

A convergência profissional na Rádio CBN-Curitiba: a exigência por profissionais *multiskilled*

The professional convergence in CBN-Curitiba Radio:
The need for multiskilled professionals

Bárbara Maia Cerqueira

Universidade Federal do Paraná. Rua Bom Jesus, 650, Juvevê, 80035-010,
Curitiba, PR, Brasil. barbaramaiap@gmail.com

Resumo. O presente artigo tem por objetivo analisar quais foram as mudanças ocorridas na rádio CBN-Curitiba no que se refere à convergência profissional. Como operador teórico, o conceito de convergência exposto por Jenkins (2009) expande e permite a abordagem do termo por diversos vieses. Kischinhevsky (2013) e Ferraretto (2014) trazem o panorama do cenário profissional do jornalista de rádio nos tempos atuais. Como metodologia, optou-se pela observação sistemática, que vem sendo realizada pela autora na CBN-Curitiba há 3 meses. Observou-se, na análise empírica, que o jornalista está inserido em uma realidade mercadológica que exige sobrecarga desses profissionais, com salários cada vez mais baixos e equipes cada vez mais reduzidas.

Palavras-chave: convergência, rádio, jornalista, CBN-Curitiba.

Abstract. The present article aims to analyze which were the changes that took place in the CBN-Curitiba Radio regarding professional convergence. As a theoretical background, the definition of convergence exposed by Jenkins (2009) expands and allows itself to be approached by different ways. Kischinhevsky (2013) and Ferraretto (2014) bring the radio journalist professional context to the current time. Methodologically, a systematic observation of the CBN-Curitiba Radio, performed by the author during 3 months, was chosen. It was observed that, in the empirical analysis, journalists are located in an overwhelming organizational reality, inserted in reduced teams and rewarded with lowering wages.

Keywords: convergence, radio, journalist, CBN-Curitiba.

Introdução

Este artigo procurou abordar o conceito de convergência de meios pelo viés do profissional de mídia. A amplitude do conceito nos permite isso, visto que podemos considerar por convergência midiática as “transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais” (Jenkins, 2009, p. 29). Este fenômeno,

apesar de não estar atrelado ao surgimento das tecnologias digitais, ganha força e fôlego no contexto da cibercultura (Primo, 2010).

De toda forma, quer-se aqui alertar que não é simplesmente a popularização da internet que “gera” cultura participativa e convergente. Tal relação de causa e efeito aproximar-se-ia de uma perspectiva de determinismo tecnológico. É também o espírito de época, os relacionamentos

da pós-modernidade, o histórico de atritos com a hegemonia da indústria cultural, as utopias hippies e acadêmicas presentes na criação da internet, entres outros aspectos sociais e políticos que fomentam a consolidação dos processos antes listados. Trata-se, na verdade, de uma relação recursiva. As mídias digitais foram criadas a partir de demandas sociais e fomentam o fortalecimento dos mesmos movimentos coletivos. Em outras palavras, a internet criou tanto a cultura participativa quanto foi criada por ela (Primo, 2010, p. 6).

Assim sendo, relacionaremos aqui a convergência em um cenário pós-moderno, globalizado, em que tecnologias digitais favorecem o surgimento de novos modelos de negócio e a reconfiguração da profissão do jornalista, mas com o devido cuidado para não adotarmos nenhuma perspectiva tecnicista e simplista.

Como objeto de análise empírica, optou-se pela escolha da rádio CBN-Curitiba. O rádio, tradicional meio de comunicação de massa que já ultrapassou seus 90 anos, enfrentou diversos desafios ao longo de sua história. O aparecimento da TV, por exemplo, fez muitos questionarem a permanência do rádio como mídia relevante. Mas o meio se reinventou, e trouxe características novas e personagens carismáticos, como o comunicador¹ (Ferraretto, 2014). Estas transformações impostas pela emergência de uma nova tecnologia não são, portanto, novidade para o rádio, que atualmente enfrenta novos desafios, desta vez impostos pelas tecnologias digitais. Mais uma vez, muitos questionam se o meio conseguirá permanecer neste novo cenário. Seja com for, a realidade remete a um período de grande contenda, em que o investimento publicitário está baixo (Paparounis, 2014), a audiência está fragmentada em diversas plataformas e os profissionais precisam atender a uma série de novas demandas, em condições trabalhistas cada vez mais precárias.

