

Ângela Teixeira de Moraes
(organizadora)

MERCADO DE TRABALHO JORNALÍSTICO

as mudanças e os desafios no
contexto regional e local

Cegraf UFG



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

Reitora

Angelita Pereira de Lima

Vice-Reitor

Jesiel Freitas Carvalho

Diretora do Cegraf UFG

Maria Lucia Kons

CONSELHO EDITORIAL DESTE LIVRO

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer - Universidade Federal de Goiás

Ana Rita Vidica Fernandes - Universidade Federal de Goiás

Andréa Pereira dos Santos - Universidade Federal de Goiás

Claudemilson Fernandes Braga - Universidade Federal de Sergipe

Daniel Christino - Universidade Federal de Goiás

José Luiz Braga - Universidade Federal de Goiás

Luiz Carlos Fernandes – Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Luiz Antônio Signates Freiras – Universidade Federal de Goiás

Magno Luiz Medeiros - Universidade Federal de Goiás

Rogério Pereira Borges – Universidade Federal de Goiás e Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Rosana Maria Ribeiro Borges - Universidade Federal de Goiás

Simone Antoniaci Tuzzo - Universidade da Maia - Portugal

Tiago Mainieri de Oliveira - Universidade Federal de Goiás

Ângela Teixeira de Moraes
(organizadora)

**MERCADO DE
TRABALHO
JORNALÍSTICO**
as mudanças e os desafios
no contexto regional e local

1ª edição

Goiânia
2025

Cegraf UFG

© 2025 Ângela Teixeira de Moraes (org.)

© 2025 Cegraf UFG

Capa, projeto gráfico e editoração

Géssica Marques de Paulo

Imagem de capa

Shutterstock

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Mercado de trabalho jornalístico [livro eletrônico] : as mudanças e os desafios no contexto regional e local / Ângela Teixeira de Moraes, organizadora. -- 1. ed. -- Goiânia, GO : Cegraf UFG, 2025.

PDF

Vários autores.

Bibliografia.

ISBN 978-85-495-1174-4

1. Jornalismo 2. Jornalismo - Aspectos sociais
3. Mercado de trabalho I. Moraes, Ângela Teixeira de.

25-284129

CDD-070

Índices para catálogo sistemático:

1. Jornalismo 070

Eliete Marques da Silva - Bibliotecária - CRB-8/9380

SUMÁRIO

- 8** **Apresentação**
- 11** **Jornalismo na Web: habilidades e competências na era digital**
Ana Julia Silva Sena | Andresa Cardoso dos Santos
Gabriel Fróes Brandão Marques | Gilnara Peixoto Batista
Pedro Augusto Teixeira de Souza | Ricardo Wallison de Souza Lima
- 33** **Como a tecnologia digital afetou as rotinas de produção e o mercado de trabalho**
Ana Luíza Ferreira Alves | Isadora Martins de Andrada | Júlia Laiany de Lima Costa
Rafaela Nogueira Cirqueira | Tayná Aparecida Sousa de Freitas
- 54** **Jornalismo no Instagram: estudo comparativo entre *Mais Goiás* e *O Popular***
Alexia Martins Finazzi | Fernanda de Aguiar Câmara
Isaac de Souza Mendes | Júlia da Costa Mendes
Maria Eduarda Correia Rodrigues Leão | Marisa de Paiva Machado
Elias Lelis | Rafael David Noletto

72 **Jornalismo investigativo em Goiás: poucos investimentos e perseguições**

Guilherme Martins de Moraes | Marcos Vinicius Oliveira Borges

95 **Jornalismo independente: sustentabilidade ainda é o maior desafio**

Ana Luíza Lima dos Santos | Guilherme Américo Rodrigues
Isadora Martins Otto

115 **Jornalismo político regional: do prestígio ao desinteresse profissional**

Amanda Vieira Marinho Dutra | Lavínia Dornellas Valadão
Letícia Carvalho Veloso Viana | Lucas Caetano Alves Pereira
Pedro Marinho Viana | Sarah Alice Borges dos Santos Pereira

139 **O olhar por trás das câmeras: o mercado do fotojornalismo regional**

Anna Letícia Gomes de Azevedo | Anna Luiza Feitosa Fernandes
Bartolomeu Pereira Lima Neto | Gabriela Gomes Diniz
Larissa Gonçalves de Oliveira | Rainne Alexandra Gomes Guimarães
Renata Silva Akutsu

163 **Diploma vs experiência: as especificidades do jornalismo esportivo em Goiás**

Gabriel Antonelly de Siqueira | Guilherme de Carvalho Oliveira
João Henrick de Oliveira Camargos

190 **O avanço da “pejotização” em Goiânia: perda de direitos e precarização**

Amanda Chaves | Bruna Alves | Everton Antunes | Marcos Henrique
Sofia Santiago | Stefane Amaro | Teresa Prado

214 **Jornalismo: a profissão está se deteriorando?**

Adan Filipi de Jesus Neto | Anna Letícia Epaminondas Saraiva
Lara Fabian Costa e Silva Guimarães | Maria Eduarda Arruda de Sousa
Valto Alves Leão Filho

238 A relação de poder entre contratantes e contratados: as diferenças de acordo com o vínculo de trabalho

Amanda Gabriele Souza Lima | Hayane Rafaela Bonfim Cardoso Oliveira

Iara Brito de Souza | Isis Borges Figueira

Otávio Augusto Ribeiro dos Santos | Samanta Silva do Nascimento

260 O consumo de notícias jornalísticas: um recorte regional por faixas etárias

Ana Júlia da Cruz Costa | Anna Clara Pereira Rodrigues

Guilherme Gonçalves Borges | João Vitor de Jesus Pimentel

Julia Ayumi Kuramoto Kubo | Luanna Oliveira Souza

APRESENTAÇÃO

Este e-book reúne uma coletânea de artigos produzidos pelos alunos do curso de jornalismo da Universidade Federal de Goiás dentro da disciplina Iniciação Científica. São frutos de pesquisas realizadas sobre o mercado de trabalho local e regional em jornalismo durante os anos de 2023 e 2024.

A motivação para essas pesquisas deveu-se à necessidade de os estudantes compreenderem melhor as condições, as oportunidades e os desafios que os esperam após a conclusão da graduação e, ao mesmo tempo, ingressá-los no campo da pesquisa científica. E, nesse último sentido, motivá-los a seguirem também a carreira acadêmica.

No plano institucional, a Universidade Federal de Goiás e o Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) sempre incentivaram a formação de novos pesquisadores desde a graduação por meio de projetos de Iniciação Científica. Pois se compreende que, para além da formação técnica, é preciso consolidar os fundamentos teóricos do jornalismo e da comunicação, e trabalhar com a produção de novos conhecimentos por meio da pesquisa.

Faz parte das finalidades do PPGCOM estreitar a integração entre graduação e pós-graduação. Neste caso específico, a temática do livro gera importantes subsídios para pesquisas futuras, visto que as mudanças pelas quais passam o jornalismo, dispositivo comunicacional importante na história das pesquisas do Programa, impactam sobremaneira na qualidade das produções noticiosas. E isso gera conhecimento relevante para a linha de pesquisa Mídia e Cidadania, cujos projetos tomam empiricamente o jornalismo como objeto de conhecimento.

Neste livro, os leitores poderão entrar em contato com pesquisas essencialmente exploratórias, predominantemente qualitativas e baseadas, grande parte, em entrevistas em profundidade. A temática não só atende ao interesse imediato dos estudantes da graduação, mas supre uma lacuna de informações e identificação de cenários pouco explorados no contexto regional e local.

Ele também complementa informações importantes levantadas na obra *Perfil do Jornalista do Centro-Oeste 2023*,¹ cuja pesquisa contou com outro docente do PPGCOM, o professor Dr. Rogério Borges. Nesse trabalho, os dados foram coletados em Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e o Distrito Federal, trazendo descrições importantes sobre o trabalho jornalístico, mas sem adentar de modo pormenorizado em cada estado. Como este e-book recorta do estado de Goiás, situações mais específicas emergem no estudo e complementa a obra citada.

Como já apontado em várias pesquisas, o jornalismo passa por significativas mudanças do ponto de vista estrutural da profissão.

1 Perfil do jornalista do Centro-Oeste 2023: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho / Samuel Pantoja Lima (Coord. Geral); Fernanda Vasques Ferreira ... [et al.]. – 1. ed. Florianópolis : Quorum Comunicação, 2023.

O avanço das novas tecnologias da comunicação e da informação acentuaram rapidamente as transformações no campo, o que requer relatos diagnósticos mais precisos e análises reflexivas sobre os rumos do jornalismo, especialmente o regional.

Aqui será possível vislumbrar dados sobre as novas competências e habilidades exigidas aos novos profissionais, as diferentes formas de vínculos contratuais, as reconfigurações do jornalismo tradicional diante da ascensão do digital, o empreendedorismo, o jornalismo independente, esportivo e político, a questão da não obrigatoriedade do diploma para jornalistas e outras questões emergentes.

Esperamos, com isso, contribuir com a comunidade acadêmica na direção de novos olhares para o ensino e a pesquisa sobre a profissão, ofertando um feedback sobre a realidade na qual vivem os profissionais de jornalismo. Assim, o PPGCOM dialoga com o mercado de trabalho, construindo conhecimento importante por meio de pesquisas empíricas, e fortalecendo o campo científico goiano com uma política de formação já na graduação.

A organizadora

JORNALISMO NA WEB: HABILIDADES E COMPETÊNCIAS NA ERA DIGITAL

Ana Julia Silva Sena | Andresa Cardoso dos Santos

Gabriel Fróes Brandão Marques | Gilnara Peixoto Batista

Pedro Augusto Teixeira de Souza | Ricardo Wallison de Souza Lima

Introdução

A ciberdade trazida pela revolução digital transformou as relações sociais e o mercado de trabalho jornalístico. A forma pela qual a sociedade consome e produz conteúdo noticioso foi inteiramente modificada, de modo que as demandas informacionais se tornaram reféns do imediatismo, da narração sintética do fato e da circulação rápida de dados. Nesse sentido, as exigências profissionais do jornalista na atualidade também se transmutaram. Não se trata, somente, de saber produzir notícia, é preciso estar versado em diversas tecnologias e áreas da comunicação para, com isso, manter-se competitivo e valoroso dentro da sua profissão (Canavilhas, 2014).

Portanto, investigar as competências e as habilidades técnicas emergentes é fundamental para que se possa compreendê-las, permitindo que os trabalhadores e futuros atuantes estejam atualizados, como também a própria academia em seus currículos. A escassez de trabalhos acadêmicos sobre o tema no cenário goiano, aliada à constatação de que os estudos existentes não conseguem acompanhar o ritmo acelerado do desenvolvimento dessas atribuições no estado, são o que motivam esta pesquisa.

Com o potencial de elucidar mais profundamente as condições atuais do mercado jornalístico em Goiás, o estudo identifica quais conhecimentos técnicos e humanos são demandados dos jornalistas goianos no contexto do webjornalismo. Além disso, verifica-se quais as ferramentas tecnológicas estão presentes no fazer jornalístico contemporâneo, tanto físicas quanto eletrônicas, e descreve-se o perfil do profissional de jornalismo em termos gerais, mais próximo de um profissional transdisciplinar da comunicação de que alguém especializado em produção noticiosa. Procurou-se, com o estudo, responder à questão-problema: como as competências e habilidades do jornalista goiano se modificaram (ou se modificam, no presente), com o avanço das tecnologias digitais da comunicação?

