade para evitar que peças de uma engrenagem fugissem às características projetadas, num indesejável *desencaixe*.

Num cenário em que a produção industrial é crescentemente *culturalizada* (du Gay, 1997), a cultura, em contrapartida, se afirma cada vez mais como atividade econômica, e práticas de gestão – como elaboração de planejamentos estratégicos e modelos de negócios – se impõem. Nesse contexto, a ideia de uma qualidade objetiva se torna uma ambição não só para gestores, mas também para o campo acadêmico, à procura de instrumentos que balizem políticas públicas.

No campo do audiovisual, nos últimos anos, construiu-se o consenso sobre a noção de “espaço qualificado”, com o objetivo de estabelecer parâmetros de alocação de cotas de conteúdo nacional na TV por assinatura. Curiosamente, a Lei 12.485, de 12 de setembro de 2011, que rege a comunicação audiovisual de acesso condicionado no Brasil, define “espaço qualificado” como:

[...] espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador. (BRASIL, 2011)

Ou seja, conteúdo jornalístico ou programas ancorados no estilo *talk*, típicos da radiofonia, não seriam espaços “qualificados”, condição atribuída apenas à teledramaturgia.

No rádio em ondas hertzianas, não há critérios detalhados sobre o que seria um espaço qualificado da programação. O artigo 67 do Decreto 52.795, de 31 de outubro de 1963, que regulamenta o setor no país, estabelece apenas que “concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão, observado o caráter educacional desse serviço, deverão”, entre outras exigências, “destinar um mínimo de 5% (cinco por cento) do horário de sua programação diária para transmissão de serviço noticioso” (BRASIL, 1963). Este percentual equivale a três minutos a cada hora, o que é cumprido por emissoras de programação musical com pequenos boletins noticiosos, muitas vezes elaborados a partir de informações de agências ou portais de notícias. Informação meramente reempacotada, muitas vezes sem a intervenção de uma pessoa que seja profissional de jornalismo ou radialismo e busque complementar os dados, confrontando-os com outras fontes.

Neste trabalho, busca-se delinear parâmetros específicos para avaliação da qualidade do radiojornalismo praticado no Brasil. Entende-se o rádio como um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para mídias sociais, telefonia móvel, TV por assinatura, sites de jornais, serviços de rádio social que oferecem streaming de música ou podcasts. A escuta ainda se dá em frequência modulada (FM), ondas médias (AM), curtas e tropicais, mas também ocorre em celulares, computadores, *notebooks*, *smart speakers* (caixas de som equipadas com sistemas de inteligência artificial, acionadas por voz), *tablets*, tocadores multimídia, ao vivo ou sob demanda (Kischinhevsky, 2016).

Esse esforço de sistematizar parâmetros de qualidade no rádio expandido se faz urgente considerando-se as discussões em andamento sobre pagamento de plataformas digitais pelo uso de conteúdos jornalísticos em diversos países. Grandes empresas de tecnologia como Google e Meta fecharam acordos milionários para monetizar veículos de comunicação, em meio a polêmicas sobre concentração de recursos em grandes grupos de mídia (CGI.br, 2023).

A União Europeia estabeleceu a remuneração por conteúdo jornalístico em 2019, mas deixou a regulamentação a cargo dos países-membros. Só em 2023 a Alemanha aprovou legislação que prevê o pagamento das *big techs* a produtores de conteúdo informativo, a partir do reconhecimento dos direitos autorais que incidem sobre o jornalismo. O governo da Austrália saiu na frente e, em 2021, sancionou lei que estabelece a negociação entre plataformas e empresas de mídia. A regra, criticada por especialistas por

ser pouco transparente, resultou em acordos com mais de 30 grupos que produzem conteúdo jornalístico, mas deixou de fora pequenas empresas ao adotar parâmetros mínimos de número de funcionários e faturamento (Queiroz e Perez, 2023).

EUA e Canadá também avançam em legislações sobre o tema, enquanto em diversos países – entre eles, o Brasil – as *big techs* exercem enorme pressão sobre parlamentares e empresas de mídia, ameaçando esconder conteúdo jornalístico das linhas do tempo de seus usuários, o que acarretaria uma abrupta queda no volume de acessos às páginas destes veículos. No Congresso Nacional, ainda não há acordo sobre que modelo seguir.

Neste contexto, como estabelecer quem faz radiojornalismo de qualidade? Uma emissora que mantém equipe mínima, muitas vezes sem jornalistas profissionais, deve ser remunerada pelo que produz reempacotando notícias de outras fontes? E como evitar que acordos agravem a desigualdade no financiamento da radiodifusão no país, privilegiando grandes grupos empresariais, em detrimento de emissoras públicas, comunitárias ou pequenas produtoras de podcasts que fazem jornalismo? Essas e outras questões serão desenvolvidas no presente artigo, desdobramento de projeto de pesquisa em andamento que enfoca a plataformização da mídia sonora. Mas, antes, é necessário revisitar o conceito de qualidade e traçar um estado da arte das reflexões sobre o tema no campo dos estudos em jornalismo.

