



PANORAMA DA CONDIÇÃO ATUAL DE TRABALHO DOS JORNALISTAS ESPORTIVOS BRASILEIROS: UM ESTUDO PILOTO

Guilherme Gonçalves Longo¹

RESUMO: Nos últimos anos, o trabalho do jornalista vem passando por profundas modificações, com a predominância do online e das redes sociais, o enxugamento das redações e as mudanças nas relações de trabalho, situação que impacta também aqueles que trabalham com esporte. Este artigo traz um estudo piloto que procura compreender a situação atual de trabalho do jornalista esportivo brasileiro. Através de um formulário feito no Google Forms, ouviu-se jornalistas de todo o país para compreender o perfil do profissional e seu regime de trabalho, além de questões contemporâneas de trabalho, como o uso de inteligência artificial, a pejotização e sua relação com as redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: *Jornalismo. Jornalismo Esportivo. Trabalho. Pejotização. Inteligência Artificial.*

ABSTRACT: In recent years, the work of journalists has undergone profound changes, with the predominance of online and social media, the downsizing of newsrooms and changes in work relationships, a situation that also impacts those who work in sports. This article presents a pilot study that seeks to understand the current work situation of Brazilian sports journalists. Through a survey created in Google Forms, journalists from all over the country were interviewed to understand the profile of the professional and their work regime, in addition to contemporary work issues, such as the use of artificial intelligence, self-employment and their relationship with social networks.

KEYWORDS: *Journalism. Sports Journalism. Work. Self-Employment. Artificial Intelligence.*

¹ Doutorando em comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCom/USP). O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. E-mail: guilherme.g.longo@usp.br

INTRODUÇÃO

Ao longo do século XXI, o jornalista brasileiro viu seu mundo de trabalho passar por diversas mudanças. Entre elas, podemos destacar a queda da obrigatoriedade do diploma, o impacto do online nas rotinas de produção, o enxugamento das redações e o surgimento dos veículos nativos digitais, o impacto da plataformização e da pandemia da Covid-19 e muitos mais.

E apesar de ter sido uma das editorias que mais se utilizou das potencialidades do online, aproveitando a liberdade de produção para a expansão do seu escopo de atuação, o jornalismo esportivo também se encontra no meio dos problemas que a profissão vive atualmente.

Nesse contexto, o esportivo é uma das editorias com mais representatividade profissional fora dos veículos tradicionais, com arranjos independentes, dedicados à cobertura de modalidades de menor representatividade na pauta do dia a dia. Por isso, é preciso entender como se dá as condições de trabalho dos jornalistas esportivos, dentro e fora das redações dos veículos tradicionais.

Este artigo consiste em um estudo piloto para compreender a condição atual de trabalho dos jornalistas esportivos brasileiros. Através de um questionário feito no sistema *Google Forms* e distribuído através de grupos de jornalistas no *WhatsApp*, foram feitos questionamentos sobre tópicos como regime de trabalho, relação com redes sociais, utilização da inteligência artificial no dia a dia, relação com assessoria e acesso às fontes e mais.

Para isso, o artigo também promove discussões teóricas sobre jornalismo esportivo e suas especificidades, como a questão da paixão e a hipersegmentação entre as diversas modalidades, autores que discutem a relação entre comunicação e trabalho e questões contemporâneas do trabalho jornalístico, como a pejetização e a plataformização.

1. O JORNALISMO ESPORTIVO

Apesar do futebol dominar a pauta do jornalismo esportivo brasileiro há décadas, o esporte já era presente nas páginas dos veículos nacionais antes mesmo da chegada de Charles Miller em novembro de 1894. Mas, nos primórdios do jornalismo esportivo, modalidades como críquete, turfe e remo detinham a atenção.

Enquanto o futebol se tornava popular nas ruas de São Paulo e do Rio, o jornalismo não via essa nova febre com bons olhos, e ignorava o cenário. Mas, na virada do século XIX para o XX, ficou impossível de ignorar o crescimento da modalidade, impulsionado por jornalistas como

Mário Cardim, que aderiram à febre do futebol. Aos poucos, o esporte foi ganhando colunas dentro dos jornais e, a partir da década de 1910, veículos especializados em esporte.

Com o passar dos anos, não somente o esporte se tornou uma das editorias mais importantes dos veículos, como também foi fundamental para o desenvolvimento da tecnologia das transmissões televisivas e radiofônicas.

Concorda-se com a definição de Tubino (2007: 719) de jornalismo esportivo, como apresentado no *Dicionário Enciclopédico Tubino do Esporte*:

[...] é uma atividade especializada de Jornalismo na qual são transmitidas informações, opiniões (interpretações e críticas) e análises do esporte em qualquer aspecto de sua abrangência sociocultural. O jornalismo esportivo é exercido por jornalistas com conhecimento em esportes em geral ou em aspectos esportivos [...] A cobertura jornalística esportiva, na sua maioria, é setorizada, podendo incidir sobre clubes, modalidades, entidades, dirigentes, ou outros aspectos esportivos importantes [...] O jornalismo esportivo, cada vez mais, tem buscado o sentido do espetáculo, o que leva a uma identificação integrada com o show, o profissionalismo e o negócio. A criação, a difusão e o reconhecimento de ídolos e mitos no Esporte têm sido algumas das iniciativas do Jornalismo Esportivo na construção do espetáculo. (Tubino, 2007:719)

Por mais que faça uma abordagem utópica do jornalismo esportivo, Tubino também traz uma perspectiva da realidade. Enquanto o ‘mundo ideal’ contaria com uma cobertura ampla, que dá espaço para diversas modalidades além das questões políticas, econômicas e sociais do esporte, o que se vê é uma presença massiva do futebol.