De natureza qualitativa, a pesquisa se apoia, primeiro, em levantamento bibliográfico para melhor compreensão da temática. Em um segundo momento, parte-se para as entrevistas em profundidade, com o auxílio do roteiro-tópico e questionário com perguntas abertas. As entrevistas foram, em sua maioria, remotas, através da plataforma Zoom, e gravadas após a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Apenas uma entrevista foi conduzida presencialmente. As transcrições foram realizadas após a

coleta, priorizando as informações relevantes para o projeto, sendo o período em que os encontros aconteceram entre novembro e dezembro de 2023. Os entrevistados vão desde jornalistas atuantes na área, seja em veículos grandes ou canais de comunicação em geral, como também pessoas que estão no mercado independente e ex-atuantes cuja experiência de trabalho é recente. Adotou-se pseudônimos a fim de garantir o anonimato das fontes. Elas são:

FIGURA 1 – Perfil dos entrevistados

ENTREVISTADO	DESCRIÇÃO
JOÃO	Graduando de jornalismo pela Estácio, modalidade EAD, atuante no cenário do jornalismo cultural.
PAULO	Redator digital e home officer, atua há 15 anos na área. Já foi jornalista de impressos e portais, tendo passado, também, pela CASAG como assessor de imprensa.
BEATRIZ	Com quase 10 anos de carreira e graduada pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás, trabalhou em São Paulo, Rio de Janeiro, Goiás e Recife.
CELINA	Atua há 26 anos na profissão. Já trabalhou no portal G1 Goiás por 3 anos. Nos últimos 5, está na Secretaria de Comunicação da UFG, enquanto diretora do núcleo de jornalismo.
SANDRO	Professor universitário do curso de Jornalismo na Universidade Federal de Goiás (UFG), também graduado e mestre na mesma instituição. Doutor pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Também atua como assessor de imprensa.
HEITOR	Graduado pela Universidade Federal de Goiás (UFG), já atuou em jornais impressos como o Diário da Manhã e o Tribuna do Planalto, e na televisão para a TV Anhanguera e a TV Record. Mais recentemente, trabalhou na Secretaria de Comunicação da UFG

ENTREVISTADO	DESCRIÇÃO
LÚCIA	Graduada pela Universidade Federal de Goiás, já trabalhou na rádio CBN Goiânia, na TV Serra Dourada, e, mais recentemente na Secretaria de Comunicação da UFG. Atualmente, é professora de graduação em Jornalismo da UFG.
KARLA	Se formou em jornalismo pela Universidade Federal de Goiás. Já foi redatora do portal G1 e, atualmente, é produtora da TV Anhanguera.
SÔNIA	Graduada pela Universidade Federal de Goiás, com 16 anos de profissão, atualmente é chefe setorial de comunicação em repartição pública.
ROBERTO	Mais de 30 anos de profissão, já trabalhou em âmbito público e privado, atuando em jornal impresso, televisão, rádio, assessoria de imprensa e como professor de Jornalismo.
ANTÔNIA	Atuou como redatora digital pelo Boletim Goiás, como repórter pela TV Brasil Central, como jornalista no Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico, assim como jornalista e social mídia atualmente pela OAB CASAG.

Fonte: Os Autores

Junto às entrevistas, de modo a conseguir melhor sistematização e visualização dos dados, foram elaborados quadros categoriais. O artigo é dividido em seis seções temáticas, sendo a primeira um panorama do paradigma da web e suas relações com o jornalismo na contemporaneidade; a segunda, uma inferência sobre a passagem da informação ao status de “infotainment” mercadológico; a terceira, uma descrição geral sobre o perfil do jornalista digital em Goiás; a quarta, uma exposição das habilidades técnicas que os entrevistados citaram; a quinta já aborda a respeito das competências humanas;

e a sexta se refere às ferramentas eletrônicas e equipamentos físicos usados pelos profissionais em seu cotidiano de trabalho.

Com isso, afere-se que os jornalistas goianos que operam no jornalismo cibernético têm um caráter multifacetado, transmidiático e entrecruzado com outras profissões, sendo exigido deles adaptabilidade, criatividade e aprendizagem constantes. Por fim, delinea-se alguns caminhos para que as universidades goianas elaborem grades curriculares mais atualizadas e coerentes com a realidade do mercado ciber.

1. A sociedade conectada

No início deste século, pensou-se que o jornalismo na web seria apenas um modelo híbrido que unisse informática e produção de notícias. Hoje, contudo, à medida que a tecnologia continua a evoluir, testemunhamos uma metamorfose na maneira como as notícias são concebidas, consumidas e compartilhadas. A velocidade da informação tornou-se crucial, levando a uma pressão constante por atualização e cobertura em tempo real. A transição para o ambiente digital não foi apenas uma questão técnica, mas também uma transformação cultural e editorial. Os jornais tiveram que repensar suas estratégias de produção, distribuição e, acima de tudo, a forma como contam as notícias. O campo da Internet demanda uma resposta rápida, e o jornalismo online começou a se distanciar do modelo tradicional baseado em edições diárias ou semanais.

Nesse novo contexto, a interatividade assume um papel central. Plataformas digitais, além de exigirem adaptações por parte dos profissionais do jornalismo, permitem uma participação mais ativa do público, que não é mais um mero receptor passivo, mas um colaborador potencial na construção e disseminação das notícias.

Isso acontece pois, segundo Castells (2011), a tecnologia mobile permite que os leitores disponham da notícia ao alcance da sua mão, através de aparelhos celulares e smartphones que se tornam cada dia mais onipresentes. Esse facilitador permite que a audiência desempenhe papel ativo.

Em Goiás, de acordo com Moraes e Machado (2017), o jornalismo de referência, representado pelas empresas privadas, passa por transformações por conta das tecnologias da informação e comunicação, já que o modelo tradicional de sustentação não consegue manter números lucrativos. O comportamento e as preferências da audiência mudaram, o que leva as empresas regionais a mudarem o foco dos seus negócios para poderem se manter no mercado. Assim, uma série de alterações foi e é necessária de maneira a manter a legitimidade do jornalismo nos canais digitais. É nessa recente configuração que se assentam as demandas profissionais.

2. Informação e entretenimento

Nesse panorama, a produção e consumo de informação se modificam. Falcão (2011) destaca a existência de uma reconfiguração dos produtos de mídia onde imagem, som e texto se recombina, desafiando a percepção e a atenção dos usuários conectados. O jornalismo na Web, concentrado na figura dos sites especializados e redes sociais, passa a dispensar a leitura linear. No contexto cibernético, todo o trabalho anterior à difusão do fato é pensado de modo a atender as exigências, requisitos e formatações que as plataformas e páginas da web demandam (Falcão, 2011).

A autora também destaca a ideia de que, na contemporaneidade, informação e entretenimento se conjugam de maneira mútua. As fronteiras entre esses tipos de conteúdo encontram próximas

a seu fim. “A relação do homem com a diversão se dá de forma tão intrínseca a seu cotidiano que este fenômeno representa menos uma fuga da vida, ou atividade temporária, e mais uma ação permanente” (Falcão, 2011, p. 2). Trata-se de um novo modelo de criação, veiculação e consumo: o “infotainment”.

Desse modo, o conteúdo digital, inserido nessa cibercultura do informar e divertir, está condicionado também por um novo tipo de consumidor, que retém um número reduzido de dados, ao focar em aspectos interacionais do texto verbal e não verbal. Tem-se a figura do “leitor imersivo” (Santaella, 2004), que se guia em ziguezague pela página do site, ou, no caso do feed das redes sociais, que tanto faz uma leitura na horizontal, quanto na vertical, usando o dedo para rolagem, porém inteirado nos campos visuais e iconográficos que lhe chamam a atenção. Além disso, de acordo com Dalmonte (2009), citando Nielsen (1997), o jornalismo na web extrapola conceitos tradicionais como o da pirâmide invertida e do lide, pois este está diluído nos hipertextos e parágrafos das linguagens textuais e visuais.

As respostas dos entrevistados para esta pesquisa confirmam essas ideias, ao proporem que, no mundo digitalizado, informação também se tornou uma mercadoria à venda nas vitrines digitais.

PAULO: A sensação é de que agora a gente também tá vendendo conteúdo. Com as propagandas programadas, os portais monetizam muito em cima disso, então é importante ter gente ali o tempo inteiro acessando o seu portal. Quanto mais cliques, mais views, você vai monetizar em cima daquelas propagandas que vão aparecendo no seu site, mas também [vai] fazer com que as pessoas leiam o seu texto e fiquem por

um tempo satisfatório no link. Hoje, o jornalismo é mais um conteúdo nesse universo que virou a Internet.

A fala de Paulo coincide com a de Beatriz, outra das entrevistadas. Para a jornalista, grandes veículos de comunicação viraram mercadoria a fim de atrair o leitor que, muitas vezes, não passa da manchete do texto. “Você precisa saber escrever uma legenda que depois vai ser transformada em texto, porque ninguém vai abrir o site para ler aquilo. Ou seja, é muito mais sobre marketing do que sobre jornalismo”.

Para Karla, produtora da TV Anhanguera, a mistura de informação e entretenimento é o resultado do que o público quer ler. Quando a profissional trabalhava no G1 Goiás, por exemplo, o Google Analytics (ferramenta de métricas) era um aliado para entender o que chamaria atenção da audiência.

KARLA: Você tem um assunto X que interessa ao público e, se você viu que ele interessou, você pode, através dele, puxar outros ganchos de reportagem. Isso acontece muito no digital e na TV também, porque significa o que as pessoas querem. Queremos levar informação para o público e a informação é o que ele quer ver, certo? Então, se a gente vê que o público gostou de algo, levamos mais informação sobre isso para ele, o que vai interessá-lo. Então a gente está fazendo nosso trabalho, que é gerar informação, trazer conhecimento de um assunto que o público quer ver. A gente foca no que precisamos noticiar.

O infotimento é mais conhecido dentro do jornalismo esportivo e no jornalismo de celebridades, mas pode estar em qualquer editoria, inclusive na política, segundo os entrevistados.

3. Perfil do jornalista digital: funções, habilidades e competências

Nas entrevistas, foram identificadas as atribuições do profissional de jornalismo em âmbito digital, sobressaindo a característica multidisciplinar, pois habilidades técnicas de outras áreas do conhecimento se entrecruzam com aquelas consideradas tradicionais. Nesse sentido, funções isoladas como a do redator e a do repórter assumem outra postura, multifacetada e multimodal. Assiste-se também ao crescimento de outros cargos, a exemplo do redator digital, do *social media* e do produtor de conteúdo digital, sendo que este último reúne conhecimentos técnicos de vários campos simultaneamente. A partir do perfil dos entrevistados, percebeu-se que há ainda o fenômeno de que o jornalista da web, por vezes, não atua enquanto produtor ou veiculador de notícias em seu sentido estrito, mas pode fazer jornalismo através de meios independentes e gerenciar a comunicação de maneiras distintas, ao construir um repertório de habilidades conjugadas.

Um exemplo dessa conjuntura encontra-se no trabalho de João. Ainda graduando, seu trabalho atual é de produtor de conteúdo autônomo para seu blog, redes sociais e podcast. Sua atuação pode ser lida como a de jornalista cultural mediante esses canais e depende, neste caso, de uma formação anterior como webdesigner, onde o profissional converge as habilidades que possui para elaborar conteúdos que sejam atrativos no formato sonoro do podcast e na reportagem multimídia para o blog. Outro exemplo se trata de Beatriz, jornalista independente, criadora de um jornal online e podcast goianos. Além de ser dona do próprio negócio, faz trabalhos freelancer como fotojornalista e também repórter para veículos como Veja, Caras e Diário de Pernambuco.

O termo “habilidade” costuma se referir ao uso prático de algum conhecimento. Seu emprego na vida cotidiana pode ser definido como “desempenho de habilidades”, conforme Grugulis e Stoyanova (2011) destacam. Tal característica pode ou não estar alinhada às concepções normativas do papel do jornalismo na sociedade. Na era digital, apesar de o perfil do jornalista se fundamentar enquanto transmídia e transdisciplinar, também é explorado em diferentes níveis pelo espaço de trabalho, cargo e as condições de atuação do cotidiano. Com isso, as habilidades requisitadas podem ser tanto gerais, uma vez que o profissional jornalístico fala para a sociedade interconexa, quanto específicas, dada a diversidade de funções e locais.

