

# **A INDIVIDUALIZAÇÃO DO JORNALISTA:**

**O CASO DO REPÓRTER FLÁVIO FERNANDES NA PARAÍBA**

Luiz Felipe Bolis RODRIGUES

Laerte José Cerqueira da SILVA

**mei**  
studies

## RESUMO

Diante do momento histórico de individualização e flexibilização do jornalista, de empreendedorismo e inovação midiática, de intensas transformações e de precarização trabalhista, o presente artigo busca compreender o que leva jornalistas de grandes conglomerados de mídia à decisão de autogerenciarem os seus próprios negócios e à remodelagem de suas carreiras nos formatos de um trabalho individualizado. A uberização, a convergência midiática, o jornalismo digital, o advento das tecnologias e as noções de empreendedorismo estabelecem novas formas de comunicar as notícias e apresentam outras possibilidades laborais aos profissionais da mídia na pós-modernidade, alguns dos quais optam por um modelo individual de trabalho, como é o caso do repórter paraibano Flávio Fernandes, referência para as realidades profissionais aqui analisadas. O profissional em destaque dispõe de conhecimentos e experiências que migram desde a política empresarial das corporações de imprensa até o modus operandi do jornalismo pela ação de um único profissional, apresentando traços de empreendedorismo e de atuação nas redes sociais digitais. Sob métodos qualitativos de uma entrevista semiestruturada, o artigo apresenta as considerações de Fernandes (2023) como fonte primária do cenário jornalístico em estudo e, justapondo reflexões teóricas, elucida os possíveis motivos da visível metamorfose do perfil do profissional de mídia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo. Individualização. Empreendedorismo. Instagram. Flávio Fernandes.



mei  
studies

# Contextualização

Arroyo Cabello (2011, p. 2). A autora analisa que o profissional de hoje se apresenta como um ciberjornalista que trabalha em um contexto digital permeado pela hipertextualidade, pela multimedialidade e pela interatividade, algumas das características do webjornalismo, como também observa Canavilhas (2014) e outros estudiosos.

O profissional da atualidade, chamado de “jornalista-orquestra” por Arroyo Cabello (2011) pelas múltiplas tarefas desenvolvidas e capacitações, é levado a distinguir quais informações são significativas e quais são irrelevantes para o público, a lidar com a superabundância de fatos e a ter suficiente agilidade para os processos instantâneos de produção jornalística. Cada vez mais desterritorializada de redações físicas, a área do jornalismo continua com a mesma função de sempre: “interpretar a realidade social e construir uma boa história de acordo com os elementos genuínos do jornalismo” (Arroyo Cabello, 2011, p. 3, tradução nossa). Versatilidade, multimídia, habilidade com as novas tecnologias, especialização, trabalho equipe e diálogos são características do jornalista contemporâneo para Arroyo Cabello (2011).

< **flaviofernandes.tv** 🔔 ...



**9.948** publicações   **68,8 mil** seguidores   **3.861** seguindo

**Flávio Fernandes | Repórter** 🎙️

[Blog pessoal](#)

🎂 12 anos de jornalismo

🎙️ Rádio • TV • Blog • Redes Sociais

😊 Seja nosso parceiro!

🔥 "Quem se define, se limita!"

[Ver tradução](#)

[blogdoflaviofernandes.com.br](http://blogdoflaviofernandes.com.br)

Figura 1 – Biografia da página do jornalista Flávio Fernandes no Instagram  
Fonte: Página do jornalista Flávio Fernandes no Instagram

# Metodologia

Entrevista semi-estruturada realizada com o repórter Flávio Fernandes.

Ele compartilha a experiência de produzir as suas próprias notícias e publicá-las em formato de vídeo, texto e imagem em sua página no Instagram desde abril de 2023, na perspectiva de trabalho individualizado.

Fernandes (2023) relata a sua passagem por emissoras de rádio e de televisão, sublinha as características de seu empreendimento e explana a nova fase profissional na rede social digital. Ele é a fonte primária deste estudo de natureza quanti-qualitativa, no qual a entrevista semiestruturada é a principal técnica aplicada.