Ao citar a setorização, é possível destacar outra característica notável do jornalismo esportivo, que é a especialização. Além dos conhecimentos específicos de uma editoria, muitos repórteres, quando se tornam setoristas, acabam se tornando especialistas em uma modalidade específica, como futebol, vôlei ou futebol americano. Coelho (2003) lembra que algumas modalidades como o automobilismo necessitam de conhecimentos ainda mais específicos. Porém, neste contexto de enxugamento das redações, a polivalência torna-se uma exigência básica para os repórteres. Isso também ocorre na cobertura de megaeventos esportivos, como os Jogos Olímpicos.

Não existe jornalista de esportes. Existe o jornalista, aquele que se dedica a transmitir informações de maneira geral, o especialista em generalidades. Que se torna muitas vezes melhor quando é, de fato, conhecedor do assunto específico. Quando vira jornalista de basquete, de vôlei, de futebol, de automobilismo. Nunca de esportes.

O problema é que o mercado só permite a criação de jornalistas de futebol, de automobilismo, às vezes de tênis. O que vale dizer que não há jornalistas de basquete, de vôlei, de atletismo, de judô etc. Isso explica o aparecimento de atletas como comentaristas sempre que é preciso aprofundar-se em grande competição. O mercado não contempla quem quer aventurar-se nessas áreas específicas. Esse aventureiro poderá ter muito sucesso. Mas vai ter que brigar muito mais por isso (Coelho, 2003:38)

Mas, no contexto do online, é possível atualizar não somente a definição de Tubino quanto o panorama defendido por Coelho. O jornalismo esportivo foi um dos que mais se beneficiou das potencialidades trazidas pela internet, aproveitando a quebra dos limites das páginas do impresso e das grades de programação do rádio e da televisão para expandir seu escopo de atuação. A hipersegmentação é uma das principais características do jornalismo esportivo online, com modalidades que têm pouco espaço no jornalismo tradicional ganhando espaço e visibilidade, como é o caso do esporte paralímpico (Longo, 2019).

Mas, diferentemente das outras editorias do Jornalismo, o esporte tem uma característica única, que é a paixão. Segundo Carvalho (*apud* Pena, 2005) é, na verdade, a característica fundamental, que envolve toda a cadeia de produção. Ela começa no repórter que, muitas vezes, iniciou no jornalismo esportivo devido à paixão pelo esporte como um todo ou uma modalidade específica, como o futebol, algo nutrido desde muito cedo. É uma questão que o jornalista precisa estar muito ciente, porque os torcedores são conhecidos por cobrarem os repórteres em diferentes situações. Narradores esportivos comentam que torcedores chegam inclusive a comparar a forma com a qual gritam gol para cada time em transmissões esportivas.

O jornalista precisa ter muito cuidado com essa paixão. Se por um lado isso cria uma aproximação entre o jornalista e seu objeto de trabalho que não existe em nenhuma outra editoria, por outro, isso pode ser usado como uma ferramenta de manipulação para o seu próprio interesse (Gurgel, 2009).

Por outro lado, o jornalismo esportivo parece não ter aproveitado direito uma das potencialidades da internet, cometendo o mesmo erro dos veículos tradicionais: o foco no que acontece dentro das quadras, arenas e estádios. No cenário atual, não é possível se limitar mais a apenas isso, mostrando a realidade do dia a dia, apresentando ao público as questões políticas, econômicas, sociais e mais que envolvem o mundo do esporte. Por isso, concorda-se com a visão de Gurgel (2012) sobre como o jornalismo esportivo deve se posicionar, indo para além da proposta original do autor, focada nos megaeventos esportivos.

O caminho que defendemos como forma de atualizar o jornalismo esportivo é o da ampliação da ênfase nos aspectos socioeconômicos do esporte na cobertura dos eventos e do cotidiano das modalidades desportivas. Mesmo que inicialmente soe como contraditório, o fato é que, para se produzir um bom jornalismo esportivo, cada vez mais, é fundamental entender os aspectos sociais, políticos e fundamentalmente econômicos envolvidos no contexto da prática esportiva dos megaeventos esportivos em observação jornalística (Gurgel, 2012:13)

Mesmo assim, o jornalismo esportivo ainda sofre preconceito até hoje, com profissionais e acadêmicos que defendem ser uma área menor do Jornalismo, não somente pelo produto em si como pelo seu conteúdo, alegando a aproximação que a área teria com o entretenimento. Barbeiro e Rangel (2006) falam sobre essa questão:

Jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, político, econômico, social. Pode ser propagado em televisão, rádio, jornal, revista ou internet. Não importa. A essência não muda porque sua natureza é única e está intimamente ligada às regras da ética e ao interesse público (Barbeiro; Rangel, 2006:13)

2. DILEMAS CONTEMPORÂNEOS DO TRABALHO JORNALÍSTICO

25

Ao longo da última década, o jornalista viu sua condição de trabalho piorar consideravelmente, devido a diversos fatores que entraram em jogo. Para esta parte do artigo, vamos destacar rapidamente alguns dos tópicos mais discutidos pelos profissionais da área.