Os relatos colhidos com as entrevistas corroboram essa variabilidade. Para abrangê-la e ainda conceber e sistematizá-la, organizou-se um quadro categorial com as habilidades mencionadas pelos profissionais. As habilidades abrangem tanto aquelas que os jornalistas já dispunham em seu repertório de vida e aquelas que precisaram desenvolver ao longo da sua atuação, compondo um processo de aprendizagem e absorção por demanda do mercado.

Figura 2 - Panorama de habilidades aferido com as entrevistas

ENTREVISTADOS	CARGO QUE ATUOU / ATUA	HABILIDADE QUE DESENVOLVEU	HABILIDADES QUE JÁ DISPUNHA
João	Social Mídia / Produtor de conteúdo independente	Diálogo / Marketing Digital / Edição de áudio e vídeo	WebDesign / fotografia / redação para blogs
Paulo	Jornalista de Impresso / Redator digital / Freelancer	Marketing Digital / linguagem de programação / comunicação digital / edição de imagem	Redação para blogs / edição de áudio e vídeo / fotografia
Beatriz	Repórter de TV e impresso / Fotorepórter / Redatora digital / Assessora de imprensa / Analista de mídias sociais / Jornalista independente	Uso de ferramentas digitais / comunicação digital / edição de vídeo e imagem / marketing digital	Fotografia / gravação de vídeo / redação para web, impresso e rádio
Celina	Repórter de Portal Digital / Assessora de Imprensa / Freelancer	Comunicação empresarial / comunicação interna /	Escrita jornalística / edição / fotografia / entrevista jornalística
Sandro	Professor universitário/ Assessor de imprensa/ Jornalista Web	Criatividade/ Dispositivos digitais	Ferramentas digitais
Heitor	Repórter de TV e impresso / Produtor de TV / Assessor de imprensa	Uso de ferramentas digitais / domínio das redes sociais	Relacionamento em equipe / adaptabilidade aos formatos
Lúcia	Jornalista de rádio e de TV / Social Media	Uso das redes sociais / Locução natural / Uso de ferramentas digitais	Criatividade / Locução jornalística
Karla	Redatora digital / Assessora de imprensa / Produtora de TV	Uso de ferramentas digitais / Apuração de fatos / Edição de imagem	Relacionamento em equipe / ética e empatia / redação para web
Magali	Assessora de imprensa / Produtora de TV / Produtora de marketing / Gerente de projetos / Gerente de planejamento	Marketing Digital / gerenciamento de grupos e pessoas / gravação e edição de vídeo / monitoramento de métricas	Relacionamento em equipe / ética e empatia / jornalismo online / copywriting /
Sônia	Produtora / Assessora / Freelancer	Aprendizados com novos aplicativos / criatividade / diagramação / gerenciamento de redes	Texto jornalístico / adaptabilidade aos formatos / noção de texto para WEB
Roberto	Professor de jornalismo / Assessor de imprensa	Criatividade / criticidade / aprendizado das novas tecnologias	Redação para impresso e rádio
Antônia	Redatora digital / Repórter de TV / Social Media	Proatividade / Oratória / Entrevista / Storytelling / Redação para Web	Criatividade / Empatia / Networking

Fonte: os autores.

De acordo com Klieme *et al* (2008, p. 7), a formação de competências é orientada pelas demandas específicas da vida real. Ou seja, são dinâmicas que evoluem de acordo com as necessidades e desafios que diferentes profissionais são submetidos. Portanto, a competência jornalística pode ser considerada como um domínio de que inclui um processo de aprendizagem e mesmo traços de personalidade.

Partindo desse raciocínio, as respostas dos entrevistados assumem um grau de similaridade. Quando perguntados a respeito desse tópico, grande parte dos jornalistas contou um pequeno relato em detrimento de citar diretamente as competências referidas. De acordo com esses relatos, é possível agrupar cada competência em pequenos itens gerais. Os trechos de fala auxiliam a corroborar essa inferência, como se verá a seguir.

3.1 Criatividade

Ser criativo e produzir conteúdos capazes de gerar engajamento no público foram aspectos citados. Lúcia, ao atuar na Secretária de Comunicação da Universidade Federal de Goiás, especialmente no âmbito das redes sociais da instituição, conta que era necessário passar algum tempo no Twitter a fim de analisar as trendings do momento e construir postagens semelhantes para os perfis institucionais. Ela diz que era necessário somar três fatores. “A gente não podia também deixar de seguir certas regras do Português, pensar na imagem da instituição e, ao mesmo tempo, interagir com o público”.

Em paralelo, Sônia revela que a criatividade é exigida em diferentes campos. Nas empresas privadas de pequeno porte, que ela cita como exemplo, requer-se do jornalista uma série de funções que estão além da produção noticiosa. Nesse sentido, o trabalhador assume o papel de um comunicador geral da organização, e

não somente de alguém capaz de escrever notícias, reportagens e outros gêneros jornalísticos. “Quando eu comecei a trabalhar no sindicato, só tinha eu da comunicação no lugar. Eu tinha que fazer e diagramar os informativos, fazer gerenciamento de redes sociais, mural de fotos, etc”.

Já Sandro ressalta que a criatividade pode ser um diferencial. “A luta atual ainda é o jornalismo entender que se precisa de conteúdo original pra essas plataformas”. Dessa forma, com o exercício da originalidade, é possível alcançar mais reputação e mais audiência, pois os internautas são atraídos pelo novo, pelo que ainda não foi feito ou por aquilo que já está em tramitação, mas recebe distintas abordagens.

3.2 Adaptabilidade

A adaptação, seja para lidar com ferramentas específicas, produzir informação ou começar no mercado, esteve presente na maioria das respostas. Lúcia, cuja experiência advinha do telejornalismo, diz ter sido preciso adaptar suas noções videográficas e linguísticas para construir reels relevantes e alimentar o perfil da universidade onde trabalhou. “A locução que eu que eu aprendi a fazer era a locução jornalística, e quando você vai produzir reels você tem que usar uma locução mais natural, não ficar tão formatado, tão profissional”.

Paulo, ao atuar por quase dois anos no portal de notícias Metrôpoles e, entre 2019 e 2021, no Portal Uol, destaca ter sido preciso adaptar-se aos trâmites da redação digital.

PAULO: A gente experimentava muito para saber como era o comportamento da audiência no dia a dia. Tive que aprender a escrever textos com parágrafos curtos. No máximo, três linhas, quatro linhas, não podia passar disso. E ser

muito direto na comunicação para que o leitor tenha uma leitura rápida. Isso tudo segue uma lógica muito digital: o parágrafo curto, por exemplo, tem muito a ver com a leitura mobile, das pessoas que leem pelo celular. Depois eu parei pra perceber, e de fato é isso: quando você tá no celular, você tá lendo uma matéria, se o parágrafo é muito longo, a tendência de você perder a atenção ou concentração ou ir para outra coisa é muito grande. A coisa tem que ser rápida e tem que dar aquela sensação de que a pessoa tá lendo o conteúdo rapidamente.

O entrevistado ainda elenca alguns conhecimentos sobre dados de performance e construção textual, elementos que são lidos como estratégias de marketing. “Aí seguem as regras de SEO, que você tem que trabalhar com palavras-chave, tem que trabalhar com tags e tentar construir um texto que vai rankear, que a performance dele no Google, nos mecanismos de busca, no site de busca, vai ser bacana”.

Os outros entrevistados evidenciam situações semelhantes. Roberto, ao sair da faculdade, encontrou dificuldades que o motivaram a aprender e se adaptar às ferramentas digitais, tal como as empresas vêm fazendo. Ele reitera que a academia não forma os jornalistas para serem aptos a atuarem no mercado da web, salientando que os currículos são passíveis de atualização. “Posso dizer que durante o período em que lecionei no curso de jornalismo, o que não faz tanto tempo, pude observar que o jornalista não sai dominando as principais ferramentas tecnológicas que vão encontrar no decorrer da prática da profissão”.

3.3 Aprendizagem rápida

A maior parte dos entrevistados revela ter sido necessário aprender a utilizar ferramentas emergentes e programas que surgem para

atender às demandas do público internauta. Paulo, por exemplo, teve acesso a cursos especializados de edição de vídeo quando trabalhou no Jornal O Popular, em Goiânia. Na época, o veículo passava por uma “transição” do impresso para o digital. Além disso, parte da noção que Paulo possui hoje advém de sua especialização em Comunicação Digital, concluída em 2020.

Heitor, por outro lado, em seu doutorado, teve experiência com disciplinas que o capacitaram para atuar com o jornalismo na Web. “Eu fiz, acho que, duas disciplinas voltadas especificamente para aprender a programar em Python”. Além das matérias, ele participou de um grupo de ciências da computação, onde aprendeu a ver a intersecção entre os recursos computacionais com os conhecimentos em mídias digitais.

Sônia, por sua vez, enquanto ainda estava na faculdade, realizou uma disciplina de Web Site, que a capacitou para atuar com linguagem de programação e a construção de sites. Sua fala é definitiva:

SÔNIA: Com o mundo que a gente vive hoje, com a quantidade de informações e aplicativos que temos agora, sendo que os algoritmos mudam todos os dias, precisamos estar em constante aprendizado, fazendo cursos de aperfeiçoamento e desenvolvendo criatividade devido à velocidade das informações. Até o estilo de texto é totalmente diferente, voltado para as redes sociais, que difere da própria faculdade. Então, são competências que vamos desenvolvendo por repetição ou até por cursos posteriores.

Sandro, ao contar sobre sua formação acadêmica, diz que teve de aprender a usar sozinho a ferramenta de gerenciamento de conteúdo Wordpress. “Entender como é que ele funciona, a lógica dos blocos informativos, isso é fundamental”. Assim sendo, de acordo

com as respostas obtidas, a capacidade de aprender tem sido um elemento recorrente nos cargos de atuação do jornalista da web.

4. Ferramentas e equipamentos digitais

Pensando em como a produção jornalística na web exige um conteúdo interativo e multimodal, uma série de aplicativos, softwares e programas se intercalam para atender às demandas informacionais da audiência internauta. Os entrevistados enumeraram uma variedade desses dispositivos, as respostas foram organizadas em outro quadro categorial.