Qualidade da mídia como parâmetro para desenvolvimento

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) lançou, em 2008, o relatório *Media development indicators: a framework for assessing media development*, traduzido dois anos depois para o português. O documento advoga que “o desenvolvimento de uma mídia livre, independente e pluralista” leva em conta seu potencial papel “no fortalecimento dos processos democráticos participativos, transparentes e responsáveis, considerando todos os atores da sociedade” (Unesco, 2010, p. vii):

As evidências mostram que um ambiente livre, independente e pluralista para a mídia é essencial para a promoção da democracia. Ademais, ao oferecer um meio de comunicação e acesso à informação, a mídia pode ajudar a assegurar aos cidadãos e às cidadãs as ferramentas necessárias para fazer boas escolhas e a melhorar sua participação no processo decisório relativo a questões que afetam suas vidas. (idem)

Nessa direção, o Conselho Intergovernamental do Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação (IPDC, pela sigla em inglês) da Unesco mobilizou esforços de pesquisadores para identificar as principais características de um ambiente de mídia propício à liberdade de expressão, à independência e ao pluralismo, em consonância com os princípios da Declaração de Windhoek, Namíbia, de 1991, e de declarações posteriores sobre promoção de uma mídia independente e pluralista, anunciadas após encontros em Almaty, no Cazaquistão, Santiago, no Chile, Sana'a, no Iêmen, e Sófia, na Bulgária.

Os meios de comunicação são vistos no relatório com múltiplas missões: desde canais de informação e educação até mediadores do debate público, atuando na resolução de conflitos, na garantia de eleições livres e justas, na fiscalização de governantes e na cobertura de crimes de autoridades ou agentes privados, além de constituírem elemento de apoio à construção de um “espírito de comunidade” e veículos para a expressão e a coesão cultural (Unesco, 2010, p. 3).

Para cumprir essa ampla agenda, a Unesco considera a centralidade do que chama de “jornalismo independente”, mas assinala que são necessárias duas condições para a efetividade de uma mídia democrática: 1) sociedades em que os canais da comunicação de massa são livres e independentes de interesses estabelecidos; e 2) quando há o acesso generalizado a essa mídia.

Isso sugere que qualquer tentativa de mensuração do desenvolvimento da mídia precisa aceitar questões de independência e acesso. Não é apenas a ausência de restrições na mídia que interessa, mas também saber em que medida todos os setores da sociedade, sobretudo os mais marginalizados, são capazes de ter acesso à mídia para obter informações e fazer com que suas vozes sejam ouvidas. O acesso limitado à mídia (ou a falta de envolvimento com ela) surge em função da pobreza e da educação de má qualidade. Pode ser causado ou exacerbado, também, pela língua, pelo gênero, pela idade, etnicidade ou segregação entre os meios urbano e rural. Também há uma necessidade de promover a informação e a educação para a mídia. (Unesco, 2010, p. 4)

Embora seja anterior ao desenvolvimento de sites de redes sociais que hoje reúnem milhões e até bilhões de usuários, o relatório aponta para o “estonteante crescimento de novas tecnologias (internet, SMS, telefonia móvel), em algumas regiões”, o que “oferece oportunidades positivas para a democratização, mas também traz desafios na forma de fragmentação e (possivelmente) na diminuição das oportunidades de difusão de mensagens de desenvolvimento para uma grande população, por meio de um número limitado de canais de mídia” (idem). Ou seja, a pulverização da mídia, com a emergência

de novos atores nativos digitais, livres das restrições legais impostas à radiodifusão, coloca uma série de desafios para o desenvolvimento de uma comunicação comprometida com a democracia e o interesse público – tema no qual nos aprofundaremos mais adiante.

O documento advoga a necessidade de intervenção do Estado, não no sentido de controlar os meios de comunicação, mas de promover um ambiente de mídia caracterizado pela liberdade de expressão, pelo pluralismo e pela diversidade, com um arcabouço regulatório que, sobretudo, assegure a democracia. Para isso, defende dispositivos legais que proporcionem igualdade de condições no plano econômico e cubram não só as mídias públicas e comunitárias, mas também a mídia privada.

Mesmo sem oferecer uma receita de bolo, replicável em realidades muito distintas em nível internacional, o relatório sugere cinco categorias genéricas de indicadores que podem ser usadas para a análise do desenvolvimento da mídia de um país. Resumidamente, são elas: um sistema regulatório que favoreça a liberdade de expressão, o pluralismo e a diversidade da mídia; pluralidade e diversidade da mídia, com igualdade de condições no plano econômico e transparência da propriedade e do conteúdo produzido; mídia como plataforma para o discurso democrático, com elevados níveis de informação e letramento midiático (educação para a mídia); capacitação profissional e apoio às instituições que garantem a liberdade de expressão, o pluralismo e a diversidade; e infraestrutura que assegure a sustentabilidade de uma mídia independente e pluralista.

Ora, nota-se que estas categorias trazem consigo uma série de idealizações, numa perspectiva utópica, inatingível mesmo na maioria dos países mais desenvolvidos. Em diversas nações, como o Brasil, a mídia está sujeita a sistemas de regulação fragilizados, não raro confusos, que estão longe de garantir a diversidade de vozes, ainda que muitas vozes sejam ouvidas – de modo geral, reverberando visões de mundo coincidentes com grandes interesses empresariais (Kischinhevsky; Chagas, 2017). A concentração de mercado nas mãos do setor privado, em detrimento das mídias pública e/ou comunitária, é evidente também, não apenas em países periféricos, mas também nas nações mais industrializadas. No Brasil, prevalecem grupos de mídia que nutrem estreitos vínculos com oligarquias regionais, dentro de uma lógica patrimonialista da política (Aires; Santos, 2017 e 2022, Chagas, 2015).