Antes, é preciso discutir uma questão que é comum a todos esses problemas: a precarização do trabalho do jornalista, um processo que vem se desenvolvendo há anos, mas que ganhou força com a digitalização, o surgimento das redes sociais e plataformas e, mais recentemente, a pandemia da Covid-19.

Se a precarização das condições de trabalho é uma constante na profissão, na atualidade, o trabalho plataformizado apresenta uma cisão a práticas tradicionais da imprensa, demanda a adoção de novas gramáticas comunicacionais e amplia a polivalência, a flexibilidade, a rotatividade, os baixos salários, a intensificação do ritmo de trabalho e a ampliação das horas trabalhadas, na maioria das vezes sem qualquer contrato e sem reconhecimento de direitos trabalhistas (Nicoletti; Fígaro, 2022:2)

No trecho destacado acima, as autoras apontam como a precarização do trabalho está intimamente ligada aos diversos problemas com os quais os jornalistas são obrigados a atravessar

em seus arranjos de trabalho atuais. Vale destacar que as questões apontadas levam também a outro problema enfrentado pelos trabalhadores: as demissões em massa, também conhecidas como “passaralhos” pelos profissionais da área da comunicação. Ao longo da última década, as redações passaram por fortes enxugamentos do seu quadro de funcionários, visando reverter a tendência causada pela crise do modelo de negócios, mas que têm como consequência a sobrecarga de trabalho daqueles que ficaram.

Se há um fenômeno que caracteriza o século XXI é o surgimento e o crescimento das plataformas digitais. Salvagni, Veronese e Fígaro (2025:2) trazem uma breve definição das plataformas digitais através de discussões contemporâneas sobre seu papel na sociedade:

As plataformas são empresas que têm como especificidade a dissimulação do objeto de seus negócios por meio de ferramentas digitais. Autodenominam-se empresas de tecnologia para acobertar a forma como seus negócios se realizam. A lógica operacional delas depende do trabalho intermitente, fragmentado e disponível 24 horas por dia. Sobretudo, dependem de uma grande massa de desempregados ou trabalhadores na informalidade para poder operar no jogo da dissimulação de carga horária, salário e vínculo empregatício. A lógica da liberdade de escolha e da autonomia reserva aos trabalhadores todo o ônus pelas condições de saúde e segurança no trabalho (Salvagni; Veronese; Fígaro, 2025:2)

Van Djick, Poell e de Waal (2018) descrevem estas plataformas como infraestruturas digitais, baseadas em dados e organizadas por algoritmos. Com o passar dos anos, estas plataformas foram além do contato social, introduzindo também a finalidade comercial, como é o caso da *Amazon*, *Uber* e outras empresas, que dependem do trabalho humano em diversas variáveis de valor.

No caso do jornalismo, o processo da plataformização consiste na adaptação das lógicas da produção jornalística às lógicas operacionais das plataformas. Esta sofreu uma forte influência da crise do modelo de negócios que o jornalismo atravessa, sempre em busca de novas formas de monetização (Jurno; D’Andréa, 2019).

Uma pesquisa realizada pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) entre 2016 e 2018, buscou compreender os novos arranjos jornalísticos neste contexto. Uma das evidências encontradas pelos pesquisadores é a dependência que os novos arranjos jornalísticos têm das plataformas digitais. Van Djick, Poell e de Waal (2018) apontam como que a produção jornalística

está gradativamente se moldando aos mecanismos e ecossistemas das plataformas, incluindo alterações em seus valores editoriais para a produção de conteúdo mais *friendly* às plataformas.

Além de produzir materiais mais adaptados às plataformas, o jornalismo encontra também o velho dilema da quantidade x qualidade. Atualmente, é possível notar que o trabalho do jornalista aumentou consideravelmente nesta nova realidade, com as redações focadas em produzir também conteúdo específico para as redes sociais, além do que já faz normalmente em seus sites, canais televisivos, estações de rádio e mais.

Além disso, o jornalismo hoje passa a trabalhar seguindo a lógica das plataformas, deixando de produzir conteúdo relevante para focar em materiais que possam atrair mais audiência (ou engajamento, uma métrica particularmente importante no contexto das redes sociais) e que tornem os sites melhores *rankeados* em buscadores como o *Google*.

A plataformização não afetou apenas o consumo e a produção de informações, com o próprio trabalho do jornalista sendo impactado. Nos últimos anos, surgiram diversas formas de trabalhos digitais e regimes de trabalho, que permitem aos empregadores evitarem relações trabalhistas formais.

Isso potencializou a chamada *Gig Economy* (Graham; Anwar, 2019), um fenômeno que consiste no aumento do trabalho informal e inconstante, com relações de trabalho precárias, prejudicadas por um ambiente que evolui muito rapidamente, de forma que os governos e agências reguladoras não consigam acompanhar esses avanços para a proteção do trabalhador.

No Brasil, este modelo é mais notável nos aplicativos de serviços, como *Uber*, *Ifood*, *99* e muitos outros. Nestes casos, o trabalhador é ludibriado pelas plataformas com a promessa de se tornarem “senhores do próprio destino”, livrando-se das amarras dos “trabalhos tradicionais”, um discurso similar ao do empreendedorismo. Mas, muitas vezes, se encontram em uma situação sem nenhum tipo de amparo legal, já que não há uma formalização de trabalho, seja com a plataforma ou os usuários que os contratam.