FIGURA 3 - Panorama de programas e softwares usados pelos jornalistas

ENTREVISTADOS	SOFTWARES	TIPOS DE SOFTWARES	FUNÇÕES DOS SOFTWARES
João	Figma / Photoshop / Canva / Filmora / Audacity / OBS / InDesign / Discord / Libre Office / Notion / Davinci Resolve / Camtasia	OpenSource e livre	Edição de vídeo, áudio e imagem / videoconferência / gravação e transmissão / diagramação
Paulo	Wordpress / Google Analytics / Inshot / WIX	OpenSource / livres e pagos	Edição de vídeo / criação de sites / métrica de dados
Beatriz	Pacote Adobe Acrobat Pro	Pago	Edição de vídeo e imagem
Celina	GSuite / WhatsApp / E-mail / Google / Weby	OpenSource e livres	Armazenamento de dados / comunicação interna / publicação de conteúdos

ENTREVISTADOS	SOFTWARES	TIPOS DE SOFTWARES	FUNÇÕES DOS SOFTWARES
Sandro	Wordpress/ Pinpoint/ Excel/ Google Planilhas/ ChatPDF/	OpenSource e livres	Gerenciamento de conteúdo/ Transcrição de áudio e vídeo/ Funções referentes à jornalismo de dados/ Resumo de conteúdos extensos
Heitor	Weby / Trello / Aplicativo de programação em Python / Google Analytics / Chat GPT (GPT Analytics)	OpenSource / livres e pago	Gerenciador de conteúdo de web / gestão de projetos / programação / análise de dados / modelo conversacional de inteligência artificial (módulo de análise de dados)
Lúcia	Weby / Google Pinpoint / Google Docs / Trello / Capcut / Facebook Business Suite / Whatsapp / Capcut / Canva	OpenSource e livres	Gerenciador de conteúdo de web / Transcrição / edição de texto / gestão de projetos / gestão de redes sociais / comunicação de equipe / edição de vídeos / edição de imagens
Karla	Canva / Trello / Google Analytics / Microsoft Word / Microsoft Outlook / WhatsApp	OpenSource e livres	Edição de vídeo, áudio e imagem / gestão de projetos / métrica de dados / edição de texto / gestão de informações pessoais / troca de mensagens instantâneas

ENTREVISTADOS	SOFTWARES	TIPOS DE SOFTWARES	FUNÇÕES DOS SOFTWARES
Magali	Canva / Trello / mLabs	OpenSource/ livres e pagos	Edição de vídeo, áudio e imagem / gestão de projetos / gestão de redes sociais
Sônia	Google / Redes Sociais (Instagram e Facebook)	OpenSource e livres	Publicações de conteúdos nas plata- formas
Roberto	Microsoft Word	Parcialmente gratuito	Escrita e publicação de reportagens e no- tícias / recebimento de informações e pautas
Antônia	Canva / Capcut / Adobe Premiere Pro / Instagram	Feemium e gratuito	Design gráfico / edição de vídeo / edição de vídeo profissional / divul- gação

Fonte: Os Autores

O quadro permite identificar que há uma variedade de programas, mas também um padrão do ponto de vista das finalidades. Edição, criação e planejamento são as principais funções da lista dos softwares citados. Também se repetem aquelas aplicações relacionadas à gestão de conteúdos, unida à análise de desempenho e métricas virtuais. A entrevistada Magali, em parte, diz que o Trello e o mLabs são as ferramentas que mais usava no seu último cargo, já que ela estava empossada como gerente de projetos e planejamento. Vê-se, de forma simultânea, que as empresas e jornalistas preferem utilizar as ferramentas abertas ao público, em vez de assinarem por algum serviço.

No caso de Sandro, ele vê importância em descobrir ferramentas gratuitas e utilizá-las para poder recomendá-las a seus alunos. Ele conta que, durante sua graduação, ele mesmo buscou descobrir as ferramentas digitais que estavam surgindo à época, em 2012. O jornalista tinha a sensação de que estava tendo aulas de temas desatualizados, e que isso se estende até os dias atuais: “Eu acho que o problema não é a questão da atualidade, é de entender as necessidades do mercado”.

Além disso, não somente de softwares digitais se vale o conteúdo veiculado na web. Apesar das inovações, equipamentos físicos tradicionais ainda são uma realidade para várias funções dentro do jornalismo na web, de maneira que habilidades técnicas já convencionadas ainda se mostram necessárias. Pelo menos oito dos entrevistados elencaram o celular como o principal dispositivo material utilizado no seu dia a dia de trabalho, com direito ao primeiro lugar na lista de cinco das respostas.

O entrevistado Paulo elabora a seguinte proposição a respeito do smartphone:

PAULO: Você carrega tudo na palma da mão, tem acesso a aplicativos mil, plataformas que te levam para qualquer lugar. Hoje você tem plataforma para tudo, comer, transitar, pedir transporte, você faz o que você quiser pelo seu celular. O profissional que não quer e que não deseja fazer essa transição, ele é obrigado a fazer, porque não tem como fugir dessa realidade.

Karla relata que o WhatsApp e o Microsoft Outlook são os aplicativos de smartphone que mais utiliza na rotina de trabalho. “A gente usa muito e-mail do Outlook para falar com o pessoal.

Ele é bem completo, tem até tabela dinâmica, que é algo que não se usa muito na redação. E o WhatsApp é a ferramenta que eu mais utilizo, sem comparação”.

Quanto aos outros equipamentos, as respostas variam. Sandro descreve algumas das ferramentas digitais que utiliza em seu trabalho, dando destaque ao Wordpress: “Eu tive que aprender a lidar sozinho com essa ferramenta, porque a faculdade demorou muito a absorver isso. Na graduação, eu nunca tive nenhum tipo de tutorial, embora o Wordpress já fosse amplamente usado em redações digitais na internet”. Sandro também fala do Pinpoint, que é uma ferramenta de pesquisa a qual ajuda a explorar e analisar coleções de documentos. O profissional a utiliza em seu trabalho esporádico de jornalismo investigativo. Também cita o Google Planilhas e Excel, que o auxiliam no jornalismo de dados.

Por fim, a entrevistada Antônia utiliza uma variedade de dispositivos, incluindo seu celular pessoal, uma lapela, tripés, luz de LED e um MacBook para edições. Além disso, ela também menciona o uso de um iPhone 11 fornecido pelo trabalho, uma câmera digital e um Gimbal. Dessa forma, na era digital, além da simples posse dos equipamentos, um outro requisito se torna indispensável: a compreensão aprofundada de seus funcionamentos. Jornalistas precisam saber usar vários equipamentos para coletar e compartilhar informações rapidamente na internet, ao mesmo tempo garantindo a qualidade do que é noticiado.

Considerações Finais

As habilidades e ferramentas utilizadas pelos jornalistas goianos se modificaram ao longo dos anos, acompanhando transformações que culminaram em um novo formato de se fazer jornalismo, o

qual se orienta pela evolução tecnológica. Ao trazer para discussão os mecanismos e habilidades que os entrevistados citaram, podemos perceber que para cada situação é necessário o uso de uma ferramenta, uma competência ou conhecimento especializado, e não existam mais divisões tão exatas sobre as funções que cada um deve exercer. Cada vez mais jornalistas precisam trabalhar de maneira multimídia e multidisciplinar para manter a audiência e a leitura de seus trabalhos e manter a legitimidade da carreira, sendo influentes e atualizados na área diante dos dispositivos que surgem a cada dia.

Às universidades, recomenda-se que os currículos estejam antenados ao mercado digital, com perspectivas interdisciplinares que orientem os estudantes a entenderem a Internet de modo aprofundado, não somente como um meio, dentro de uma visão instrumentalista. As grades devem se atualizar com conceitos advindos do campo da computação, publicidade e design, sem deixar de lado os conhecimentos próprios da produção de notícias. Os cursos precisam introduzir formas de incorporar o uso de softwares em suas aulas práticas, assim como conceitos de marketing e produção de informação na Internet.

Referências

CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. 1. Ed. Lisboa: Livros Labcom, 2014.

DALMONTE, E. F (Org.). **Webjornalismo**: das inovações tecnológicas às inovações discursivas. In: Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidade de experiência. Salvador: EDUFBA, 2009, p. 155-199. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/nb>. Acesso em: 20 set. 2024.

FALCÃO, Carlysângela S. O infotemenimento e as novas competências cognitivas: a adequação do jornalismo às habilidades dos usuários do ciberespaço. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 9, 2011, Rio de Janeiro, RJ. **Anais do Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, 2011. 16p. Disponível em: <https://docplayer.com.br/4157900-O-infotemenimento-e-as-novas-competencias-cognitivas-a-adequacao-do-jornalismo-as-habilidades-dos-usuarios-do-ciberespaco.html>. Acesso em: 20 set. 2024.

GRUGULIS, I.; STOYANOVA, D. Skill and performance. **British Journal of Industrial Relations**, v. 49, n. 3, p. 515-536, set. 2011.

KLIEME, E.; HARTIG, J.; RAUCH, D. **The concept of competence in educational contexts**. In: KLIEME, E.; HARTIG, J.; LEUTNER, D. (Orgs). *Assessment of competencies in educational contexts*. Göttingen: Hugrefe and Huber Publishers, 2008. p. 3-12.

MORAES, Ângela T. de; MACHADO, Liliame M. M. Estratégias mercadológicas do jornalismo regional: as mudanças empreendidas pelo Grupo Jaime Câmara. São Paulo **Intercom**, Intercom - RBCC. 2018. v. 41. N1. p. 67-181, jan./abr. 2018. DOI: 10.1590/1809-5844201819. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/bq6vrBmpC4Rxt8KCBVT3Gyw/>. Acesso em: 20 set. 2024.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço**. O perfil cognitivo do leitor imersivo. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2004.

COMO A TECNOLOGIA DIGITAL AFETOU AS ROTINAS DE PRODUÇÃO E O MERCADO DE TRABALHO

Ana Luíza Ferreira Alves | Isadora Martins de Andrada

Júlia Laiany de Lima Costa | Rafaela Nogueira Cirqueira

Tayná Aparecida Sousa de Freitas

Introdução

A digitalização do jornalismo trouxe uma série de desafios e oportunidades para os profissionais da área. A redação tradicional rompeu com seus processos lineares e hierárquicos para atender à necessidade de produzir conteúdo rápido, relevante e atraente para diversas plataformas digitais. Isso exige que os jornalistas desenvolvam novas habilidades, como o domínio de ferramentas de edição de vídeo e áudio, otimização para mecanismos de busca e criação de narrativas visuais e interativas.

Para se manterem relevantes, os jornais precisaram se adaptar e incorporar as novas tecnologias em suas rotinas comuns de apuração e produção. Essa transição, embora cheia de desafios, abriu novas portas para o jornalismo alcançar um público global e interagir diretamente com seus públicos.

No entanto, a adaptação a esse novo cenário exige que os profissionais se transformem constantemente, atualizando seus conhecimentos e se tornando aptos a utilizar as tecnologias. Em Goiás, as redações tradicionais enfrentam dificuldades para incorporar essas ferramentas, devido à infraestrutura limitada e à necessidade de qualificação contínua.

A capacidade de produzir conteúdo de qualidade em tempo real, o domínio de ferramentas online, além de desenvolver maior habilidade para checagem de informações, são algumas das competências que os novos jornalistas precisam ter para atuar nesse mercado em movimento. Compreender essa dinâmica é essencial para mapear as tendências do mercado e fornecer subsídios para a formação de profissionais mais preparados para atuar nesse cenário em constante transformação.

A partir dessa reflexão, este artigo visa analisar as transformações provocadas pela ascensão das novas tecnologias nas redações, investigando como os jornais tradicionais reagiram a essas mudanças e qual o impacto delas no mercado de trabalho. Embora existam diversos estudos sobre o impacto da digitalização no jornalismo, poucos se dedicaram a explorar o contexto local, o que torna esta pesquisa uma contribuição relevante para compreender as nuances regionais dessa transformação.

Assim, para a elaboração deste trabalho, os procedimentos metodológicos estão centrados na pesquisa bibliográfica, que envolveu a

consulta a materiais que já investigavam o impacto das tecnologias no jornalismo em seus diversos meios. Esses materiais foram comparados e analisados para entender suas similaridades e diferenças, além de avaliar como podem ser aplicados ao contexto atual deste estudo. Também foram consultados trabalhos de autores que se dedicam a esse tema, visando atualizar as discussões sobre o assunto.

Para Stumpf (2012), a pesquisa bibliográfica é uma etapa fundamental da produção científica, por permitir que, a partir das leituras sobre os temas de interesse, o pesquisador consiga identificar conceitos e compreender como eles se aplicam à sua construção teórica. Dessa forma, é possível desenvolver novos pontos na pesquisa que complementam o que já havia sido estudado.

Consoante a isso, foram realizadas entrevistas em profundidade de natureza qualitativa com jornalistas empregados em emissoras e redações goianas, visando entender como o mercado de trabalho local tem se adaptado às novas tecnologias e plataformas digitais. Esse método foi escolhido uma vez que, segundo Fraser e Gondim (2004), essa entrevista valoriza as perspectivas, experiências e opiniões dos indivíduos.