A rádio CBN-Curitiba, como meio radiofônico, vem passando por muitas das transformações citadas. A história da rádio inicia-se em 1995, com sua estreia em AM e FM e com um caminho repleto de ações pioneiras – foi a primeira rádio *all news* paranense, inaugurada em 1995, a primeira a lançar um canal de áudio na TV (ainda em 1995, na NET), a disponibilizar áudio na *internet* (em 1996) e a ter um portal na *internet* (em 2003) (Maia, 2017).

Atualmente, a emissora tem como principal concorrente a Band News FM que, surpreendentemente, faz parte do mesmo grupo da CBN-Curitiba, a JMalucelli.

Para que a análise fosse bem-sucedida, optou-se, como escolha metodológica, a aplicação da observação sistemática com o total de 13 visitas – entre os meses de abril, maio e junho – à emissora CBN-Curitiba. A metodologia vem sendo empregada objetivando a consecução da dissertação de mestrado da presente autora. Assim, apenas os resultados preliminares serão disponibilizados aqui. Mas, para tal, será preciso compreender mais profundamente o cenário em que o rádio se encontra inserido atualmente.

Convergência profissional

A convergência pode ser descrita como “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (Jenkins, 2009, p. 29). Este conceito, pela sua abrangência, permite-nos discorrer sobre diversos cenários, com focos empíricos distintos, percorrendo as relações entre tecnologias, plataformas de mídia, a audiência e empresas midiáticas. Como o foco da presente pesquisa é o profissional de mídia, encontra-se no conceito de Salaverría e Negredo a aproximação da convergência com o jornalismo/jornalista.

La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (Salaverría e Negredo, 2008, p. 45).

Assim sendo, a convergência, como fenômeno multidimensional, provoca transformações também no âmbito mercadológico, influenciando assim na questão profissional. O acesso às tecnologias da informação e da comunicação, a passagem de uma lógica de oferta a uma lógica

¹ “O comunicador – aventa-se – representa uma forma de reação do meio à simulação de proximidade conferida pela imagem aos conteúdos televisivos” (Ferraretto, 2014, p. 61).

de demanda, a flexibilização do consumo pela personalização do conteúdo e uma maior interatividade, mesmo que simbólica (Ferraretto, 2014) foram alguns dos cenários que impulsionaram as mudanças nas configurações das redações das empresas midiáticas. Outro importante aspecto influenciador de tais transformações foi a motivação econômica das empresas de mídia. Viu-se com a convergência digital uma ótima oportunidade de maximizar os lucros, levando a marca da empresa a diversas plataformas e acumulando, em poucos profissionais, o serviço que antes era feito por vários. “Nas últimas décadas, locutores, programadores, produtores e técnicos de estúdio foram gradualmente perdendo seus empregos, muitas vezes tendo suas funções acumuladas por jornalistas” (Kischinhevsky, 2008). Aos jornalistas que acumulam estas funções dá-se o nome de profissional *multiskilled* ou multifunção (Kischinhevsky, 2013).

Por um lado, haveria a desregulação dos papéis adotados e se acentuaria o processo de precarização da profissão. [...] Um movimento contrário toma corpo com o aparecimento das ferramentas de autopublicação e as possibilidades abertas do weblogs. Um terceiro aspecto é o surgimento do jornalismo multimídia, resultado dos processos de convergência e concentração das empresas de comunicação (Jorge et al., 2013, p. 81).

O conceito de *multiskilled* pode tanto se referir ao profissional que produz para diversas plataformas – pesquisando pautas, tirando fotos, gravando vídeos, editando áudio – como ao profissional que acumula funções em redações cada vez mais enxutas, onde a divisão de tarefas desaparece e todos cumprem diversos papéis de acordo com a demanda. A pesquisa aqui realizada abordará o segundo tipo de profissional, visto que a redação da CBN-Curitiba se encontra voltada exclusivamente à produção da rádio, não havendo troca de materiais com a TV ou o impresso, como muitas redações convergentes².