Conforme aponta Delfanti (2023), as promessas da plataformização apenas atualizam um discurso existente desde o capitalismo industrial:

De fato, o capitalismo digital atualiza a promessa de emancipação econômica e social do capitalismo industrial com alguns elementos novos próprios. Mais do que simplesmente trocar a linha de montagem pelo robô ou o algoritmo, a cultura do capitalismo digital mistura ideologia libertária com elementos do empreendedorismo. No cerne desse mito, há uma forma de individualismo (Delfanti, 2023:36)

A plataformização vem na esteira de um longo processo de digitalização do trabalho, algo que se tornou notável nos últimos anos, mas que foi iniciado ainda na década de 1970 com as diversas inovações tecnológicas introduzidas nesta área. Antunes, Basso e Perocco (2023:68), falam sobre os impactos dessa digitalização nas relações de trabalho:

Ao mesmo tempo, os processos de digitalização, cruzando-se direta ou indiretamente com a “nova” legislação trabalhista, na realidade cada vez mais um direito da empresa, estão favorecendo o crescimento do desemprego e do subemprego; a hipersegmentação do mercado de trabalho; o aumento do trabalho temporário (nas mais variadas e extremas formas, do trabalho intermitente e descontínuo ao “retorno” do salário por peça, agora ao modo digital; a ampliação da cota de trabalho *freelance* e das colaborações para as prestações laborais; [...] o fim do contrato de trabalho e a desintegração do tradicional *status* do trabalhador assalariado, permanente [...] (Antunes; Basso; Perocco, 2023:68)

Delfanti (2023), corrobora com essa visão. Retomando a visão de empreendedorismo do capitalismo digital, o autor aponta que as condições para este cenário atual não surgiram de repente, sendo na verdade resultado de “décadas de precarização, diminuição do poder das pessoas trabalhadoras, expansão dos processos de globalização e ascensão do mercado financeiro” (Delfanti, 2023:47).

No caso do jornalismo, a precarização do trabalhador vem de formas que vão além de somente a plataformização. Popularizado no Brasil na década de 1990, a pejotização ganhou uma nova força no país em 2017 com a reforma trabalhista. A pejotização é um dispositivo no qual o profissional organiza-se como Pessoa Jurídica (PJ) para prestar serviços a uma empresa. Neste contexto, vários veículos de comunicação desfizeram os vínculos trabalhistas (CLT) com seus funcionários, para torná-los contratados PJ, sem a necessidade de arcar com as obrigações trabalhistas (INSS, FGTS, férias remuneradas, décimo terceiro e mais). Silva e Fígaro (2022:02) falam sobre a conexão entre a plataformização e a precarização:

Se a precarização das condições de trabalho é uma constante na profissão, na atualidade, o trabalho plataformizado apresenta uma cisão a práticas tradicionais da imprensa, demanda a adoção de novas gramáticas comunicacionais e amplia a polivalência, a flexibilidade, a rotatividade, os baixos salários, a intensificação do ritmo de trabalho e a ampliação das horas diárias trabalhadas, na maioria das vezes sem qualquer contrato e sem reconhecimento de direitos trabalhistas. (Silva; Fígaro, 2022:02)

Representado por um CNPJ, o trabalho passa a ser pago por meio da emissão de notas fiscais. Em teoria, o regime de trabalho do jornalista deveria ser reduzido com essa mudança. Mas, o grande problema deste processo é que, em muitos casos, o jornalista manteve as mesmas obrigações de trabalho de quando era CLT, como turno de trabalho definido, sem nenhum tipo de benefício previsto da parte do empregador.

Silva (2014) propõe a categorização do PJ no jornalismo em três grandes grupos. Primeiro, o PJ Tradicional, que trabalha em redações e outros ambientes comuns à profissão, tendo relações de emprego caracterizadas. Segundo, o PJ Eventual, que entra no contexto da *Gig Economy*, prestando serviços de forma eventual. O terceiro são os Grandes PJs, os principais nomes da área que utilizam esta forma de contratação para fugir do pagamento dos impostos trabalhistas.

Ainda no contexto da plataformização, é preciso falar de outro fenômeno, envolvendo as redes sociais: as *fakes news*. Nos últimos anos, elas se consolidaram como um fenômeno de dimensões alarmantes. A propagação de notícias falsas ganhou um impulso na última década, com a estrutura das redes sociais facilitando sua disseminação. Morozov (2018) aponta um fator que facilita a dispersão das *fake news*, o modelo de negócio das plataformas, e uma possível solução para este problema.

29

[...] essas notícias falsas se difundem com tanta rapidez porque é assim que o Facebook e o Twitter ganham dinheiro: uma notícia compartilhada só por algumas pessoas pode até custar dinheiro ao Facebook. Elas somente são lucrativas para a empresa se forem amplamente compartilhadas. Em tais condições, o caminho certo para acabarmos com as notícias falsas parece óbvio: temos de libertar as nossas redes de comunicação de sua dependência em relação ao extrativismo de dados e baseá-las num conjunto diferente de princípios, que não estejam alicerçados na coleta de dados, seja para fins publicitários ou de inteligência artificial (Morozov, 2018:169)

E as *fake news* ajudam a potencializar outro fenômeno que vem ganhando tração nos últimos anos: os ataques aos jornalistas nas redes sociais. Segundo o relatório "Monitoramento de ataques à jornalistas no Brasil", produzido pela *Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo* (Abraji), em 2021, 453 ataques a jornalistas foram registrados no país, com 69% dos casos sendo provocados por agentes estatais.