A entrevista, na pesquisa qualitativa, ao privilegiar a fala dos atores sociais, permite atingir um nível de compreensão da realidade humana que se torna acessível por meio de discursos, sendo apropriada para investigações cujo objetivo é conhecer como as pessoas percebem o mundo. [...] Em um processo de influência mútua, produz um discurso compartilhado pelos dois atores: pesquisador e participante. (Fraser; Gondim, 2004, p. 2).

As entrevistas foram conduzidas de maneira híbrida, contemplando formatos on-line e presenciais. Para preservar o anonimato

dos participantes, estes serão identificados com base no tipo de veículo de comunicação em que atuam, sendo diferenciados por letras do alfabeto. Ao todo, participaram dois jornalistas do segmento radiofônico, três profissionais representando o jornalismo impresso e quatro jornalistas atuantes na televisão. Os dados coletados nas entrevistas foram organizados em uma tabela classificatória, permitindo uma análise mais concisa do grau de adaptação das redações e emissoras goianas às tecnologias digitais. Por meio dessa análise, este trabalho visa não apenas compreender as adaptações dos veículos jornalísticos goianos, mas também apontar caminhos para o fortalecimento do jornalismo local frente às exigências do mundo digital.

1. Jornalismo e mudanças tecnológicas

Antes da era digital, a comunicação em massa passava por intensa mediação, ou seja, instituições que organizavam, filtravam e distribuíam a informação ao público. Exemplos desses mediadores são os meios de comunicação jornalísticos. Pierre Lévy (1998) destaca a mudança significativa ocorrida na sociedade em relação ao modo como a comunicação se dissemina, especialmente com o surgimento da internet e do ciberespaço:

Até agora, o espaço público de comunicação era controlado através de intermediários institucionais que preenchem uma função de filtragem e de difusão entre os autores e os consumidores de informação: estações de televisão, de rádio, jornais, editoras, gravadoras, escolas, etc. Ora, o surgimento do ciberespaço cria uma situação de desintermediação, cujas implicações políticas e culturais ainda não terminamos de avaliar. (Lévy, 1998, p. 45).

Ou seja, com o surgimento do ambiente virtual, houve uma diluição do papel dessas instituições como intermediárias da comunicação. Com as novas tecnologias, qualquer pessoa pode criar, compartilhar e consumir conteúdo sem a necessidade desses mediadores tradicionais.

A internet transformou a comunicação, permitindo a troca de mensagens entre muitas pessoas. Essa possibilidade difere dos meios tradicionais, como a TV, o rádio e o jornal impresso, que são unidimensionais. Assim, por meio das redes sociais, é possível que os usuários se comuniquem em tempo real, mesmo à distância. Ainda assim, a internet não representa uma ameaça. Como afirmam Costa e Carvalho (2021, p. 1), “as redes sociais na internet não surgiram para suplantam o jornalismo, pelo contrário, elas surgem como novas ferramentas e novos espaços de interação social para o jornalismo”.

Com novos horizontes na comunicação, os veículos de jornalismo têm buscado se adaptar aos novos meios, sem perder o valor da informação e da verdade. O telejornalismo, na busca por alcançar esse processo dinâmico de interação constante, deixa de competir com as mídias e passa a usá-las para seu próprio desenvolvimento. Silva, Rocha e Silva (2018) definem essas três fases do telejornalismo influenciadas pelo ciberespaço como transpositiva, hipermediática e expandida.

Nessa perspectiva, o jornalismo televisivo passa por três momentos: no primeiro, as emissoras recorrem à internet como repositório de conteúdos transmitidos na televisão; no segundo, as emissoras começam a transmitir simultaneamente pela TV e internet, permitindo interações em tempo real; e, por fim, no terceiro momento,

os telejornais criam conteúdos específicos para plataformas como Facebook e Instagram, aumentando a participação do público.

Para se adequar a essa nova realidade, as emissoras passaram por mudanças em sua estrutura tradicional, aumentando suas demandas de trabalho e a quantidade de funções na equipe. Costa e Carvalho (2021, p. 7) complementam que as novas tecnologias de comunicação reconfiguram o mercado de trabalho com base no discurso da “convergência inevitável”. Contudo, nesse processo, o mercado se precariza, e o profissional assume uma sobrecarga de trabalho.

O jornalismo em rádio, um dos mais antigos veículos de comunicação em massa, também sofreu mudanças significativas com a chegada da era digital. O impacto das novas tecnologias no radiojornalismo é amplamente discutido por Bufarah Júnior e Carvalho (2019), que apontam como a convergência tecnológica alterou profundamente as rotinas de produção. A internet ampliou as possibilidades de alcance do rádio, permitindo que ele seja acessado em diversas plataformas e dispositivos, e a digitalização trouxe maior agilidade ao processo de produção, edição e transmissão de notícias. Os autores destacam que “as novas rotinas profissionais foram condicionadas pela necessidade de adequação dos conteúdos às suas audiências, levando a uma maior velocidade na produção e veiculação de notícias” (Bufarah J.; Carvalho, 2019, p. 50).

Nesse contexto, o papel do jornalista foi remodelado, exigindo maior versatilidade. A redução de equipes nas redações, devido à introdução de ferramentas digitais, e a criação de novas funções são algumas das consequências da digitalização. Além disso, a interação com os ouvintes transformou-se em uma característica central do rádio contemporâneo, reforçando seu caráter colaborativo e interativo.

A internet abriu uma série de oportunidades para o aumento da abrangência da comunicação radiofônica, seja na ampliação do número de plataformas para a escuta das emissoras, seja nos recursos tecnológicos para aperfeiçoar a interatividade e simplificar o processo industrial de produção de reportagens. (Bufarah J.; Carvalho, 2019, p. 45)

Luciano Klöckner (2000) traz um novo ponto de vista e amplia a discussão ao destacar o papel do rádio como um meio democrático e um agente de cidadania. Para o autor, a evolução tecnológica não descaracteriza o rádio, mas redefine sua essência como ferramenta de serviço público. Ele argumenta que o rádio tem a capacidade de informar de forma local e global simultaneamente, atendendo a um público diversificado por meio da abordagem “glolocal”. Nesse sentido, o rádio permanece essencial para a sociedade contemporânea, especialmente ao incentivar a participação cidadã e a interação entre emissoras e ouvintes.

Além disso, o conceito de “radiojornalismo de serviço” ressalta a necessidade de adaptar o formato às novas demandas sem perder de vista sua função social. Conforme Klöckner (2000, p. 8), “o jornalista e o radiojornalismo são agentes da cidadania, realizando um serviço social.”

A adaptação do jornalismo tradicional às novas tecnologias apresenta desafios relacionados à preservação de suas características originais, como a credibilidade e a profundidade das informações. Ao mesmo tempo, há uma necessidade de atender a um público cada vez mais exigente e conectado às diversas formas. Klöckner (2000), Bufarah Júnior e Carvalho (2019) concordam que a reinvenção dos meios tradicionais, como o rádio, não implica na

perda de sua identidade, mas em uma reestruturação que visa à sua sobrevivência e relevância em um cenário digital.

Por isso, ao explorar as transformações nas rotinas produtivas e na interação com o público, conclui-se que o jornalismo tradicional, apesar das dificuldades, possui um papel essencial na sociedade atual. A convergência tecnológica não apenas desafia as práticas convencionais, mas também oferece oportunidades para ampliar a abrangência e o impacto do jornalismo.

[...] podemos afirmar que as alterações sofridas pelo rádio levaram a mudanças substanciais na forma de produzir e veicular notícias no meio. Para tanto, ocorreram mudanças nas rotinas de produção e nas estruturas narrativas dos rádiojornais. (Bufarah J.; Carvalho, 2019, p. 48)

Na visão otimista dos autores, apesar das transformações tecnológicas, o rádio mantém sua essência como um meio imediato, dinâmico e capaz de criar uma conexão íntima com seus ouvintes. Com isso, foi necessário que a linguagem radiofônica se adaptasse ao contexto multiplataforma e ao conceito de convergência midiática.

Com a chegada da era digital, ficou cada vez mais comum ver diferentes plataformas e meios de comunicação conectados em um só ambiente. Nesse cenário, o rádio se destaca pela sua simplicidade e acessibilidade. Segundo a análise de Klöckner (2000, p. 1), o meio é descrito como “Barato, fácil de transportar, o rádio é o meio de comunicação de massa mais presente no cotidiano dos brasileiros, e pode-se dizer o mais democrático”. Essa capacidade de adaptação deixou ainda mais clara sua importância nesse novo modelo integrado.

Dentre os principais meios jornalísticos tradicionais, é a mídia impressa que parece ter encontrado maior dificuldade em unir as

novas tecnologias aos métodos tradicionais de produção de conteúdo e veiculação de notícias. Como apontado por Moraes (2002), ainda no início do século XXI, o jornalismo impresso já enfrentava enumeradas crises, com destaque para a gradual perda de leitores e anunciantes, cenário agravado pela ascensão da internet e das mídias online na década de 1990. Os veículos impressos precisaram se reinventar para abraçar os novos meios sem se extinguir, afinal “uma forma de comunicação existente ou emergente não subsiste sem a outra; a tendência é a convergência de processos e práticas” (Moraes, 2002, p. 113).

Nesse processo, ainda em andamento, muitos foram os tropeços. De acordo com Kovach e Rosenstiel (2004, p. 75), a “nova cultura da mídia de 24 horas por dia de notícias” e a instantaneidade por ela promovida implicam em produções que se afastam de elementos básicos do jornalismo de qualidade, como fornecer informação independente, confiável, precisa e compreensível. “O jornalismo não é mais o que pensávamos”, resume Christofolletti (2008, p. 109). “Terá de se reinventar. Exatamente como fez outras vezes”. Encontrar um papel definitivo para o jornalismo impresso ainda é um problema.

Definir um novo modelo de negócios e, de certa forma, um novo papel para o jornalismo impresso, é uma tarefa difícil, talvez ainda de pouca aceitação pelas empresas de comunicação impressa, mas inevitável de ser realizada nos próximos anos ou décadas (Righetti; Carvalho, 2008, p. 12)

Portanto, é importante observar que, apesar dos benefícios da convergência no jornalismo e na construção de maior interação no telejornalismo, as entrelinhas desse processo carregam característi-

cas negativas que afetam, principalmente, os jornalistas, que terão que enfrentar mudanças em suas demandas na rotina de trabalho.

2. Análise e discussão dos resultados

Nesta sequência, apresentaremos os resultados das entrevistas em profundidade com os profissionais que sustentam a pesquisa empírica.

2.1 O jornalismo televisivo

Com base nas entrevistas com profissionais do telejornalismo, identificados como Jornalista A, Jornalista B e Jornalista C, percebe-se que a transformação no telejornalismo é uma realidade impulsionada pelas novas tecnologias, especialmente pelas redes sociais e aplicativos como o WhatsApp, que revolucionam a produção e disseminação de notícias. Segundo Silva, Rocha e Silva (2023), essas plataformas digitais facilitaram a criação de redes de contatos, acelerando a apuração e troca de informações entre jornalistas, fontes e outros veículos. As entrevistas evidenciam que o uso de ferramentas como Instagram e WhatsApp tem permitido uma maior agilidade no processo jornalístico, enquanto a Inteligência Artificial surge como uma aliada na execução de tarefas repetitivas, liberando o profissional para atividades mais criativas e analíticas.

No entanto, a transformação não se limita à produção jornalística, mas também se reflete no próprio produto final. Reis, Thomé e Miranda (2023) analisaram as mudanças nos telejornais brasileiros, destacando a interação ao vivo entre apresentadores e repórteres de diferentes locais, além de inovações como a exibição de previsões meteorológicas em painéis 3D. Essas práticas demonstram a constante evolução do telejornalismo no contexto digital.