O jornalista, inserido na Era da Convergência, precisa encarar uma série de incertezas profissionais e salariais. A remuneração mínima do repórter, de acordo com a tabela do Sindicato dos Jornalistas do Paraná, é de R\$ 2.963,60 (Sindijor, 2015). Infelizmente, muitas empresas encontram formas de achatar este

valor, “com a contratação de funcionários por meio de pessoas jurídicas [...] ou mediante contratação como auxiliares administrativos” (Kischinhevsky, 2013, p. 66). Além disso, diversos profissionais multifunções extrapolam as cargas horárias de trabalho para atenderem as demandas impostas, sem o recebimento de hora-extra ou banco de horas (Kischinhevsky, 2013). E, como o mercado está cada vez mais concorrido, os profissionais sujeitam-se a estas condições, com o medo constante de serem demitidos. De acordo com a pesquisa realizada pela Volt Data Lab, as demissões de jornalistas cresceram de 687 demissões, em 2012, para 2.631 em 2015 (Voltdata, 2015).

O perfil do jornalista contratado por estas empresas também está mudando. O profissional *multiskilled*, ambicionado pelas emissoras, está preparado a lidar com diversos aparatos tecnológicos, como câmeras, aplicativos de gravação de áudio digital, *softwares* de edição de imagem, áudio e vídeo e tudo o mais que for necessário no dia a dia para atualização de diversas plataformas (Kischinhevsky, 2013). Mesmo as empresas que ainda não adotaram o conceito de redação integrada já aderem à publicação do material produzido nas plataformas digitais, como *Facebook*, *Twitter* e nos sites ou portais próprios da empresa.

No rádio, o profissional multifunção visa atender as reconfigurações que o próprio meio vem passando. Com a convergência, o conteúdo radiofônico está sendo disponibilizado para além das ondas eletromagnéticas (Ferraretto, 2015), trazendo consigo um novo conceito, o do rádio expandido (Kischinhevsky, 2014), ou seja, “meio de comunicação que transborda das ondas hertzianas para plataformas como a *internet*, a telefonia móvel, a TV por assinatura, os serviços de rádio digital abertos e por assinatura, entre outras” (Kischinhevsky e Benzecry, 2014, p. 186). Assim sendo, o rádio passa a estar presente em outras plataformas, ganhando novas características e exigindo novos perfis dos profissionais.

Rádio CBN-Curitiba

A rádio CBN foi criada no dia 1º de outubro de 1991. “A proposta pioneira do mo-

² “É o que ocorre no jornal Zero Hora desde maio de 2012. O jornal decidiu dissolver a ilha de produção, redação e edição para *internet* e distribuir os profissionais pelas editorias do jornal impresso, no intuito de disseminar a cultura multimídia pela Redação, o que resulta em transformações nos processos de produção e, em alguma medida, também nas formas narrativas do jornal” (Seibt, 2014, p. 9).

delo de *all news* partiu de José Roberto Marinho [...]. Ele se propôs a criar, no Brasil, uma emissora que reunisse o melhor do mercado americano de rádio” (Tavares, 2011, p. 21). A proposta era criar uma rede de afiliadas que eram independentes, mantendo assim poucas emissoras como propriedade própria (Faria e Tavares, 2006). Este formato permite que a CBN-Curitiba não seja do Sistema Globo e sim da JMalucelli.

Outra característica da CBN é sua programação. Há os horários de programação de rede, que são produzidas principalmente por São Paulo e Rio de Janeiro, e há a programação local, com duas entradas diárias (9h às 11h30 e 14h às 16h30), produzidas pela equipe de Curitiba. As entradas locais são, prioritariamente, de notícias da região. Quando há a entrada de notícias de interesse nacional, o local entra em rede (como, por exemplo, nos casos observados por desdobramentos das operações da Lava Jato).