Porém, quando incluímos as redes sociais, esses números crescem exponencialmente. E no jornalismo esportivo a situação não é diferente. Os jornalistas esportivos, por estarem entre os que mais têm contato com o público, acabam sendo também grandes alvos de ataques, sendo eles

dos mais corriqueiros (simples xingamentos) aos mais preocupantes (ameaças). E, para piorar, estes ataques não se limitam aos fãs, com atletas e clubes também arrumando formas de retaliação aos profissionais pelos conteúdos produzidos e comentários feitos no ambiente de trabalho, como limitar o acesso aos atletas, eventos e mais.

Com o enxugamento das redações e o acúmulo de funções para os jornalistas, o uso da inteligência artificial vem ganhando espaço nos últimos anos, com alguns veículos inclusive apostando no uso deste tipo de ferramenta para a produção de conteúdo.

A IA deixou de ser uma ferramenta restrita às grandes empresas do Vale do Silício e de uso militar, chegando à nossa realidade diária em várias frentes, como os algoritmos de recomendação dos serviços de streaming, as plataformas de atendimento automatizado ao cliente e, mais recentemente, como uma forma de assistente de pesquisa e de conteúdo, como é o caso do *ChatGPT* (Essenfelder; Sant'Anna, 2022).

O termo inteligência artificial surge nos anos 1950, com John McCarthy, um dos pioneiros da computação, quando ele questionou a possibilidade de as máquinas simularem processos humanos de pensamento e resolução de problemas. Winston (1992:5), define a IA como “o estudo de computações que permitem perceber, raciocinar e agir”. Com os pontos citados no parágrafo anterior, pode-se notar que o campo tem avançado neste sentido, cada vez mais ocupando-se de tarefas que, no passado, eram restritas à ação humana.

30

Fala-se da inteligência artificial aplicada ao campo do jornalismo há mais de uma década. Mas a primeira grande manobra veio em 2015, quando a agência de notícias *Associated Press* anunciou medidas para automatizar parte da produção de notícias financeiras corporativas. Graefe (2016:14) usa o termo “Jornalismo Automatizado” para descrever esse processo: “o processo de usar software ou algoritmos para gerar notícias automaticamente - sem intervenção humana - após a programação inicial do algoritmo, é claro”.

Nos últimos anos, esse movimento vem ganhando tração, e a IA é cada vez mais utilizada no Jornalismo, com diversas aplicações, sendo algumas mais corriqueiras, como tradução de textos em outros idiomas, revisão gramatical e ortográfica, outras mais complexas, como correções e edições de fotos e vídeos, e outras questionáveis do ponto de vista ético, como a produção de conteúdo totalmente automatizado.

3. AS CONDIÇÕES DE TRABALHO DO JORNALISTA ESPORTIVO: UM ESTUDO PILOTO

Por se tratar de uma proposta complexa, seria preciso mais tempo, contatos e recursos para viabilizar um estudo completo das condições de trabalho dos jornalistas esportivos brasileiros. Por isso, optou-se por fazer um estudo piloto, onde seria possível coletar dados iniciais sobre os tópicos de interesse, além de poder melhorar o formulário para o estudo mais abrangente.

Canhota (2008) afirma que um estudo piloto é importante para testar, avaliar, revisar e aprimorar os instrumentos e os procedimentos de pesquisa, podendo descobrir pontos fracos e problemas em potencial, dando a chance de resolvê-los antes da pesquisa propriamente dita. O autor ainda diz que, para que um estudo piloto seja bem-sucedido, a amostra não precisa passar de 10% do total almejado pelo estudo mais amplo, para que os instrumentos sejam testados, as perguntas analisadas e a viabilidade avaliada.

Para cumprir com o objetivo deste trabalho, optou-se pela realização de um formulário no *Google Forms*. O documento conta com 24 perguntas, sendo 21 fechadas e três de respostas abertas. Mesmo tendo as respostas abertas, considera-se esta uma pesquisa quantitativa, já que estas três perguntas funcionam mais de forma complementar às informações que se procura obter.

De preenchimento anônimo, o formulário buscou apenas informações sobre a faixa etária dos respondentes, a região do Brasil na qual vivem e o tempo com o qual trabalham com jornalismo esportivo. As demais perguntas giram em torno das questões contemporâneas do jornalismo apontadas anteriormente: regime de trabalho, uso de inteligência artificial, redes sociais (plataformização e ataques) e mais.

Para criar um grupo de controle, o link do formulário foi compartilhado somente nos grupos de membros das Associações Estaduais de Cronistas Esportivos, aceitando respostas entre os dias 22 de dezembro de 2024 e 10 de janeiro de 2025. Por conta do momento no qual o formulário foi disparado, envolvendo fim de ano, férias e recesso de quase todas as modalidades esportivas, foram coletadas apenas 41 respostas.

No âmbito da idade, chama a atenção o fato de que mais da metade dos respondentes têm 50 anos ou mais. O grupo mais representado foi o de 51 a 60 anos, com 29,3% das respostas, seguido de 31 a 40 anos e mais de 70, com 22% cada. Na sequência, 41 a 50 com 19,5% e 61 a 70 anos com 7,3%. Acredita-se que, no estudo completo, essa tendência não se repita. Na pesquisa “Perfil do Jornalista Brasileiro 2021”, Lima *et al* (2022) obtiveram um resultado oposto, com 54,4% dos respondentes na faixa entre 23 e 40 anos.