Com exatos 68,8 mil seguidores no Instagram (@flaviofernandestv), é nesta rede social digital que Flávio decidiu produzir, por conta própria, notícias em formato de vídeo, texto e imagem. Ele envereda majoritariamente pela editoria de policial, abordando também assuntos de comunidade e política, sempre prezando pelo jornalismo local.

# Metodologia

O entrevistado apresenta, a partir de uma realidade atual, prática e pessoal, o conceito de convergência midiática. Para Barbosa e Silva, Pereira e Ribeiro (2013), o termo polissêmico se relaciona com a transformação tecnológica da comunicação e se apresenta “como forma de se adequar às tendências de modernização” (Barbosa e Silva, Pereira e Ribeiro, 2013, p. 55). O profissional multimídia e multitarefas se mostra cada vez mais atualizado para as multidões.

A partir do método da Análise de Conteúdo, divide-se aqui os principais pontos do relato de Fernandes (2023) em duas categorias para sistematização dos relatos: uma com três argumentos pró-individualização e outra com também três motivos contra a individualização, pondo em descrição analítica todas as questões que esta agrega, a exemplo da desinstitucionalização, da autonomia e da liberdade. A escolha, na fala de Flávio Fernandes, de três pontos positivos e três pontos negativos para discutir a individualização do jornalista se justifica, por exemplo, pela necessidade de uma análise ampla, equilibrada e crítica do fenômeno, observando-o sob vários prismas, sem favorecer algum especificamente, para, inclusive, se cultivar uma discussão mais informada e crítica sobre as mudanças no jornalismo atual.

# Metodologia

Nos aspectos pró-individualização, em primeiro lugar sublinha-se o “autogerenciamento do negócio”, que aponta para a liberdade para tomar decisões e gerenciar seu próprio tempo, recursos e estratégias, sem depender de uma hierarquia ou supervisores diretos. Fernandes (2023) afirma, em seguida, a “desnecessidade de cumprir os requisitos da linha editorial da empresa e de moldar-se à regulamentação do veículo” sem a obrigação de seguir normas estritas de um veículo tradicional (como jornais ou emissoras), que permite ao profissional tem mais flexibilidade criativa e ideológica. O entrevistado relata, em outra mão, a “possibilidade de inovar em linguagens midiáticas e de realizar quaisquer mudanças no trabalho desenvolvido”, explicitando que a autonomia permite explorar novas formas de comunicação, experimentar formatos e adaptar o conteúdo conforme a demanda ou preferências pessoais, sem restrições impostas por terceiros.

A individualização e o seu trabalho autônomo impõem desafios ao jornalista que também merecem ser analisados. Primeiramente o “respaldo jurídico não é garantido ante possíveis processos judiciais”, da mesma forma que a proteção jurídica oferecida por uma empresa, como assessoria legal ou suporte em caso de processos; estão mais expostos a riscos legais e precisam investir em proteção jurídica por conta própria. O “salário mensal é incerto, com a inexistência de renda fixa e de benefícios da Carteira de Trabalho assinada”, ou seja, a instabilidade financeira é uma das maiores desvantagens do trabalho autônomo, não havendo um salário fixo garantido, o que pode dificultar o planejamento financeiro, assim como a falta de benefícios, como 13º salário, férias remuneradas, seguro-desemprego e contribuição previdenciária, que aumenta a incerteza empregatícia. Além disso, com uma “carga horária semanal incerta” o volume de trabalho pode variar e aumentar significativamente. Esses fatores fazem com que o trabalho autônomo exija uma grande capacidade de planejamento, gerenciamento de riscos e disciplina financeira para lidar com as incertezas e a ausência de benefícios garantidos por um contrato formal de trabalho.

Categorização  
dos pontos pró e contra a individualização do jornalista

Pró

Contra

1

Autogerenciamento do negócio

1

Respaldo jurídico não garantido ante possíveis processos judiciais

2

Desnecessidade de cumprir os requisitos da linha editorial da empresa e de moldar-se à regulamentação do veículo

2

Salário mensal incerto, com a inexistência de renda fixa e de benefícios da Carteira de Trabalho assinada

3

Possibilidade de inovar em linguagens midiáticas e de realizar quaisquer mudanças no trabalho desenvolvido

3

Carga horária semanal incerta



# Conclusão

A conclusão destaca a transformação do jornalismo contemporâneo, refletindo sobre o exemplo do repórter Flávio Fernandes (2023). O texto explora como o trabalho individualizado no jornalismo oferece autonomia, liberdade e autorrealização, mas também apresenta desafios como precarização e insegurança. Ressalta que a digitalização, as redes sociais e o empreendedorismo estão redefinindo a profissão, permitindo que jornalistas desempenhem múltiplas funções e gerenciem suas próprias carreiras.