A rádio CBN-Curitiba foi ao ar pela primeira vez no ano de 1995, com transmissão pela frequência AM e FM. Além dos pioneirismos ao longo dos anos (os canais da NET, portal, entre outros), a rádio enfrentou muitas dificuldades nos primeiros anos de sua história. Apenas em 2004, quando foi comprada pela JMalucelli, a emissora conseguiu alcançar o perfil que mantém ainda hoje. Assim, a emissora juntou-se ao grupo dono também da Band News FM (sua concorrente direta), Rádio Globo Curitiba e Rádio Globo Paranaguá.

Quando iniciou a transmissão no Paraná, a equipe da CBN-Curitiba “era formada por 15 jornalistas e mais três formandos em Jornalismo, além dos responsáveis técnicos” (Quadros e Godoy, 2005, p. 7). Apesar de possuir portal na *internet* desde 2003, ainda em 2005 o *site* da rádio, “apresentava muitos problemas de ordem técnica, ergonômica e textual” (Quadros e Godoy, 2005, p. 12). Atualmente o portal tem visual mais *clean*, funcional e sua atualização é feita com a supervisão do chefe de reportagem, algo percebido na análise empírica, que procurou observar quais foram as principais transformações vividas pela emissora ao longo dos últimos 21 anos.

Análise empírica

A observação sistemática vem sendo aplicada, conforme citado, desde o mês de maio de 2016, como pesquisa empírica para a dissertação de mestrado da autora. Nesta metodo-

logia, muito similar à observação participante, “o pesquisador sabe quais os aspectos da comunidade ou grupo que são significativos para alcançar os objetivos pretendidos. Por essa razão, elabora previamente um plano de observação” (Gil, 2008, p. 125).

Há algumas diferenças pontuais entre a observação participante e sistemática. A primeira relaciona-se ao tempo da pesquisa e a relação com os períodos observados. Como na presente pesquisa foram observados apenas dois períodos distintos, associados às entradas da CBN-Curitiba na programação (9h às 12h30 e 14h às 16h30) e em um período breve de 3 meses, contabilizando 13 visitas, optou-se, portanto, pela observação sistemática. Outra diferença importante refere-se ao ambiente analisado. Na observação sistemática, “o cientista ordena e sistematiza a observação colocando de um lado o que é constante e de outro o que é variável para entender o que se passa no domínio dos fatos” (Soares *et al.*, 2011, p. 2). Esta sistematização se relaciona ao ambiente observado, que possui regras de comportamento e delimita as ações do indivíduo. Uma redação radiofônica é um ambiente sistematizado, que favorece a observação do fenômeno que se pretende pesquisar aqui.

Quanto às datas de análise, foram realizadas 13 visitas nas seguintes datas: 26/04, 29/04, 13/05, 17/05, 23/05, 25/05, 01/06, 03/06, 06/06, 13/06, 17/06, 21/06 e 22/06. Destas, 7 visitas foram no período da manhã e 6 durante a tarde. A definição dos horários, baseados nas entradas da CBN-Curitiba na programação, considerou o maior fluxo de trabalho na redação, momento que a equipe está mais completa, o que facilitou a observação dos aspectos relacionados à pesquisa.

A primeira questão observada foi relacionada ao número de profissionais na redação. Enquanto em 2015 havia 15 jornalistas, atualmente conta-se com 5, divididos nos dois horários, sendo 3 no período da manhã e 2 no período da tarde. Além disso, há um profissional exclusivo para o esporte. Anteriormente havia na rádio um núcleo de esportes, mas este foi desativado no dia 13/05. A demissão destes profissionais causou grande desconforto aos jornalistas da rádio, que ficaram impactados com a ação repentina. A equipe também possui um chefe de reportagem, duas estagiárias, um motorista, dois apresentadores e um programador. As estagiárias são as responsáveis pelas redes sociais e pelo portal. O chefe de reportagem é o responsável em supervisionar

as postagens nas plataformas digitais, além de determinar o que deve ser publicado. Ele também apresenta o jornal local da CBN-Curitiba, quando o apresentador falta por doença ou férias, e o CBN Curitiba Esporte desde a desativação da equipe, além de atuar como repórter e produtor, quando necessário.