Embora a rápida circulação de informações facilite o trabalho jornalístico, ela pode resultar em superficialidade devido à pressão das empresas para serem as primeiras a noticiar, levando a uma apuração apressada. Nesse contexto, o Jornalista A afirma:

Hoje, não só existe o trabalho de checar o fato, mas também o de combater as mentiras e informações errôneas. As redes sociais são fundamentais na rápida divulgação de notícias falsas ou com apuração superficial, tudo isso movido pela pressa que os veículos têm de serem os primeiros a divulgar algo.

Essas preocupações estão alinhadas com Rocha (2016), que relaciona o jornalismo à cidadania, enfatizando que o telejornalismo deve promover o conhecimento dos direitos e deveres dos cidadãos.

A questão da adaptação ao novo mercado de trabalho é central nas entrevistas. O estudo de Reis et al. (2018) relata a emergência do “jornalista multiplataforma”, com o mercado de trabalho exigindo dos profissionais uma formação mais flexível. Os entrevistados destacam a parte negativa desse fenômeno: “Creio que é um trabalho exaustivo. Exigem-se mais habilidades e funções, e não há uma remuneração equivalente a isso”, disse o Jornalista B. A Jornalista C acrescenta, ainda, sobre a jornada de trabalho:

O produtor, por exemplo, sai do ambiente de trabalho, mas não para de trabalhar, porque o WhatsApp, muitas vezes pessoal, é usado na marcação de pautas. As pessoas interagem conosco até 10, 11 horas da noite, e também pelo Instagram, por onde captamos muita gente. Então, o produtor é essa pessoa que não se desconecta do trabalho.

A junção desses fatores contribui para a construção de um cenário de enfraquecimento do trabalho formal de jornalistas. Estudo

elaborado pelo Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese) afirma que esse segmento sofreu queda de 21,3% desde 2013, e que dos repórteres formalmente empregados, a menor porcentagem (5%) pertence aos postos de trabalho de repórteres de rádio e televisão. Evidencia-se que a precarização do trabalho aumentou com o uso de novas tecnologias e a transferência de publicidade para plataformas digitais, o que afetou as finanças das empresas jornalísticas e a contratação dos profissionais.

Por fim, o questionamento final diz respeito a quem deve preparar esse profissional para o mercado. As respostas das entrevistas indicam que o aprendizado veio por conta própria para muitos; Jornalista B afirma que:

As ferramentas das redes sociais foram aprendidas na prática, motivadas pelas exigências do mercado. Fui obrigado a acompanhar a velocidade com que as coisas avançaram. Essa rapidez, essencial para o jornalismo factual, foi o incentivo para aprimorar as habilidades com as novas tecnologias.

Entretanto, o argumento de Reis et al. (2018) e Rocha (2016) defende que cabe às universidades a preparação de seus alunos para o cenário de convergência midiática e para o uso das novas tecnologias.

2.2 O radiojornalismo

As entrevistas com o Jornalista D e o Jornalista E destacam transformações no radiojornalismo, impulsionadas pelas novas tecnologias e pela convergência midiática. Segundo Klöckner (2000), essas mudanças trazem desafios e oportunidades para o setor, sendo essencial refletir sobre o futuro do rádio, que continua a ter grande presença no cotidiano.

Durante as entrevistas, os jornalistas discutiram como as mudanças tecnológicas impactaram suas rotinas e os processos de produção e distribuição de conteúdo. “O meio rádio teve suas características ampliadas e potencializadas pela internet” (Bufarah Júnior e Carvalho, 2019, p. 47), algo que ambos enfatizaram. Nesse contexto, a integração digital se mostra essencial para manter a relevância do rádio diante das rápidas transformações, como reforçou o Jornalista D:

Hoje é impossível você trabalhar com comunicação e não usar as ferramentas digitais. O papel da internet e das redes sociais tornou muito mais fácil o trabalho no radiojornalismo. Sem dúvida alguma, é um grande aliado, tornou-se muito mais prático e muito mais rápido. É inimaginável trabalhar hoje sem essa ferramenta.

Apesar das mudanças, os jornalistas mencionaram que, no início desse processo de adaptação às tecnologias, não receberam treinamento formal para utilizá-las com eficácia. Aos 58 anos, o Jornalista D reconhece que essa lacuna limitou seu uso das ferramentas digitais.

Eu gostaria muito de ter recebido um treinamento para utilizar as redes. Até porque acho que as subutilizo e que poderia utilizar melhor as ferramentas digitais. Aquilo que eu utilizo, a gente aprendeu praticamente por conta própria. O que me motivou foi exatamente a necessidade de evoluir.

Ambos entrevistados reconhecem a importância das redes sociais, especialmente YouTube e Instagram, no aumento do alcance do rádio e na atração de patrocinadores. “O mercado e a mídia hoje são muito voltados para a internet, assim como o mundo”,

destacou o Jornalista D, reforçando a necessidade de adaptação às plataformas digitais como crucial para equilibrar o rádio com o ambiente online, atendendo às demandas financeiras e ampliando o alcance e a audiência das emissoras.

Entre os desafios, está a necessidade do rádio em acompanhar a evolução tecnológica para evitar a obsolescência. O Jornalista D vê uma oportunidade nas tecnologias para quem as domina e alerta contra a acomodação. No entanto, a adaptação encontra obstáculos, principalmente pela resistência de empresários conservadores, que precisarão investir em novas tecnologias para se manterem competitivos: “Eles naturalmente terão que andar e caminhar nessa direção, porque senão serão engolidos pelo mercado”. Ele também afirma: “As tecnologias impactaram positivamente no mercado de trabalho, criando mais oportunidades não só de emprego, mas também de remuneração.”

O Jornalista E, embora reconheça as dificuldades, defende que “sobreviver ao avanço da internet é questão de adaptação” e destaca que sua empresa busca “usar as ferramentas a nosso favor e auxílio diário”, sugerindo que a adaptação é uma oportunidade de crescimento e inovação no mercado.

As entrevistas indicam que, apesar dos desafios, há oportunidades de crescimento e inovação no rádio tradicional. A adaptabilidade de profissionais e empresas é indispensável, demandando aprendizado contínuo e investimentos em tecnologias digitais, como apontado por Bufarah Júnior e Carvalho (2019). A combinação do rádio com as plataformas digitais representa um futuro promissor para o setor, desde que haja disposição para mudanças e evolução contínua.

2.3 O jornalismo impresso

A primeira e grande característica ressaltada pelos entrevistados foi a visão não apenas positiva, mas inclusiva do uso das redes sociais no trabalho jornalístico, principalmente do X (antigo Twitter) e Instagram, como local de pesquisa de fontes e pautas. Foram entrevistados profissionais de três veículos diferentes, sendo dois jornais e uma revista, identificados como Jornalista F, Jornalista G e Jornalista H.

Durante a entrevista, todos abordaram positivamente o uso das redes como ferramentas no trabalho jornalístico, ressaltando a necessidade de apuração tanto das pautas quanto das fontes, para averiguar a veracidade de cada uma delas, conforme afirmou o Jornalista F: “Eu acho que as redes sociais encurtaram muito a distância entre o jornalista e a fonte. Como eu disse e reitero novamente: você tem que ter que tomar sempre o cuidado de fazer a confirmação de que você está falando com a fonte credível”.

Ainda sobre o uso das redes, os entrevistados relataram abordagens diferentes de como a empresa incentivou e treinou seus profissionais. O jornalista G afirmou que o Jornal realizou alguns workshops e palestras para a capacitação do profissional, mas também que aprendeu por conta própria, revelando superficialidade nos treinamentos. Já os Jornalistas F e H afirmaram terem ido atrás do conhecimento por conta própria. “Não tive treinamento para usá-las. O que me motivou a aprender foi a mudança na forma como a notícia é consumida hoje”, relatou a Jornalista H.

Tendo ou não tendo a capacitação, cada um dos profissionais partiu de uma iniciativa própria para desenvolver habilidades de bom uso das redes sociais para seu próprio trabalho, levando ao conceito levantado por cada um do jornalista multimídia. Esse conceito se baseia em um profissional capaz de utilizar as redes em seu trabalho

e também produzir um conteúdo que possa ser exigido pela ferramenta, como criação e edição de vídeos e fotos, uma nova exigência aparente no mercado, conforme afirma o Jornalista G: “Eu acho que o jornalista de hoje é mais completo, no sentido de saber fazer mais coisas. O profissional tem que ser mais multimídia, até porque as equipes são menores. Antes, eu fazia o texto, o cara do rádio fazia o áudio, mas hoje você tem que fazer de tudo”.

Nos três veículos analisados, encontram-se equipes de mídias sociais e equipes digitais, responsáveis pela criação do conteúdo digital, enquanto nos dois jornais foi averiguado também a adaptação do conteúdo impresso para o digital, mas sem excluir a possibilidade de que o jornalista da editoria de impresso faça algum conteúdo digital (como estar no momento de algum ocorrido e ter que tirar uma foto ou gravar um vídeo para reprodução do conteúdo nos meios digitais do veículo).

Isso exposto, todos os entrevistados destacaram as redes sociais como aliadas, que não entregam trabalho de qualidade e de boa apuração por conta própria, mas se apresentam como ferramentas para alcançar locais e pessoas que, por questões de tempo ou deslocamento, não podem ser alcançadas fisicamente com facilidade. A grande ótica compartilhada dentre os profissionais citados sobre o mercado de trabalho em relação com o advento e uso frequente de redes sociais é uma adição positiva à área.

2.4 Síntese dos resultados

A fim de evidenciar os resultados de forma direta e simples, elaboramos um quadro resumo que define os graus de adaptação tecnológica de cada veículo analisado. Serão considerados os seguintes aspectos: adaptabilidade tecnológica para criar pautas,

adaptabilidade tecnológica para alcançar fontes e adaptabilidade tecnológica para criação de conteúdo. Para cada um desses, a empresa, na visão de seus profissionais, será avaliada nos níveis Baixo, Médio e Alto. Para o nível Baixo, consideramos um veículo que utiliza majoritariamente métodos tradicionais para criar pautas, alcançar fontes ou criar conteúdos, em contraste com um uso raro ou ausente de tecnologias para isso. Na escala Média, estão aqueles que equilibram o uso dos métodos tradicionais e dos inovadores. Já o nível Alto é dado aos veículos que dependem principalmente do uso das tecnologias para realizar tal atividade, de forma que sua produção tem como principal pilar as novas ferramentas.

Quadro 1 - Grau de inserção tecnológica

Empresa	Meio	Adaptabilidade tecnológica para criar pautas	Adaptabilidade tecnológica para alcançar fontes	Adaptabilidade tecnológica para criação de conteúdo
Veículo 1	TV	Médio	Médio	Alto
Veículo 2	TV	Alto	Alto	Médio
Veículo 3	TV	Alto	Alto	Baixo
Veículo 4	Rádio	Médio	Médio	Alto
Veículo 5	Rádio	Alto	Médio	Alto
Veículo 6	Impresso	Alto	Alto	Alto
Veículo 7	Impresso	Médio	Médio	Alto
Veículo 8	Impresso	Médio	Alto	Médio

Fonte: Elaboração dos autores

Os dados coletados indicam uma prevalência de alta e média adaptabilidade tecnológica nas empresas que praticam o jornalismo tradicional, aplicada na criação de pautas, na busca por fontes e na produção de novos conteúdos. Diante do avanço constante

das tecnologias, é possível inferir que esses veículos continuarão a investir em inovações, buscando ampliar sua competitividade no mercado e sua capacidade de atrair o público.

Considerações finais

O presente estudo revelou um panorama abrangente sobre a condição atual do mercado de trabalho nos campos do jornalismo impresso, radiojornalismo e telejornalismo, com foco nas transformações impostas pelas novas tecnologias. Por meio das entrevistas realizadas, foi possível identificar desafios e oportunidades, apontando mudanças estruturais e demandas do mercado que impactam diretamente o perfil e a formação dos profissionais.