Apesar dessas mudanças, o bom jornalismo continua sendo pautado por ética, responsabilidade e compromisso com a veracidade dos fatos. O estudo aponta que a descentralização das redações e o surgimento de novas vozes desafiam o modelo tradicional, promovendo práticas mais democráticas, mas com o risco de perda de qualidade. As redes sociais surgem como novas arenas para a disseminação de notícias, onde o jornalista deve equilibrar liberdade com responsabilidade social.

Em resumo, o futuro do jornalismo é caracterizado por heterogeneidade e descentralização, com oportunidades e desafios para jornalistas autônomos que souberem se adaptar a essas novas realidades. O caso de Fernandes simboliza essa metamorfose e indica que a capacidade de adaptação será crucial para os jornalistas no cenário pós-moderno.

## Referências

- Abílio, L. C. (2019, 15 de novembro). Uberização: do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. *Psicoperspectivas*, 18(3). <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol18-issue3-fulltext-1674>
- Anchieta, I. (2007). A notícia como forma de conhecimento segundo Robert Park. *BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, 2007, 1-11.
- Arroyo Cabello, M. (2011). Aproximación al perfil del periodista en la postmodernidad. *Razón y Palabra*, 76, 1-14.
- Barbosa e Silva, J. A., Pereira, M. de L., & Ribeiro, R. S. (2013). Convergência profissional: Estudo de caso das transformações no perfil do jornalista. *Brazilian Journalism Research*, 9(2), 50-67.
- Becker, B. (2016). Vida na mídia: Além do jornalismo. Entrevista com Mark Deuze. *Eco Pós*, 19(1), 200-216.
- Canavilhas, J. (Ed.). (2014). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. LabCom.
- Carbesse, R., Standaert, O., & Cook, C. (2022). Entrepreneurial journalism: Emerging models and lived experiences - Looking back and looking forward. *Brazilian Journalism Research*, 18(2), 246-265.
- Castilho, C. (2020, 2 de março). A “desprofissionalização” e a “desinstitucionalização” no jornalismo da era digital. *OBJETHOS*. <https://objethos.wordpress.com/2020/03/02/a-desprofissionalizacao-e-a-desinstitucionalizacao-no-jornalismo-da-era-digital/>
- Costa, A. (2014). Jornalismo, compartilhamento e credibilidade no contexto pós-industrial. In *Jornalismo pós-industrial - caminhos para um pós-jornalismo* (pp. 11-17). IHU On-line.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2015). Além do jornalismo. In *Leituras do jornalismo*, 2(4), 1-31.
- Deuze, M. (2016). O que o jornalismo está se tornando? *Parágrafo*, 4(2), 7-21.
- Fernandes, F. R. (2023). Instagram: @flaviofernandestv. <https://www.instagram.com/flaviofernandestv/>
- Figaro, R. (2014a). Jornalismo e trabalho de jornalistas: Desafios para as novas gerações do século XXI. *Parágrafo*, 2, 23-37.

- Hall, S. (1999). A identidade cultural na pós-modernidade. DP&A.
- Minayo, M. C. de S. (Ed.). (2009). Pesquisa social: Teoria, método e criatividade. Vozes.
- Rodrigo-Alsina, M., & Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. Cuadernos.info, 44, 225-239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>
- Rossetti, M. L. (2016). O tempo presente: Diálogo sobre a pós-modernidade. Percurso Acadêmico, 6(11), 207-215.
- Siapera, E. (2020). I dilemmi del giornalismo: Le sfide di internet per il giornalismo professionale e la sostenibilità dei media. In S. Robert (Ed.), Il giornalismo sotto attacco (pp. 303-352). Giappichelli.
- Torres, C. (2009). A Bíblia do marketing digital. Editora Novatec.
- Wolf, M. (2009). Teorias da comunicação. Editorial Presença.