No cenário midiático brasileiro, o Estado teve um papel central como indutor da constituição de oligopólios, como na TV, fomentada na ditadura militar de 1964 a 1985 (Capparelli, 2004). Paradoxalmente, imprensa escrita e internet desfrutaram de total ausência de regulação – com profunda desigualdade de poder econômico em favor das plataformas

digitais, que drenaram a maior parte dos investimentos publicitários em mídia –, enquanto a radiodifusão (rádio e TV) permanece sujeita a um intrincado arcabouço regulatório (Chagas, 2012), que praticamente inviabiliza qualquer fiscalização de seus dispositivos legais. Episódios recentes da política nacional, como o engajamento de emissoras em manifestações antidemocráticas e ataques à saúde pública, ilustram a dificuldade (ou a falta de vontade política) para responsabilizar empresários e profissionais de comunicação que disseminaram discursos de ódio, desinformação e negacionismo durante a pandemia de Covid-19 (Ferraretto, 2020; Ferraretto; Piber, 2021) ou nas eleições gerais de 2018 (Kischinhevsky; Vieira; Santos; Chagas; Freitas; Aldé, 2020) e 2022 (Kischinhevsky; Couto, 2022; Ferraretto; Mustafá; Chagas; Rossetto; Quadros, 2023; Chagas; Cruz, 2022).

A capacitação de jornalistas, por sua vez, deixa a desejar no Brasil, devido à baixa institucionalidade da atividade, sobretudo desde o fim da obrigatoriedade do diploma de curso superior em Jornalismo para exercer a profissão, após decisão do Supremo Tribunal Federal, em 2009. Nas últimas décadas, acelerou-se um processo de precarização, com novos arranjos produtivos em que jornalistas constituem o elo mais frágil e enfrentam dificuldades como remuneração baixa, supressão de direitos trabalhistas, jornadas exaustivas, assédio moral, ausência de proteção social, abalos à saúde física e mental etc. (sobre o cenário do trabalho de jornalistas no país, ver, entre outros, Lima; Henriques; Moliani; Mick; Nicoletti; Patricio; Pereira; Visibelli; Zacariotti, 2022; Nicoletti; Mick, 2018; Roxo; Grohmann, 2015; Fígaro; Nonato; Grohmann, 2014).

Quanto à infraestrutura, o Brasil também enfrenta profundas desigualdades de acesso às tecnologias digitais e acesso limitado a meios de comunicação. Além disso, vastas regiões do território nacional podem ser classificadas como “desertos de notícias” (Abernathy, 2016), ou seja, não dispõem de veículos jornalísticos em quantidade e qualidade suficiente para que suas populações sejam devidamente informadas dos acontecimentos mais relevantes da cidade, do país e do mundo. Ao menos 26,7 milhões de brasileiras e brasileiros viviam, em 2023, em municípios considerados “desertos de notícias”, em que não há presença de noticiário de imprensa local, segundo a sexta edição do estudo Atlas da Notícia, do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo – Projor (Ferreira, 2023). Quase metade dos 5,5 mil municípios do país não dispõem de veículo de comunicação local, e não é coincidência que estas cidades sejam marcadas por baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Em muitas localidades, as notícias chegam apenas via redes sociais online, graças a aplicativos de mensagens instantâneas, cujo

acesso é franqueado em promoções de operadoras de telefonia móvel, constituindo terreno fértil para desinformação e disseminação de discursos de ódio.

Nesse contexto, de que qualidade da mídia estamos falando? Em esforço derivado da iniciativa da Unesco, Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012, p. 25) construíram 188 indicadores organizados em torno de dez eixos para aferir a qualidade de emissoras públicas de rádio. Os eixos são os seguintes:

- Transparência de gestão (clareza em relação à missão e aos propósitos da empresa ou da instituição; administração de recursos; nível de diálogo com a sociedade);
- Diversidade cultural;
- Cobertura geográfica e oferta de plataformas;
- Padrão público (democrático e republicano) do jornalismo;
- Independência (editorial);
- Interação com o público;
- Caráter público do financiamento;
- Grau de satisfação da audiência;
- Experimentação e inovação de linguagem; e
- Padrões técnicos.

Evidentemente, o desenvolvimento de discussões de cada um destes eixos renderia um artigo, o que extrapolaria em várias vezes o espaço aqui delimitado. Cabe, contudo, assinalar que as categorias elencadas e as perguntas feitas sobre cada eixo (por exemplo: “A emissora tem autonomia total na contratação de seus funcionários?”; ou “A emissora tem autonomia na gestão de suas equipes?”) dizem respeito especificamente a emissoras públicas organizadas profissionalmente. O problema é que o campo do radiojornalismo é muito amplo, abrangendo emissoras privadas (algumas delas atores dominantes no mercado), comunitárias e universitárias, radioagências, produtoras de podcasts, entre outros atores, com diferentes níveis de institucionalidade e variáveis audiências.