Quanto à região de residência, houve uma grande predominância do Sudeste, com 65,9%, seguido do Centro-Oeste com 22%, Sul com 9,8% e Nordeste com 2,4%. Norte e fora do país não

tiveram respostas. Estes resultados correspondem parcialmente ao obtido no “Perfil do Jornalista Brasileiro 2021”, com o Centro-Oeste tendo aqui uma representatividade maior que a do Sul.

A primeira pergunta aberta do formulário tentava descobrir o que levou os jornalistas a trabalhar com jornalismo esportivo. Assim como apontado por Carvalho (*apud* PENA, 2005), a paixão teve um papel central. Das 41 respostas coletadas, 35 utilizam palavras como “paixão”, “amor” e “sonho”. Nas outras, foram destacadas questões como “oportunidade”, “foi o que apareceu” e “oportunidade”.

O tempo de trabalho no jornalismo esportivo também foi bem distribuído, com a maioria respondendo mais de 20 anos (31,7%), seguido de entre 5 e 10 anos (22%), entre 10 e 15 anos e menos de 5 anos (17,1% cada) e entre 15 e 20 anos (12,2%).

Acompanhando o movimento da pejotização, impressionantes 82,9% dos respondentes disseram ter um contrato de trabalho PJ, contra apenas 17,1% de CLT. Isso pode ser analisado em conjunto com a pergunta seguinte, onde os respondentes falaram sobre o meio com o qual trabalham, em uma questão de respostas múltiplas. 80,5% afirmaram trabalhar com o online, seguido de 53,7% de redes sociais, 36,6% de rádio, 31,7% de televisão e 26,8% de impresso. Apesar do direcionamento à pejotização, muitos veículos tradicionais ainda tendem a manter seus funcionários em regimes de CLT, enquanto muitos dos nativos digitais acabam seguindo mais para o PJ.

A segunda questão de resposta aberta perguntava aos jornalistas se, em suas visões, as condições de trabalho haviam melhorado ou piorado nos últimos anos. O lado positivo das respostas destacou o avanço tecnológico, que facilitou ao jornalista cumprir suas funções em locais dos mais diversos, seja em redação, *home office* ou realizando coberturas *in loco*. Porém, a maioria abordou o lado negativo, citando questões como “formação aquém do ideal”, “limitação imposta por assessorias de imprensa de clubes”, “confusão entre o que é jornalismo e o que é marketing”, “salários estagnados”, “desvalorização do trabalho com o sistema PJ”, “corte de gastos nos investimentos em coberturas”, “entrada dos influenciadores”. É interessante notar que a maioria dos pontos negativos apontados estão entre as questões discutidas neste artigo e também fazem parte do questionário.

No tópico seguinte, os jornalistas foram questionados sobre o uso de inteligência artificial no trabalho. 75,6% afirmaram que não utilizam esta tecnologia, contra 24,4% que usam. Foi solicitado aos que responderam positivamente para explicar como que empregam a IA, com respostas que citam o uso para correções ortográficas, formulações de legenda, traduções e junção de diversos releases em uma única matéria.

Quanto à forma de trabalho, mais da metade dos respondentes, 53,7%, responderam trabalhar em *home office*, contra 14,6% em redação. Os demais afirmaram fazer trabalho híbrido. Já sobre a cobertura *in loco* de eventos esportivos, 48,8% afirmaram fazer frequentemente, ante 26,8% de participação esporádica, 19,5% sempre, e 2,4% para raramente e nunca. Assim como em outras editorias, a cobertura *in loco* é um dispositivo essencial para uma melhor realização do trabalho jornalístico, já que ali você tem acesso direto às fontes, além de aproveitar o ambiente para buscar pautas diferenciadas sobre aquele assunto, buscando fugir de uma cobertura estandardizada.

Ainda sobre o trabalho dos veículos, o formulário questionava, em termos percentuais, o quanto que o veículo produzia seu próprio conteúdo, como resultado de apuração própria, sem o uso de releases e informações tiradas de outros veículos. Chama a atenção que a maior fatia, 34,1%, apontou que apenas de 20 a 40% do conteúdo é fruto de trabalho próprio. O maior percentual, de 80 a 100%, teve apenas 14,6% das respostas, enquanto o menos de 20% ficou na casa de 17,1%.

Esse é mais um reflexo da realidade contemporânea do trabalho jornalístico. O enxugamento das redações, junto com os arranjos independentes que surgiram ao longo da última década, criam uma situação de trabalho muito precarizada, onde o jornalista se vê limitado à redação ou ao *home office*, sem ter condições de realizar uma apuração própria. Neveu (2006) chama isso de "jornalista sentado", um esquema onde o jornalista produz conteúdos produzidos por outros, sem um trabalho próprio de contato com as fontes. Sua fonte passa a ser a matéria de outros veículos ou de releases produzidos por assessorias.

Esse dado corresponde com as respostas da pergunta seguinte. Quando questionados se o acesso às fontes está mais fácil ou difícil em comparação com a última década, 53,7% disseram ser mais difícil. Isso corrobora com a própria experiência do autor, que trabalha com jornalismo esportivo há mais de cinco anos, em um portal especializado em automobilismo. É notável que, atualmente, é preciso enfrentar mais barreiras das assessorias para conseguir uma entrevista com alguma fonte.