Aos repórteres fica a incumbência de produzirem a matéria, editar o áudio e sugerir textos para o *site* e às redes sociais. Como a equipe é enxuta, estes jornalistas não possuem tempo para a produção de matérias especiais. Quando decidem fazer estas matérias, utilizam-se do tempo livre para pesquisa e produção. Quando um repórter fica doente, os que ficam acabam ainda mais sobrecarregados. Na semana do dia 21/06, dois repórteres estavam doentes (um da manhã e uma da tarde), além da apresentadora da tarde estar de férias. Assim, o chefe de reportagem estava apresentando a entrada de 14h e os repórteres tiveram que mudar seus horários para conseguir atender todas as demandas de ambos os períodos. Ademais, a estagiária da tarde estava cobrindo a ausência do jovem aprendiz que auxilia o estúdio nas entradas ao vivo.

O cenário descrito relaciona-se a uma realidade mercadológica em que “etapas do processo industrial foram comprimidas e eventualmente suprimidas, ocasionando cortes de custos com pessoal e equipamento e, por tabela, ganho financeiro para os patrões” (Kischinhevsky, 2013, p. 61). Ou seja, a saída para maximizar os lucros tem sido manter equipes pequenas, com profissionais que suprem demandas antes realizadas por um número superior de pessoas, impondo uma realidade de trabalho que exige excessivamente do jornalista, este sendo visto como mero produtor de conteúdo, que coloca em risco o papel do repórter como mediador entre o fluxo contínuo de informações e o ouvinte, sendo o responsável por filtrar as mensagens, verificar a veracidade delas e reinterpretá-las, de acordo com as demandas sociais do público-alvo.

Outra característica observada se refere às formas de execução das pautas. Pelo número limitado de repórteres, dificilmente opta-se pelo envio de mais de um profissional para cobrir pauta externa. Estes que vão precisam gravar áudios, vídeos e fotografar para as plataformas digitais. O envio dos materiais captados externamente para a redação ocorre via *WhatsApp*, aplicativo utilizado para conversas e envio de demandas por todos na redação. Usa-se também, para entradas ao vivo, o apli-

cativo *Report It*, disponível para *iPhone* ou *Android*. Este aplicativo – disponível em versão gratuita e paga – permite que o repórter faça entradas ao vivo, da rua, por áudio com qualidade de som digital. Os que ficam na redação possuem a incumbência de atender todas as solicitações que surgem e de dar continuidade às pautas já absorvidas.

Apesar da sobrecarga dos profissionais, os cinco repórteres e o chefe de reportagem da CBN-Curitiba foram contratados como jornalistas, o que é um aspecto positivo perante um mercado cada vez menos adepto a tal prática. A rotina da redação é facilitada por este aspecto, pois são profissionais qualificados, que entendem a responsabilidade social em trazer informações relevantes à população paranaense. O chefe de reportagem é muito aberto às ideias dos jornalistas e a troca é constante. Os repórteres sugerem pautas e auxiliam uns aos outros, quando necessário.

Considerações

Os resultados observados na análise empírica mostram que a convergência pode ser analisada por vieses diferentes, de acordo com o local de fala. É visível que a convergência tecnológica trouxe diversos facilitadores para a rotina jornalística. Os computadores facilitam o acesso a novas pautas, a pessoas e a acontecimentos. Os celulares permitem a criação de conteúdos diversos usando apenas um aparelho, além de gravar áudios com qualidade digital. Ademais, estas tecnologias aproximaram ainda mais o ouvinte do jornalista, e o jornalista da equipe com quem trabalha. Mas, pelo viés profissional, as perspectivas são mais pessimistas, visto que o investimento em profissionais qualificados tem caído, as redações estão cada vez mais enxutas, os profissionais que estão empregados estão cada vez mais sobrecarregados e o acúmulo de função tem sido uma demanda de mercado que, os profissionais de mídia, vêm-se impelidos a aceitar.