O mesmo problema, com sinal invertido, pode ser percebido na tese de Janara Nicoletti, que circunscreve a análise à produção jornalística profissional desenvolvida em empresas privadas de comunicação. A pesquisadora também busca a construção de indicadores de qualidade, que passam por dois grandes eixos (Nicoletti, 2019, p. 89):

- **Qualidade jornalística**, dividida em **processo** e **produto** (levando em consideração fatores como contexto; diversidade; precisão; checagem; seleção de fontes; autoria; redação, edição e correção) e **prática profissional** (carga de trabalho; qualificação profissional; normas éticas ou regulamentações da organização); e

- **Condições de trabalho**, a partir de tópicos como dados demográficos; renda e vínculos empregatícios (incluindo perspectiva de crescimento profissional); e ambiente de trabalho (levando em conta questões como ergonomia das instalações, infraestrutura da redação, riscos etc.).

Nicoletti tenta sem sucesso – talvez pelo escopo limitado do corpus, formado por 117 respostas a um questionário, das quais mais de 60% de jornalistas do Estado de Santa Catarina, onde ela desenvolveu a pesquisa – estabelecer uma correlação entre qualidade das condições de trabalho e qualidade do jornalismo produzido. Com métodos quantitativos, seria necessário construir uma amostra representativa e consideravelmente mais ampla para que os dados obtidos pudessem ser extrapolados, ilustrando o cenário em nível nacional.

Em esforço paralelo para construir uma matriz de indicadores, a partir de um questionário com 275 respostas de jornalistas e 22 entrevistas com gestores de veículos de comunicação, Luiz Augusto Egypto de Cerqueira também trabalha com dois eixos: requisitos de qualidade e gestão de qualidade. A partir daí, o pesquisador apresenta 146 perguntas que devem balizar a qualidade da produção jornalística de um determinado veículo. Entre elas, se há divulgação interna e externa da missão, da visão e dos valores da organização jornalística, se estimula práticas inovadoras de responsabilidade social, se há independência editorial (formal e prática), se as informações incorretas são retificadas com rapidez, se a apuração garante pluralidade de fontes, inclusive de grupos marginalizados, se há Conselho Editorial institucionalizado e Manual de Redação, se existem programas regulares de qualificação profissional e se a política editorial vincula a ética e padrões profissionais de excelência à qualidade jornalística (Cerqueira, 2010, p. 20-24). Estas questões norteiam o que, no ensaio, Cerqueira entende como um sistema de gestão da qualidade.

Propõe-se, então, um sistema de gestão da qualidade aplicado a organizações jornalísticas apoiado nos seguintes itens: a) requisitos gerais; b) responsabilidade da direção e liderança organizacional; c) estratégias e planos; d) audiência e sociedade; e) informações e conhecimento; f) gestão de recursos; g) realização do produto e dos processos; e h) medição, análise e melhoria/resultados. (Cerqueira, 2010, p. 29)

Em movimento na mesma direção de estabelecer parâmetros de gestão da qualidade do jornalismo, Josenildo Guerra (2010a, p. 26-33) analisa duas experiências anteriores, da Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) e da pesquisa chilena sobre Valor Agregado Periodístico (VAP). A Andi realiza desde 1996 um monitoramento da

cobertura de jornais brasileiros sobre questões relativas à infância e à adolescência, levando em conta aspectos quantitativos e também qualitativos (diversidade de vozes, se incluem falas das famílias e/ou das próprias crianças e adolescentes, menção a raça/etnia, busca de soluções para os problemas reportados, menções ao Estatuto da Criança e do Adolescente).

Já o VAP, calculado por uma equipe de professores da Escuela de Periodismo, da Pontificia Universidad Católica de Chile, coordenada pela professora Soledad Puente, busca analisar o trabalho de repórteres e gestores, desde a produção da notícia até o resultado final, considerando aspectos relativos aos valores-notícia acionados e partindo do conceito de qualidade do pesquisador Denis McQuail, que a define a partir da noção de “interesse público” (Puente et al., 2003/2004, p. 102, apud Guerra, 2010a, p. 29).

Com base nestes trabalhos e em parâmetros de gestão de qualidade herdados da área de Administração, Guerra (2010a, p. 46) propõe as seguintes diretrizes para construção de uma ferramenta conceitual de um sistema de gestão de qualidade aplicado a organizações jornalísticas:

- 1) **Requisitos gerais** (se a organização tem, por exemplo, um Sistema de Gestão da Qualidade)
- 2) **Responsabilidade da direção e liderança organizacional** (avaliando três dimensões: visão estratégica, relativa ao planejamento organizacional e editorial; ética corporativa, relativa aos compromissos públicos, à transparência gerencial e ao zelo pela credibilidade da organização; e o planejamento de cobertura, relativo à gestão dos processos de produção, gestão do conteúdo e gestão das expectativas da audiência e da sociedade);
- 3) **Estratégias e planos** (avaliando a formulação de estratégias tanto organizacionais quanto editoriais);
- 4) **Audiência e sociedade** (incluindo pesquisa de expectativas, necessidades e perfil da audiência, bem como de uma agenda pública e política);
- 5) **Informações e conhecimento** (avaliando a gestão do conhecimento organizacional, que viabiliza a circulação e o acesso às informações internas e externas necessárias para o trabalho, abrangendo planejamento de coberturas, gestão dos processos de produção, gestão da qualidade e capacitação de profissionais, entre outros fatores);
- 6) **Gestão de recursos** (materiais e humanos);

7) **Realização do produto e dos processos** (planejamento, visando à melhoria contínua, execução, conformidade às expectativas e necessidades da audiência);

8) **Medição, análise e melhoria/resultados** (implicando o desenvolvimento de indicadores destinados à avaliação dos produtos e da percepção da audiência e da sociedade sobre o nível de atendimento da organização a suas expectativas e necessidades).