No jornalismo impresso, as redes sociais se tornaram ferramentas essenciais para a produção de conteúdo, exigindo apuração rigorosa, enquanto o conceito de jornalista multimídia reflete a adaptação autodidata diante da falta de treinamento formal. No radiojornalismo, tecnologias digitais ampliam o alcance e reduzem custos, mas demandam atualização constante e estratégias para reafirmar sua relevância junto aos anunciantes, evidenciando a necessidade de qualificação contínua. Já no telejornalismo, ferramentas digitais como WhatsApp e Inteligência Artificial otimizam processos, mas desafios como superficialidade, sobrecarga de trabalho e precarização do emprego apontam para o equilíbrio entre inovação e a qualidade informativa.

As análises propostas por este trabalho possibilitam o surgimento de um leque de novas investigações, cuja finalidade seja aprofundar o conhecimento acerca de elementos específicos deste cenário de convergência entre o jornalismo tradicional e as inovações tecnológicas. Seria possível, por exemplo, averiguar a eficácia dos

treinamentos corporativos para adequação às novas tecnologias ou a ética no uso de tecnologias digitais no jornalismo e as barreiras que não devem ser cruzadas.

Além disso, o estudo destaca que as novas tecnologias têm um impacto duplo: enquanto oferecem ferramentas para inovação e expansão, também podem resultar em precarização e desafios éticos. Portanto, o futuro do jornalismo dependerá do equilíbrio entre inovação, responsabilidade ética, qualidade informativa e do fortalecimento da formação profissional para lidar com um cenário em constante evolução.

Referências

BUFARAH J., Alvaro; CARVALHO, Marcus Aurélio de. **Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo**. Revista Rádio-Leituras, Mariana, v.10, n. 01, p.41-59, jan./jun. 2019. Disponível em: <<https://periodicos.ufop.br/radio-leituras/article/view/3992/3052>>. Acesso em: 30 set. 2024.

CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). **Questões para um jornalismo em crise**. Florianópolis: Editora Insular, 2015.

COSTA, Ruthy Manuella de Brito; CARVALHO, Cristiane Portela de. **Jornalismo e Redes Sociais: Novas Práticas e Reconfigurações**. Comunicação & Informação, Goiânia, v. 24, p. 1-16, 2021. Disponível em: <<https://revistas.ufg.br/ci/article/view/62507>>. Acesso em: 9 nov. 2024.

FERRO, Raphaela Xavier O. **O jornalismo da prensa: a dificuldade dos jornais impressos em se estabelecerem com qualidade informativa em sites na internet**. INTERCOM, São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0935-1.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

FRASER, Márcia Tourinho Dantas; GONDIM, Sônia Maria Guedes.

Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. *Paidéia*, v. 14, n. 28, p. 139-152, 2004.

JUNIOR, Edson Francisco Leite. **A Queda Histórica de Anunciantes no Jornal O Popular:** uma Reflexão sobre o Futuro do Jornal Impresso e sua

Crise de Financiamento. Portal Intercom, Goiânia, 2019. Disponível em: <https://research.amanote.com/publication/YYw603MBKQvf0Bhi9_1e/a-queda-historica-de-anunciantes-no-jornal-o-popular-uma-reflexo-sobre-o-futuro-do>. Acesso em: 13 nov. 2024

KLÖCKNER, Luciano. **Radiojornalismo de serviço:** O rumo da AM em tempos de internet. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE

CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 23., 2000, Manaus. Anais. São Paulo: Intercom, 2000. p. 1-20. Disponível em: <<https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/db13d7e27293179e7c234860228b7203.pdf>>.

Acesso em: 29 set. 2024.

KOVACH, Bill. ROSENSTIEL, Tom (coautor). **Os elementos do jornalismo:** o que os jornalistas devem saber e o público exigir. 2.ed.

São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LÉVY, Pierre. **A Revolução contemporânea em matéria de comunicação.**

Revista Famecos, Porto Alegre, n. 9, p. 37-49, dez. 1998. Tradução de Juremir Machado da Silva.

MAGALHÃES, Luiz Antonio. **Jornalismo impresso:** reinvenção ou decadência. Revista UFG, Goiânia, v. 10, n. 5, 2017. Disponível em:

<<https://revistas.ufg.br/revistaufg/article/view/48205>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

MESMO com desoneração da folha, mercado de trabalho formal de jornalistas encolhe 21% em nove anos. **Federação Nacional dos**

Jornalistas (FENAJ), 2023. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/mesmo->

com-desoneracao-da-folha-mercado-de-trabalho-formal-de-jornalistas-encolhe-21-em-nove-anos/>. Acesso em: 24 de set. de 2024

MORAES, Dênis. **A ética por interações no ciberespaço**. In: Ética, Cidadania e Imprensa. Org. Raquel Paiva. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Mauad, pp. 101-116, 2002.

REIS, Marco Aurelio; THOMÉ, Cláudia de Albuquerque; MIRANDA, Pedro Augusto Silva. **Novas funções e competências do Telejornalismo brasileiro**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0728-1.pdf>>. Acesso em: 24 de set. de 2024.

RIGHETTI, Sabine; CARVALHO, Ruy Q. **Crise do jornalismo impresso e perspectivas para o futuro: um estudo dos dois maiores jornais diários impressos do Brasil**. INTERCOM, Natal, 2008. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/264889687>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

ROCHA, Jordânia Bispo. **Telejornalismo em Goiás: Possíveis contribuições à construção da cidadania - Um estudo de caso do Jornal Anhanguera 1ª edição**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/centroeste2016/resumos/R51-0580-1.pdf>>. Acesso em: 24 de set. de 2024.

SILVA, Edna Mello; ROCHA, Liana Vidigal; SILVA, Sérgio Ricardo Soares Farias. **Telejornalismo expandido: o jornalismo televisivo nas redes sociais e aplicativos**. Revista Comunicação Midiática, v. 13, n. 2, p. 21-36, 2018. Disponível em: <<https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2018>>. Acesso em: 10 nov. 2024.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

JORNALISMO NO INSTAGRAM: ESTUDO COMPARATIVO ENTRE MAIS GOIÁS E O POPULAR

Alexia Martins Finazzi | Fernanda de Aguiar Câmara

Isaac de Souza Mendes | Júlia da Costa Mendes

Maria Eduarda Correia Rodrigues Leão | Marisa de Paiva Machado

Elias Lelis | Rafael David Noleto

Introdução

Em um mundo cada vez mais conectado através da internet, tornou-se comum o consumo de notícias em múltiplas plataformas, sobretudo de redes sociais. É observável pelos usuários das mais diversas redes o crescente número de veículos de comunicação – tradicionais ou nativos desses ambientes, os chamados *nativos digitais* – que buscam ocupar os mais variados espaços no ciberespaço. Isso acontece em função de um processo de convergência dos veículos para novos meios e, conforme explicam Costa e Carvalho

(2021, p.8), “é importante entender como essas transformações afetam o mundo do trabalho dos profissionais do jornalismo”, sobretudo considerando as exigências e rotinas às quais as empresas jornalísticas acabam submetendo seus profissionais a esse processo de adaptação e evolução do próprio trabalho.

A convergência se dá sobretudo pelas múltiplas possibilidades de formatos e linguagens, operando também na mudança da lógica de consumo do material jornalístico, conforme colocam Colombo, Varela e Biazotti (2023, p.110):

Os dados mostram que a internet permite a veiculação de notícias que variam em formatos e linguagens indo além dos moldes tradicionais jornalísticos, como também adotam uma variação de conteúdo sobre o que é publicado em cada rede social. Em consequência, há uma variação de conteúdo sobre o que é publicado em cada rede social. Em consequência, há uma mutação nas lógicas de circulação de notícias que estão ligadas a um novo tipo de consumo de material jornalístico (Colombo; Varela e Biazotti, 2023, p.110).

Nesse contexto, faz-se importante o empreendimento de pesquisas para a compreensão das rotinas produtivas dos veículos e como eles têm atuado diante da mutação nas lógicas de circulação e consumo de notícias. É importante considerar também que essas novas lógicas têm muito a ver com os tipos de relacionamentos com as fontes das notícias, antes algo exclusivo aos jornalistas e, agora, aberto para que ocorra entre as próprias fontes, como colocam Costa e Carvalho (2021). Toda essa nova lógica impõe aos veículos a necessidade de novos comportamentos adequados para cada ambiente, diferente dos tradicionais moldes do impresso, do rádio e da televisão.

O presente artigo é constituído por análises a partir do recorte local do jornalismo no estado de Goiás, lançando mão da pesquisa qualitativa a partir de entrevistas semiestruturadas com jornalistas de dois dos principais veículos goianos da atualidade. O objetivo é compreender as diferenças de produção de conteúdo jornalístico para a plataforma de rede social Instagram entre o veículo nativo digital, o *Mais Goiás*, e o veículo tradicional que precisou se inserir no âmbito digital, o jornal *O Popular*.

Acerca dos veículos analisados, é importante contextualizar que, o veículo *Mais Goiás* surgiu em 10 de outubro de 2010, criado pelo empresário Altemar Santos, o qual acreditava que um portal de notícias online no Instagram, e com informações em tempo real, seria uma boa aposta. O *Mais Goiás* foi pensado, desde o início, para ser um portal dentro dessa rede, configurando-se, assim, como um veículo nativo digital, como conceitua Ketelbey (2023).

Já *O Popular*, de acordo com Seabra Coelho (2021), teve sua origem como jornal impresso em 1938 – o qual existe até hoje, mas também contando com uma versão online. O jornal faz parte do Grupo Jaime Câmara, uma das principais referências em jornalismo regional, que inclui sistemas de TV e rádio. teve seu perfil criado na rede social em novembro de 2013.

1. Convergência midiática

As mídias tradicionais (rádio, impresso e televisão) já não são as formas principais que a sociedade utiliza para consumir informações. O advento da internet e o crescente uso das redes sociais configuraram uma mudança na maneira de se produzir e veicular notícias e reportagens. Em um relatório divulgado em 2020 pelo Instituto Reuters (2020 *apud* Moraes, 2021), que é um centro de

pesquisa da Universidade de Oxford em tendências de mídia, fora evidenciado que, pela primeira vez em sua amostragem, as redes sociais ultrapassaram a mídia tradicional televisiva como veículo de fonte de informação no Brasil, tendo 67% de seus entrevistados afirmado utilizá-las para se informarem.

Para Jenkins (2009), tal convergência midiática se relaciona ao fluxo de informação através de várias plataformas de mídia, configurando um processo de fusão das mídias tradicionais com o digital. As mídias tradicionais passam a ter que adequar seu conteúdo e utilizar novos aparatos oriundos do avanço tecnológico, como é o caso de certos jornais impressos, que começam a estar presentes em sites e redes sociais e exibirem seu conteúdo online, caso de *O Popular*.

Jenkins (2018) também explora a transformação das interações entre mídias tradicionais e novas tecnologias, definindo a convergência cultural como um processo multifacetado que impacta não apenas a produção de conteúdo, mas também a dinâmica de consumo e a participação do público. Para o autor, a convergência se configura como uma nova forma de entender a cultura, onde a troca de ideias e a colaboração são fundamentais.

Ao considerar esse contexto de produção da convergência, que envolve o máximo de meios possíveis, pode-se retomar ao que reitera Recuero (2009): é característica dos veículos jornalísticos estarem presentes onde o seu público está. Nesse sentido, Batista (2014) afirma que os jornais que se propõem a comunicar ou informar algo – e não quiserem ser esquecidos – precisam estar presentes nas redes de tecnologia, incluindo as redes sociais, para que continuem sendo lidos, vistos e escutados.