Por outro lado, chama a atenção o fato de que os respondentes acham que as assessorias de imprensa de clubes e atletas facilitam o trabalho, com 63,4% das respostas contra 36,6% dos que pensam o contrário. Apesar de dificultarem o acesso aos atletas, essa resposta pode estar ligada com a questão de que boa parte dos repórteres hoje não produzem seus próprios conteúdos, dependendo bastante dos releases oficiais para suas matérias.

O próximo bloco de perguntas tratou da relação dos jornalistas com as redes sociais. Mais de 90% dos respondentes afirmaram usar as redes sociais de forma frequente ou intensa, e 61% acreditam que elas aumentaram consideravelmente a carga de trabalho dos jornalistas ao longo da última década. E mesmo com essa importância das plataformas, quase 80% dos respondentes afirmaram não ter tido nenhum tipo de treinamento sobre o uso de redes sociais, tendo que aprender sozinhos suas características e potencialidades.

As últimas perguntas do bloco de redes sociais tratam de uma questão que vem ganhando destaque nos últimos anos, como citado no item anterior. 53,7% dos respondentes afirmaram já terem sofrido algum tipo de ataque nas redes sociais por parte de torcedores / fãs por causa de algum conteúdo que produziu. No mundo do jornalismo esportivo, isso é algo mais corriqueiro do que em outras editorias, com a questão da paixão do torcedor sendo um fator preponderante nestes ataques. Esses ataques, que variam em grau de ameaça, também surgem de uma miríade de possibilidades, como um jornalista criticar a atuação de um jogador em alguma partida de futebol, por exemplo.

Para fechar, puxando pela questão dos baixos salários, o último bloco de questões gira em torno da possibilidade de o jornalista esportivo ter outros empregos. Quase três quartos dos respondentes disseram ter mais de um emprego, com 48,8% afirmando ter mais um. Destes, 60% dizem ter um segundo trabalho ainda dentro da comunicação, com 40% em outras áreas. E 53,3% dos que têm mais de um emprego trabalham em áreas fora do esporte, o que mostra a necessidade do jornalista de buscar outros arranjos de sobrevivência, sejam eles dentro ou fora do mundo da comunicação.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS E PRÓXIMO PASSOS

Poucas profissões sofreram tantas metamorfoses, nos últimos vinte anos, quanto a dos jornalistas brasileiros. Transformações estruturais do capitalismo combinaram-se à política de expansão do ensino superior, à redemocratização do país e a mudanças na regulamentação profissional e produziram um ambiente em que se reconfiguraram por inteiro as possibilidades de atuação dos jornalistas. Como resultados, as dimensões da categoria se expandiram exponencialmente, diversificaram-se as áreas de atuação desses profissionais e alteraram-se competências e habilidades deles demandadas (Mick; Lima, 2013:15)

Como apontado pelos autores na citação acima, o jornalismo brasileiro passou por várias alterações nas últimas décadas. E entender como os profissionais se encontram neste momento é uma questão importante, de compreender como eles se adaptam a esta nova realidade.

O jornalismo esportivo, por mais que seja visto como uma área menor da profissão pelo mercado ou pela Academia, é uma das editorias que mais se modificou com a chegada do *online* à nossa realidade, aproveitando suas especificidades para se expandir no mundo digital. E por se tratar de uma área bastante próxima de seu público-alvo, possui características muito particulares, que precisam ser estudadas. Por isso acredita-se ser importante um estudo específico sobre as condições de trabalho do jornalista esportivo brasileiro.

Apesar de ser apenas um estudo piloto, esta pesquisa já apontou algumas tendências preocupantes do trabalho jornalístico, como a precarização da profissão chegando a tal ponto que força os jornalistas a buscarem fontes de renda alternativas. A questão dos ataques nas redes sociais também é um ponto de alerta, mostrando o quão vulnerável a profissão é. E a quantidade de trabalhadores PJ mostram a principal face dessa precarização, com o jornalista perdendo seus direitos trabalhistas, uma salvaguarda que existe há décadas no país.

Porém, este trabalho serviu como um ponto de partida para uma pesquisa mais ampla, que possa atingir uma quantidade mais representativa de jornalistas esportivos brasileiros no futuro. Mesmo assim, o questionário aplicado já aponta para alguns pontos de melhoria, como por exemplo um recorte de gênero. Mesmo com um certo avanço nos últimos anos, o jornalismo esportivo segue sendo um campo muito masculinizado, e, ao longo dos anos, vimos diversos relatos de ataques sofridos por mulheres que trabalham na área.

Em 2018, diversos profissionais lançaram um manifesto chamado *#DeixaElaTrabalhar*, contra os ataques sofridos pelas jornalistas em seus locais de trabalho. O movimento ganhou muita força nas redes sociais, com nomes importantes do mundo esportivo se manifestando a favor dele. Mas, sete anos depois, apesar de uma presença feminina maior, os ataques continuam. Por isso é importante estudar diretamente esta fatia dos profissionais.

Outros recortes que precisam ser melhor estudados estão nos arranjos contemporâneos do trabalho jornalístico. Com o enxugamento das redações, dois tipos de profissionais ganharam força: os freelancers, que são contratados para a produção de pautas específicas, para cobertura de eventos delimitados ou mesmo de forma temporária, e os empreendedores, que cansaram da realidade das redações e resolveram criar seus próprios negócios. É preciso compreender também a realidade destes profissionais e como eles se situam dentro desse universo.