Por fim, Luãn Chagas (2022) consolida reflexões dos autores mencionados anteriormente e alguns outros, propondo, numa perspectiva mais inclusiva, quatro indicadores para análise de gestão de qualidade dos conteúdos jornalísticos de emissoras radiofônicas: **Análise Ambiental Radiofônica** (a conjuntura em que o radiojornalismo é produzido), **Análise de Requisitos da Linguagem Radiofônica** (que trata o som como elemento central das produções noticiosas no radiojornalismo), **Análise de Indicadores de Temáticas e Diversidade de Vozes** (temas abordados na cobertura radiofônica, fontes acionadas, formatos adotados) e **Análise de Padrões em Emissoras e Podcasts** (o ambiente organizacional).

Nota-se na maioria dos parâmetros propostos uma prevalência da ótica da Administração sobre a da Comunicação, o que é compreensível se tomarmos a origem de tais indicadores de qualidade. Um complicador é o fato de que os mecanismos de gestão de qualidade dizem respeito ora a empresas públicas, ora a organizações privadas, sem levar em conta a diversidade do mercado de rádio no país. Tomando-se os parâmetros propostos, fica difícil definir o que seria radiojornalismo de qualidade, admitindo-se que este pode ser exercido em diferentes contextos, como rádios do segmento All News, emissoras comunitárias, educativas e/ou estatais, coletivos de comunicadores populares, radioagências, produtoras de podcast e mesmo por FMs musicais e pessoas físicas.

Na próxima seção, busca-se delinear esse desafio e estabelecer critérios mínimos para aferir qualidade no radiojornalismo, tendo em vista o horizonte de remuneração por plataformas digitais.

Em busca de parâmetros para o radiojornalismo

Considera-se aqui, como exposto anteriormente, uma visão menos restritiva do jornalismo praticado em rádio. Como Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012, p. 29), entende-se que o radiojornalismo abrange “toda informação factual que é apurada, editada ou difundida pela emissora”: “Um documentário é jornalismo. Um programa de debate de ideias é um programa jornalístico. Um noticiário é jornalismo igualmente”, afirmam os autores, que

consideram essencial a avaliação permanente de qualidade, independentemente do perfil de programação – caso, por exemplo, de emissoras musicais, que acabam cumprindo o mínimo de veiculação de jornalismo exigido pela legislação e, para isso, apelam geralmente a noticiário produzido por terceiros.

Mas o que dizer de conteúdos jornalísticos reempacotados? Em grande número de emissoras, praticamente inexistem apuração dos acontecimentos ou produção própria de conteúdo sonoro. Muitos noticiários são construídos com material distribuído por radioagências públicas e privadas ou copiados sem crédito de portais de grandes grupos de comunicação. Nas últimas décadas, o número de emissoras de rádio cresceu exponencialmente¹, mas muitas não contam com um jornalista diplomado sequer (Sant'anna, 2008).

Não se adota aqui um discurso corporativista de que só jornalistas podem fazer jornalismo, mas é marcante a diferença de qualidade do radiojornalismo produzido por redes All News, em que o diploma costuma ser exigido, na comparação com aquele que se ouve em pequenas emissoras do interior onde não há pessoal qualificado. No outro extremo, encontram-se hosts de podcasts de caráter jornalístico que têm formação profissional em outras áreas do conhecimento, e nem por isso produzem jornalismo de baixa qualidade, seguindo parâmetros técnicos e éticos da atividade.

Considerando esta visão menos restritiva do que seria o radiojornalismo, mas ainda assim advogando por indicadores que nos permitam aferir a qualidade da produção jornalística em rádio, passamos, então, a esboçar parâmetros objetivos que possam balizar futuros critérios de remuneração.

- **Estrutura organizacional** – Consideram-se aqui indicadores como a institucionalidade (constituição como empresa privada, pública, de economia mista, gestão por organização da sociedade civil de interesse público, organização não governamental, fundação, cooperativa de jornalistas, associação comunitária, microempreendedor individual), a transparência na gestão e na comunicação da missão, dos valores, do controle e dos resultados da organização (seja ela pública, privada ou do terceiro setor), o estabelecimento de relações trabalhistas dignas (vínculo empregatício formal, benefícios, regime de trabalho que respeite a legislação, estímulo ao desenvolvimento profissional e à qualificação da equipe, mecanismos efetivos para impedir e apurar denúncias de assédio

¹ Em 2024, a Agência Nacional de Telecomunicações contabilizava a existência de mais de 11 mil emissoras de rádio no país, das quais 9.362 em FM e 2.075 em AM. Disponível em: <https://sistemas.anatel.gov.br/se/public/view/b/srd.php>. Acesso: 20 jun. 2024.

moral e sexual, suporte jurídico para situações de litígio oriundas de coberturas jornalísticas), a infraestrutura em termos de equipamentos e instalações (incluindo mobiliário que atenda às exigências ergonômicas da legislação, ambiente salubre, disponibilidade permanente de serviços de telefonia e acesso à internet);