A rádio CBN-Curitiba foi usada aqui como exemplo, mas vale ressaltar que o observado não é um fenômeno específico da emissora. Algumas pesquisas vêm trazendo estas relações, mas em outras mídias, como é o caso do artigo produzido por Barbosa e Silva *et al.* (2013) com o jornalista Efrém Ribeiro, do Sistema Integrado de Comunicação Meio Norte. Nele, puderam constatar que o jornalista cumpria diversas funções além da qual foi contratado, sem ganhar a mais por isso e sendo respon-

sável pela compra das ferramentas utilizadas no trabalho (máquina fotográfica, filmadora, *smartphone*). E, ao ser inquirido sobre a situação que se encontrava, o profissional se dizia satisfeito (Barbosa e Silva *et al.*, 2013).

Na análise empírica algo similar foi observado. Apesar de algumas reclamações pontuais em relação às demandas de trabalho, principalmente referente à absorção de papéis que não condiziam com as relativas à contratação, a maioria demonstrava satisfação na rotina diária. O clima na redação era, preponderantemente, nos dias visitados, de descontração e de manifestação de contentamento com o trabalho que vinha sendo realizado. Apenas nos dias próximos à recente demissão da equipe do esporte que o clima foi de desconfiança e pesar. Mas não demorou em voltarem à rotina de trabalho e a adaptarem-se as novas demandas que surgiram do esporte.

Apesar de rotinas extenuantes de trabalho, com a necessidade de produção de seis a oito pautas diárias, conforme observado na análise sistemática, os repórteres atribuem o excesso de trabalho à rotina produtiva comum de uma rádio, assim como os profissionais que ocupam os cargos de chefia e produção. Entretanto, ainda que seja possível, sim, afirmar que o processo produtivo do rádio sempre foi intenso, “a diferença é que a pressão do *deadline* é bem maior. Os jornalistas trabalham permanentemente conectados, por meio do celular, e se comunicam o tempo todo com as chefias imediatas e as fontes” (Jorge *et al.*, 2013, p. 78), possuindo, assim, frequência maior de trabalho. Esta conexão permanente faz também com que os limites entre o trabalho e a vida pessoal fiquem nebulosos, dada a facilidade no contato com a redação, proporcionado hoje em grande parte, pelo uso do *WhatsApp*.

Obviamente, é preciso considerar que o cenário descrito relaciona-se, conforme já explicitado, diretamente com a realidade econômica que permeia as rádios brasileiras. O meio vem sofrendo perdas significativas ao longo dos anos, conseguindo apenas cerca de 4% da fatia publicitária (Paparounis, 2014). Assim, o rádio precisa lidar com o baixo investimento e a dispersão dos ouvintes para outras plataformas, provocando perda de audiência. Esta crise fez com que as rádios procurassem alternativas para cortes de gastos, encontrando, infelizmente, no corte de profissionais, uma opção viável. Isto faz com que o jornalista seja “uma das mais destacadas vítimas do processo econômico, social, político e cultural que conhecemos por

convergência” (Kischinhevsky, 2013, p. 56).

Entende-se que apenas com a valorização do jornalista e do jornalismo como profissão especializada essencial para o bom funcionamento democrático de uma sociedade, as empresas radiofônicas conseguirão se reerguer e reocupar o local de relevância em um mercado altamente competitivo e disperso. Apesar das crises econômicas, a precarização da profissão do jornalista, o acúmulo de funções cada vez mais comuns e a quebra com direitos trabalhistas não devem ser a solução encontrada para sanar os problemas surgidos do baixo investimento publicitário, pois promovem a diminuição na qualidade dos materiais produzidos e pouca diversidade informativa, já que pelo pouco tempo procura-se copiar aquilo que já está sendo veiculado.