Para fechar, este último ponto foi citado no artigo, porém, não abordado no formulário: a formação dos profissionais. Com a retirada da obrigatoriedade do diploma de jornalista, é preciso compreender como isso modificou o panorama da profissão, em especial no campo esportivo, onde a paixão tem um papel fundamental no processo de entrada.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo; BASSO, Pietro; PEROCCO, Fabio. "O trabalho digital, seus significados e seus efeitos no quadro do capitalismo pandêmico". In: ANTUNES, Ricardo (org). *Icebergs à deriva. O trabalho nas plataformas digitais*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2023

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. *Monitoramento de ataques a jornalistas no Brasil*. São Paulo: Abraji, 2021. Disponível em: https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/publication_info/details_file/e8854cf1-3ab3-46ea-8573-0137090e0a6f/Relato_rio_Monitoramento_de_ataques_a_Jornalistas_no_Brasil_02.05.2022.pdf. Acesso em: 07 jan. 2025

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. *Manual do Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Contexto, 2013

BARROS, Janaina Visibeli; MARQUES, Ana Flávia; KINOSHITA, Jamir; MOLIANI, João Augusto; DA SILVA, Naiana Rodrigues; GROHMANN, Rafael. "A Plataformização do trabalho jornalístico: dimensões, regime de publicação e agenda de pesquisa". *Avatares de la comunicación y la cultura*, n. 21 / jun. 2021

CANHOTA, Carlos. "Qual a importância do estudo piloto?" In: SILVA, Eugénia Enes da (org.). *Investigação passo a passo: Perguntas e Respostas Essenciais para a Investigação Clínica*. Lisboa: APMCG, 2008

COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004

DELFANTI, Alessandro. *Amazon: Trabalhadores e Robôs*. Campinas: Editora da Unicamp, 2023

ESSENFELDER, Renato. SANT'ANNA, Emílio. ""Inteligência Artificial aplicada ao Jornalismo no Brasil: experiências e obstáculos à adoção de tecnologias inteligentes. In: CANAVILHAS, João et al. *Mobilidade de Inteligência Artificial: Os novos caminhos do Jornalismo*. Covilhã: Labcom Comunicação e Artes, 2022

FREITAS, Lorrana Rodrigues; RAMOS, Daniela Osvald. "Aproximações entre a plataformização do jornalismo e a pejetização do trabalho de jornalistas". In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 46, 2023, Belo Horizonte, MG. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2023

GRAEFE, Andreas. *Guide to Automated Journalism*. Nova York: Tow Center for Digital Journalism, 2016. Disponível em: https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_automated_journalism.php. Acesso em: 05 jan. 2025

GRAHAM, Mark; ANWAR, Mohammed. "The global gig economy: Towards a planetary labour market?". *First Monday*, v. 24 / n. 4 / Abril de 2019

GURGEL, Anderson. "Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos". *Motrivivência*, Florianópolis, n. 32-33 / Julho-Dezembro de 2009, p. 193-210

GURGEL, Anderson. "O papel do jornalismo nos megaeventos esportivos". In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, 2012, Fortaleza, CE. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2012

JURNO, Amanda Chevtchouk; D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. "Facebook e a plataformação do jornalismo: um olhar para os Instant Articles". *Revisra Eptic*, v. 22 / n. 1 / Janeiro-Abril de 2020, p. 179-196

LIMA, Samuel; MICK, Jacques *et al.* *Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho*. Florianópolis: Quórum Comunicações, 2022

LONGO, Guilherme Gonçalves. *A Cobertura das Paralimpíadas Rio-2016 na Imprensa Brasileira*. 2019. 211 p. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. *Perfil do jornalista brasileiro: Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*. Florianópolis: Insular, 2013

MOROZOV, Evgeny. *Big Tech – A Ascensão dos Dados e a Morte da Política*. São Paulo: Ubu Editora, 2018

NEVEU, Erick. *Sociologia do jornalismo*. São Paulo: Loyola, 2006

NICOLETTI, Janara; FÍGARO, Roseli. "Plataformização do trabalho dos jornalistas: uma outra face da precarização". In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 20, 2022, Fortaleza, CE. *Anais...* São Paulo: SBPJor, 2022

PENA, Felipe. *Jornalismo - Coleção 1000 Perguntas*. Rio de Janeiro: Editora Rio-Universidade Estácio de Sá, 2005

SALVAGNI, Julice; VERONESE, Marília; FÍGARO, Roseli. Plataformas digitais: o retrato contemporâneo da exploração no trabalho e os desafios à saúde do trabalhador. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, v. 50, 2025

SILVA, Cláudio. *A precarização da atividade jornalística e o avanço da pejetização*. 2014. 215 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação - Área Jornalismo e Sociedade), Programa de Pós-

Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2014

SOUSA, Nadiégida Batista de; TONDATO, Marcia Perencin. “Plataformização no jornalismo: como as ferramentas de Inteligência Artificial têm influenciado a produção das notícias”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 47, 2024, Balneário Camboriú, SC. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2024

TUBINO, Manoel José Gomes; TUBINO, Fábio Mazon; GARRIDO, Fernando Antônio Cardoso. *Dicionário Enciclopédico Tubino do Esporte*. São Paulo: SENAC, 2007

VAN DJICK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. *The Platform Society – Public Values in a Connective World*. Nova York: Oxford University, 2018

WINSTON, Patrick Henry. *Artificial Intelligence. 3rd Edition*. Boston: Addison-Wesley, 1992