- **Produção qualificada** – Apuração rigorosa, produção, redação, gravação e apresentação de conteúdos radiojornalísticos por equipe própria, em bases cotidianas, atendendo aos parâmetros técnicos legais em relação à qualidade do áudio; rapidez e transparência na correção de erros; busca de equilíbrio na seleção das fontes de informação e na representação de vozes, com espaço para populações marginalizadas e/ou em situação de vulnerabilidade; observância dos parâmetros éticos de produção jornalística, buscando equilíbrio na representação de posições a respeito dos acontecimentos relatados – exceto quando um dos lados se manifeste por meio de discursos baseados em premissas falsas, intolerantes, preconceituosos e/ou negacionistas, ameaçando valores fundamentais como a democracia e trazendo desinformação sobre políticas públicas de áreas como saúde e educação;

- **Disponibilidade** – O conteúdo radiojornalístico deve estar disponível em múltiplas plataformas, não apenas em ondas hertzianas, possibilitando sua escuta por diferentes públicos e em diversas temporalidades (condição para que as big techs possam intermediar sua circulação, justificando, portanto, sua monetização);

- **Audiência** – O conteúdo radiojornalístico deve ser acessado por público significativo, considerando as especificidades locais e regionais e a proporcionalidade em relação às populações atendidas (métricas como ouvintes por minuto devem ser consideradas juntamente com números de downloads de podcasts, visitantes únicos nos websites e download de apps próprios de emissoras, produtoras de podcasts e outros atores do mercado);

- **Participação** – A produção do radiojornalismo deve levar em consideração não apenas o acesso e a existência de canais de interação (próprios ou de sites de redes sociais) com a audiência, mas sobretudo a efetiva participação do público na construção de uma agenda midiática de cobertura dos acontecimentos da vida cotidiana e dos grandes temas da atualidade.

Estes parâmetros podem ser desdobrados ao infinito, mas entende-se que podem servir como um razoável ponto de partida para estabelecer o que seria radiojornalismo de qualidade, passível de remuneração pelas plataformas.

Considerações finais

O presente artigo buscou fornecer subsídios ao debate sobre remuneração do radiojornalismo por plataformas digitais, levando em consideração parâmetros de qualidade. Um tópico a ser considerado é a audiência dos conteúdos veiculados nas plataformas, não tomada como valor absoluto, mas como um indicador de relevância. Uma rádio pode contar com audiências pouco expressivas em termos numéricos, mas cumprir importante papel local, constituindo a única fonte de informação em determinado município ou região.

A remuneração do jornalismo por plataformas digitais vem motivando disputas bilionárias mundo afora, com conglomerados como Google e Meta buscando fechar contratos de compensação financeira com grandes grupos empresariais, em vez de selar acordos abrangentes, que deem conta da totalidade de mercados nacionais e ajudem a reduzir a desigualdade de acesso aos meios de comunicação. Em países como Itália e Espanha, as plataformas pressionaram legisladores e empresários do setor, ameaçando remover ou efetivamente removendo noticiário local de seus serviços, com impacto profundo sobre a circulação do jornalismo. Paralelamente, pesquisadores de mídia vêm unindo esforços a economistas para calcular formas de remuneração², algo que ainda não parece ocorrer no Brasil.

Entende-se aqui que variáveis como faturamento e número de jornalistas empregados não podem ser os únicos parâmetros levados em conta nesse debate, caso contrário só será reiterada a concentração empresarial em torno de grandes grupos de comunicação em nível nacional. Até que ponto um acordo para remuneração do jornalismo profissional não agravaria as desigualdades num mercado em que grandes empresas privadas têm alcance nacional e deixam pouco espaço para mídias públicas, universitárias, comunitárias, coletivos e produtores independentes, incluídas aí as produtoras de podcasts jornalísticos? Nunca é demais lembrar que modelos de remuneração estão na base de debates internacionais sobre fomento à produção de conteúdo informativo qualificado, também como estratégia para coibir a desinformação e as ameaças à democracia.

É fundamental remunerar o radiojornalismo comprometido com o interesse público (Sartor, 2016), e não o interesse presumido do público (noticiário de celebridades ou de crimes escabrosos, por exemplo). Embora a discussão sobre indicadores de qualidade no

² Ver entrevista de Anya Schiffrin, diretora de Tecnologia, Meios e Comunicação da Escola Internacional de Relações Públicas da Universidade de Columbia, em Nova York, nos EUA (Figueiredo, 2023).

radiojornalismo tenha rendido relativamente poucas reflexões em nível internacional – basicamente manuais de interesse local (ver, entre outros, Malik; Pavarala, 2021; Mena Méndez, 2016) –, entende-se que o avanço das discussões sobre remuneração de conteúdos jornalísticos por plataformas digitais estimula uma retomada do debate, com a busca de parâmetros que permitam maior equilíbrio nas relações entre os diversos atores do mercado e assegurem a sustentabilidade da mídia sonora informativa, ainda hoje tão popular no Brasil e em diversos outros importantes países democráticos.