Referências

- BARBOSA E SILVA, J.A.; PEREIRA, M.L.; RIBEIRO, S.R. 2013. Convergência profissional: estudo de caso das transformações no perfil do jornalista. *Brazilian Journalism Research*, 9(2):50-66.
- FARIA, G.; TAVARES, M. 2006. CBN, a rádio que toca notícia. 1ª ed., Rio de Janeiro, Senac-Rio, 151 p.
- FERRARETTO, L.A. 2015. Uma proposta metodológica para pesquisar a história do rádio no Brasil. In: J.M. MELO; N. PRATA, *Radialismo no Brasil: cartografia do campo acadêmico - itinerário de Zita, a pioneira*. Florianópolis, Insular, p. 135-151.
- FERRARETTO, L.A. 2014. Da segmentação à convergência: apontamentos a respeito do papel do comunicador de rádio. *C&S - São Bernardo do Campo*, 36(1):59-84. <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v36n1p59-84>
- GIL, A.C. 2008. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 1ª ed., São Paulo, Atlas, 220 p.
- JENKINS, H. 2009. *Cultura da Convergência*. 2ª ed., São Paulo, Aleph, 428 p.
- JORGE, T.M.; PEREIRA, F.H.; ADGHIRNI, Z.L. 2013. Jornalismo na Internet: desafios e perspectivas no trinômio formação/universidade/mercado. In: C. RODRIGUES, *Jornalismo On-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro, Sulina, p. 75-96.
- KISCHINHEVSKY, M. 2014. Como jornalistas do rádio All News percebem a convergência. In: E.C. PELLANDA; S. BARBOSA (org.), *Jornalismo e mídias móveis no contexto da convergência*. 1ª ed., Porto Alegre, EdUPUCRS, p. 39-54.
- KISCHINHEVSKY, M. 2008. Amigo ouvinte, o locutor perdeu o emprego: considerações sobre o processo de automação nas rádios FM do Rio de Janeiro. *Revista Eptic*, 10(13). Disponível em: goo.gl/sq5KY3. Acesso em: 26/09/2017.
- KISCHINHEVSKY, M. 2013. Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: C. RODRIGUES, *Jornalismo On-Line: modos de fazer*. Rio de Janeiro, PUC/RJ, p. 57-74.

- KISCHINHEVSKY, M.; BENZECRY, L. 2014. Interações no rádio musical expandido: um aporte etnográfico. *Galaxia (São Paulo, Online)*, 14(28):184-198. Disponível em: goo.gl/UFPmQX. Acesso em: 26/09/2017.
- MAIA, B. 2017. *O Processo de Convergência no Radiojornalismo*. Curitiba, PR. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Paraná, 144 p.
- PAPAROUNIS, D. 2014. Quem perde mais com a publicidade digital. Disponível em: <http://goo.gl/m84yhW>. Acesso em: 28/06/2016.
- PRIMO, A. 2010. Crítica da cultura da convergência: participação ou cooptação. In: E.B. DUARTE; M.L.D. CASTRO (org.), *Convergências Midiáticas: produção ficcional - RBS TV*. Porto Alegre, Sulina, p. 21-32.
- QUADROS, C.I.; GODOY, E.R. 2005. Crise do Radiojornalismo em Curitiba. In: Encontro da Rede Alcar, III, Novo Hamburgo, 2005. *Anais...* Novo Hamburgo, RS. 1:1-12.
- SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. 2008. *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona, Sol90, 190 p.
- SEIBT, T. 2014. *Redação Integrada: a experiência do jornal Zero Hora no processo de convergência jornalística*. São Leopoldo, RS. Dissertação de mestrado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 139 p.
- SINDIJOR. 2015. Tabela Salarial. Disponível em: <http://sindijorpr.org.br/tabela-salarial>. Acesso em: 06/06/2016.
- SOARES, J.G.; PEREIRA, T.K.; DIAS, W.A. 2011. Método da Observação: reflexões acerca de seu uso e formas de aplicação. Disponível em: goo.gl/4VfwPb. Acesso em: 12/07/2016.
- TAVARES, M. 2011. *Manual de Redação CBN*. 1ª ed., Rio de Janeiro, Editora Globo, 161 p.
- VOLTDATA. 2015. A Conta dos Passaralhos. Disponível em: <http://passaralhos.voltdata.info/graficos>. Acesso em: 06/06/2016.

Submetido: 27/07/2016

Aceito: 03/10/2016