A situação é particularmente crítica para a radiofonia, que enfrenta uma crise de modelo de negócios agravada pela migração de verbas publicitárias para as plataformas digitais. Novos estudos devem refinar a proposta aqui apresentada, possibilitando a construção de uma política pública de remuneração da mídia que não apenas combata a desinformação, o negacionismo e os discursos de ódio, mas ajude a assegurar qualidade ao noticiário radiofônico e sustentabilidade para os atores no mercado. Caso contrário, a experiência internacional mostra que grandes grupos de comunicação fecharão acordos com plataformas e atores de menor porte permanecerão à margem desse processo de monetização, agravando as flagrantes desigualdades identificadas no atual mercado de mídia sonora – e na indústria da comunicação como um todo.

Referências

ABERNATHY, Penelope Muse. **The rise of a new media baron and the emerging threat of news media deserts**. Chapel Hill: The University of North Carolina Press/Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2016.

AIRES, Janaíne S. F.; SANTOS, Suzy. Coronelismo eletrônico não é uma metáfora. **E-Compós**, v. 1, p. ahead of print, 2022.

AIRES, Janaíne S. F.; SANTOS, Suzy. **Sempre foi pela família**: mídia e políticas no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad X, 2017.

BRASIL. Lei nº 12.485, 12 set. 2011. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12485.htm. Acesso: 28 jun. 2023.

BRASIL. Decreto 52.795, 31 out. 1963. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm. Acesso: 28 jun. 2023.

BUCCI, Eugênio; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. Indicadores de qualidade nas emissoras públicas – uma avaliação contemporânea. **Série Debates CI (Comunicação e Informação)**, Unesco, n. 10, jun. 2012.

CAPPARELLI, Sérgio. Indústrias culturais no Brasil: a integração pelo Estado. In: HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (org.). **Teoria da Comunicação**: Antologia de Pesquisadores Brasileiros. Porto Alegre: Sulina, 2004.

CERQUEIRA, Luiz Augusto Egypto de. Qualidade jornalística: ensaio para uma matriz de indicadores. **Série Debates CI (Comunicação e Informação)**, Unesco, n. 6, out. 2010.

CGI.br – Comitê Gestor da Internet no Brasil. **Remuneração do jornalismo pelas plataformas digitais**. Brasília: Câmara de Conteúdos e Bens Culturais, 2023. Disponível em: https://nucleo.jor.br/content/files/2023/05/CGIbr_Estudo_Remuneracao_Jornalismo_Plataformas_Digitais.pdf. Acesso: 30 mai. 2024.

CHAGAS, Genira. No Brasil, rádio e televisão influenciam relações políticas nas instâncias de poder. **Revista Compólitica**, v. 5, 2015.

CHAGAS, Genira. **Rádiodifusão no Brasil: poder, política, prestígio e influência**. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

CHAGAS, Luãn José Vaz; CRUZ, Marcio Camilo da. Jornalismo declaratório na cobertura eleitoral e a dependência das fontes oficiais. **Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo**, v. 11, p. 108-123, 2022.

CHAGAS, Luãn José Vaz. Sistema de gestão de qualidade aplicado ao radiojornalismo: estratégias metodológicas de análise. In: 20º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2022, Fortaleza. **Anais eletrônicos** [...]. Campinas, Galoá, 2022.

DU GAY, Paul (org.). **Production of culture, culture of production**. Londres: Sage, 1997.

FERRARETTO, Luiz Artur. Responsabilidade e negacionismo: apontamentos sobre o rádio brasileiro em tempos de Covid-19. **Rádio-Leituras**, v. 11, p. 15-38, 2020.

FERRARETTO, Luiz Artur; PIBER, Gilson. O rádio no contexto da Covid-19: informar corretamente e combater o negacionismo. In: WESCHENFELDER, Aline; FAUSTO NETO, Antônio; HEBERLÊ, Antônio; ARAÚJO, Inesita Soares de; CORRÊA, Laura Guimarães; RUSSI, Pedro (org.). **Pandemia e produção de sentidos: relatos, diálogos e discursos**. João Pessoa: Editora da Universidade Estadual da Paraíba, 2021.

FERRARETTO, Luiz Artur; MUSTAFÁ, Izani; CHAGAS, Luãn; ROSSETTO, Andrei; QUADROS, Mariane Souza de. O jeito Jovem Pan de (não) fazer jornalismo: os atos antidemocráticos de 8 de janeiro de 2023. 32º ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), **Anais** [...]. São Paulo, SP, 2023.

FERREIRA, Luiz Claudio. Estudo mostra redução do “deserto de notícias” no Brasil. **Agência Brasil**, 9 ago. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-08/ao-menos-267-milhoes-de-pessoas-no-pais-vivem-em-desertos-de-noticias>. Acesso: 17 set. 2025.

FÍGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. The profile of journalist and the discourses on journalism: Investigating the changes in the working world of professional journalists in São Paulo, Brazil. **Journal of Applied Journalism & Media Studies**, v. 3, p. 389-403, 2014.

FIGUEIREDO, Janaína. Acordos entre plataformas e mídia protegem a democracia. **O Globo**, p. 15, 18 ago. 2023.

GUERRA, Josenildo Luiz. Sistema de gestão da qualidade aplicado ao jornalismo: uma abordagem inicial. **Série Debates CI (Comunicação e Informação)**, Unesco, n. 5, set. 2010a.

GUERRA, Josenildo Luiz. Avaliação de qualidade jornalística: desenvolvendo uma metodologia a partir da análise da cobertura sobre segurança pública. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.).

Vitrine e vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom 2010b.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; COUTO, Leonardo Lopes do. Entrevistas a emissoras de rádio e podcasts como eixo das estratégias dos presidentiáveis brasileiros em 2022. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 13, p. 7-32, 2022.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; VIEIRA, Itala Maduell; SANTOS, João Guilherme Bastos dos; CHAGAS, Viktor; FREITAS, Miguel. A.; ALDÉ, Alessandra. WhatsApp audios and the remediation of radio: Disinformation in Brazilian 2018 presidential election. **The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media**, v. 18, p. 139-158, 2020.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; CHAGAS, Luã. Diversidade não é igual à pluralidade – Proposta de categorização das fontes no radiojornalismo. **Galáxia**, PUCSP, v. 1, p. 111-124, 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais:** Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LIMA, Samuel Pantoja; HENRIQUES, Rafael Paes; MOLIANI, Guto; MICK, Jacques; NICOLETTI, Janara; PATRICIO, Edgard; PEREIRA, Fábio; VISIBELLI, Janaina; ZACARIOTTI, Marluce. **Perfil do jornalista brasileiro 2021:** características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quorum, 2022.

MALIK, Kanchan K.; PAVARALA, Vinod. **Gender sensitive practices and programming in community radio.** Nova Déli: International Programme for the Development of Communication (IPDC) da Unesco/Cátedra Unesco de Mídia Comunitária da Universidade de Hyderabad, 2021.

MENA MÉNDEZ, Dariel. **Manual de buenas prácticas:** Fortaleciendo capacidades en Radio Cumanayagua para la promoción del desarrollo local. Havana: Unesco, 2016.

NICOLETTI, Janara. **Reflexos da precarização do trabalho dos jornalistas sobre a qualidade da informação:** proposta de um modelo de análise. Tese (doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2019.

NICOLETTI, Janara; MICK, Jacques. Influências da precarização na qualidade jornalística: construção de uma matriz de indicadores. **Revista Passagens: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UFC)**, v. 9, p. 127-141, 2018.

QUEIROZ, Vitória, PERES, Sarah. “Entenda como alguns países propõem remunerar a mídia”, **Poder360**, 28 mai. 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-tech/tecnologia/entenda-como-alguns-paises-propoe-remunerar-a-midia/>. Acesso: 30 mai. 2024.

ROTHBERG, Danilo. Jornalistas e suas visões sobre qualidade: teoria e pesquisa no contexto dos “Indicadores de Desenvolvimento da Mídia” da UNESCO. **Série Debates CI (Comunicação e Informação)**, Unesco, n. 4, nov. 2010.

ROXO, Michelle; GROHMANN, Rafael. O jornalista empreendedor: uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo profissional. **Libero**, v. 18, p. 123-131, 2015.

SANT'ANNA, Francisco. Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas. **Libero**, v. 11, p. 75-92, 2008.

SARTOR, Basilio. **A noção de interesse público no jornalismo**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, 2016.

UNESCO. **Indicadores de desenvolvimento da mídia**: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação. Brasília: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), 2010.

DADOS DE PUBLICAÇÃO

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Concepção, elaboração do manuscrito, revisão e aprovação: M. Kischinhevsky

ORIGEM DA PESQUISA

Parte dos projetos de pesquisa “Reconfigurações da mídia sonora – Plataformização, rádio expandido e desafios à comunicação pública” e “Cartografia da expansão das rádios públicas e educativas no Rio de Janeiro”, coordenados pelo autor junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a colegas da Rede de Pesquisa em Jornalismo Sonoro (RadioJor), com quem tive oportunidade de discutir versão preliminar do trabalho apresentada durante o 21º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, promovido pela SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo na Universidade de Brasília (UnB) em novembro de 2023. O texto não foi publicado nos anais do evento, para não comprometer seu ineditismo.

USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Não se aplica.

FINANCIAMENTO

O autor agradece ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e à Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro – FAPERJ pelo apoio às pesquisas aqui sistematizadas, por meio das chamadas nº 04/2021 e 18/2024 (Produtividade em Pesquisa) e dos editais nº 13/2023 (Apoio à Pesquisa Básica – APQ1) e 08/2025 (Cientista do Nosso Estado), respectivamente.

CONFLITO DE INTERESSES

O autor declara não haver interesses conflitantes.

DISPONIBILIDADE DE DADOS DE PESQUISA E OUTROS MATERIAIS

A pesquisa não possui dados. O artigo não contém dados coletados ou obtidos por meio de análises a partir de fontes primárias (exemplos: artigo teórico, ensaio reflexivo e resenha).

LICENÇA DE USO

As autorias cedem à revista Estudos em Jornalismo e Mídia os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Licença [Creative Commons](#)

[Attribution](#) (CC BY) 4.0 International. Essa licença permite que terceiros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. As autorias têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em *site* pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

PUBLISHER

Universidade Federal de Santa Catarina. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade das pessoas autoras, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

EDITORES

Daiane Bertasso Ribeiro
Flávia Garcia Guidotti
Rogério Christofolletti

HISTÓRICO

Recebido em: 15-01-2025
Aprovado em: 25-02-2026
Publicado em: 22-06-2026