Esse processo, no entanto, gera aos veículos de informação alguma dificuldade, principalmente quando consideramos a migração para as redes sociais, mas sem o devido preparo (Moraes, 2021). Jornais e revistas, em especial, passaram a utilizar tais mídias como extensão de suas identidades impressas, o que resultou em um conteúdo não adaptado para esse espaço virtual e seu público. Assim, grande parte dos veículos usam as redes sociais como repositórios de *links* para seus portais online, na tentativa de direcionar o público a outros ambientes atrelados à monetização, sem a preocupação genuína de criar conteúdos próprios para as redes (Zimmermann; Guidotti, 2020).

No âmbito da cultura de convergência, todos os indivíduos são participantes de alguma maneira, o que modifica a antiga noção de que consumidores midiáticos recebem os conteúdos de forma passiva (Magnoni; Miranda, 2018). A partir dessa visão, o público passa não só a receber informações, mas a também integrar o processo – na configuração de cultura participativa –, como quando enviam vídeos, interagem nas redes sociais e questionam os

conteúdos. Tal cultura é oriunda desse novo tipo de comunicação típico do ambiente digital e que existe a partir da livre expressão.

Dessa forma, existiria assim uma nova esfera pública mediada que abrange a transição de mídias informativas para mídias interacionais, visto que nesse novo ambiente mais participativo, as trocas informativas interpessoais se assemelham mais a um diálogo entre conhecidos, – como uma postagem no feed e seus comentários, por exemplo – do que à emissão-recepção impessoal e distante, bem típica das velhas mídias. Ou seja, a mídia expondo as informações unilateralmente e o público recebendo essas e tendo poucas possibilidades de retorno (Magnoni; Miranda, 2018).

A cultura participativa, portanto, existe a partir da condição de trocas de informações mais direta e instantânea, propiciada pelo desenvolvimento das redes no contexto da convergência, compondo um público mais próximo do emissor, pronto a interagir e questionar, por meio dos aparatos tecnológicos, e participar do processo ao enviar informações e conteúdos, sugerir pautas e outras possibilidades de interação.

No contexto da convergência midiática e da cultura participativa, Januário (2015, *apud* Moraes, 2021), ressalta as vantagens que os produtos jornalísticos para a internet apresentam sobre a mídia impressa, sobretudo em se tratando da possibilidade de atualização constante, com fácil e quase que instantânea veiculação da informação online. As mensagens instantâneas e outros recursos que facilitam a possibilidade de interatividade pelo público são características que se tornaram grandes diferenciais do ambiente virtual, especialmente no sentido dessa cultura participativa.

A partir disso, traça-se uma consonância com o que afirma Sousa (2022, p.3): “Na sociedade digital, as pessoas se tornam produtoras de seu próprio conteúdo, ou seja, podem fazer uso de um celular ou máquina fotográfica para tirar fotos, enquanto anteriormente, era necessário um profissional específico para realizar trabalhos como esse”.

É importante ressaltar, entretanto, que à medida que ocorrem evoluções tecnológicas, também surgem problemas. Para Medrán (2017), as redes sociais são ferramentas de dois gumes por facilitarem imensamente a transmissão de informações, maximizando o alcance e a velocidade dos discursos e trazendo respostas da sociedade, como grandes mobilizações sociais. Concomitantemente, essa grande

facilidade de produção e disseminação de conteúdos, além da interação entre os indivíduos, têm um alto potencial de viralização de informações que podem reforçar conteúdos mentirosos, espalhando desinformação e atrapalhando muito o trabalho jornalístico.

Essas transformações afetam o mundo do trabalho dos profissionais do jornalismo na medida que as empresas de comunicação, com foco no alcance ideal de números, de produtividade e lucro, vislumbrando espaço no grande fluxo de transmissões de informações, submetem os jornalistas a condições exaustivas de trabalho (Costa; Carvalho, 2021). De acordo com Moraes (2021), essas vantagens tecnológicas, paradoxalmente, trazem consigo a falsa ideia de facilidade e tem levado a um acúmulo de tarefas realizadas por um mesmo profissional.

Faz-se importante ressaltar, portanto, como propõem Costa e Carvalho (2021), que esses processos que alteram as relações sociais são derivados do avanço das forças produtivas e da reestruturação do sistema capitalista, cooperando para sustentação da cadeia de valor global do capital, ou seja, essa realidade sustenta a manutenção do sistema econômico – mesmo que esteja sendo prejudicial ao trabalhador. Assim, a convergência dos meios se faz um pivô da cadeia das transformações que interferem diretamente no que se entende como o exercício jornalístico na atualidade.

2. Metodologia

Para a realização desta pesquisa, adotou-se uma abordagem qualitativa, voltada para explorar as percepções e experiências de jornalistas goianos quanto ao impacto das redes sociais na prática jornalística local. A escolha pela abordagem qualitativa se justifica pela falta de pesquisas direcionadas ao tema em evidência no

cenário goiano, existindo assim uma necessidade no que tange a compreender, em profundidade, o exercício profissional no contexto da convergência midiática e das novas configurações do trabalho a partir dos jornalistas, permitindo captar nuances e contradições entre um jornal tradicional, *O Popular*, e um nativo digital. O *Mais Goiás*, considerando suas atuações na plataforma Instagram.

A coleta de dados da pesquisa foi realizada ao longo de duas semanas, no segundo semestre de 2024, por meio de entrevistas semiestruturadas com seis participantes, selecionados com base em uma amostragem intencional a partir dos quadros dos dois veículos nas suas experiências no mercado jornalístico.

As temáticas trazidas nas entrevistas tiveram o objetivo de evidenciar: (i) a trajetória singular dos jornalistas; (ii) suas percepções sobre a plataformização da profissão: escala de trabalho, divisão de tarefas, tipos de demandas, etc.; e (iii) as diferentes experiências com engajamento nas redes sociais. Para isso, foram utilizadas perguntas abertas, preparadas com o intuito de permitir a livre expressão de suas experiências e opiniões. A partir de tais direcionamentos, buscou-se identificar as dinâmicas de trabalho presentes nos veículos objetos de estudo, bem como identificar diferenças e semelhanças com os componentes teóricos que embasaram a pesquisa.

A transcrição do material em áudio captado durante as entrevistas foi realizada utilizando as ferramentas Google Pinpoint e ViraTexto. Em seguida, todo o material passou pelo processo de revisão. A fim de preservar a identidade dos profissionais e em consonância com os termos de consentimento livre e esclarecido (TCLE) apresentados a todos os participantes desta pesquisa, utilizam-se aqui codinomes ao invés dos nomes originais dos entrevistados.

Todos os participantes autorizaram o uso dos dados coletados nas entrevistas para a produção deste artigo.

A amostra foi composta por seis jornalistas identificados pelos seguintes codinomes: Ramálio, atuante no campo acadêmico (professor universitário); Gustavo e Robson do veículo *O Popular*; Hudson e Heitor do veículo *Mais Goiás*; e Jânia, com experiência em ambos os veículos. A tabela abaixo apresenta a relação completa com os codinomes dos jornalistas, seus respectivos cargos e veículos no qual trabalham. É importante ressaltar que as entrevistas realizadas com os jornalistas visaram captar as vivências destes nas experiências de mercado de cada um, sendo apenas a entrevista de Ramálio (E1) mais voltada para questões da plataformização e de comportamentos dos veículos ao invés da experiência profissional dele no mercado.

Quadro 1 - Participantes

Codinome	Cargo	Veículo de Informação
Ramálio	Especialista/Professor	Nenhum
Gustavo	Repórter	<i>O Popular</i>
Robson	Repórter	<i>O Popular</i>
Hudson	Editor-chefe	Mais Goiás
Heitor	Repórter	Mais Goiás

Jânia	Ex-repórter/ Ex-editora	<i>O Popular e Mais Goiás</i>
-------	----------------------------	-------------------------------

Fonte: dos autores

Os dados são organizados em categorias que se formam de acordo com temas que surgem do conteúdo analisado, em um processo de classificação de elementos com características similares, possibilitando sua agrupação. Baseado nisso, identificamos os núcleos de sentido por meio de uma estrutura de segmentação temática aplicada aos dados obtidos nas entrevistas, notando padrões e *insights* sobre o impacto das redes sociais nas práticas jornalísticas.

2. Análise comparativa

A análise comparativa entre os veículos de comunicação *Mais Goiás* e *O Popular* permite o entendimento sobre o processo de produção de um jornal nativo digital e um veículo tradicional, o qual se adaptou às novas tecnologias e formatos de produção ao longo de sua história, e como esse processo se difere em cada um dos jornais. A pesquisa converge assim para uma análise da: (i) Estrutura e Dinâmica de Produção; (ii) Curadoria e Adaptação de Conteúdo; (iii) Interatividade e Participação do Público e os (iv) Desafios Enfrentados pelos respectivos canais de comunicação.

De acordo com as entrevistas realizadas com os repórteres de *O Popular*, o veículo possui frentes de atuação segmentadas, onde as equipes de jornalismo impresso e digital (site e redes sociais) atuam independentes uma da outra. Tal fator é diretamente influente na eficiência e na adaptação do conteúdo para o ambiente online. Gustavo (E2) afirma que as matérias publicadas no site são,

muitas vezes, “uma reprodução exata do impresso, sem adaptações específicas para o digital”.

Enquanto *O Popular* ainda carrega traços de uma redação tradicional, o *Mais Goiás*, foi pensado para o ambiente digital com o propósito de conferir maior proximidade entre o leitor e o jornalismo, sendo concebido para ser dinâmico e adaptável ao contexto digital. Dessa forma, o veículo é caracterizado pela agilidade e fluidez na produção, com ênfase no site, seguido pela curadoria e adaptação de conteúdos para as redes sociais, especialmente o Instagram. Hudson (E4) ressalta o caráter integrado da equipe do *Mais Goiás*, o qual é essencial para assegurar a agilidade de adaptação do site para as redes sociais, por exemplo, afirmando que existe uma equipe específica direcionada a adaptação dos conteúdos para o Instagram. A estratégia adotada garante uma presença sólida e adesão do público no perfil do Instagram do veículo.

A abordagem editorial de ambos os veículos reflete igualmente suas origens e públicos-alvo. O *Mais Goiás* – um veículo nativo digital – adota uma linguagem direta, com forte presença de temas de entretenimento e factualidade. Essa escolha contribui para atrair um público mais jovem e diverso, embora, como pontua Heitor, isso “comprometa, em alguns casos, a profundidade das matérias”. *O Popular* mantém uma linguagem formal e voltada para temas políticos e econômicos, reforçando sua credibilidade histórica, mas criando um distanciamento com o público mais engajado nas redes sociais. Jânia, ex-editora do *O Popular*, observa que o veículo “tem dificuldades em se adaptar ao público jovem das redes, mantendo traços tradicionais que não dialogam bem com as dinâmicas do Instagram”.

A participação e a interação do público nas redes sociais é tratada de forma distinta pelos veículos. No *Mais Goiás*, os comentários são frequentemente usados como fonte para novas pautas ou para identificar dúvidas recorrentes do público. Heitor confirma que “os comentários ajudam na organização de pautas diárias, oferecendo *insights* sobre o que está em alta”. Esse cenário indica o conceito da cultura participativa em que, no ambiente da convergência midiática, as redes sociais possibilitam um diálogo direto entre o jornal e seus públicos. O *Mais Goiás* dialoga com a proposição de Magnoni e Miranda (2018), em que ambos consideram que os públicos deixam de ser consumidores passivos e passam a integrar o processo produtivo – a partir de comentários ou até mesmo enviando vídeos – que, conforme análise do jornal, são utilizados como pauta de matérias, por exemplo.

Em contraste, *O Popular* dispõe de uma postura mais distanciada, na qual a análise das interações é menos abrangente e não influencia diretamente na produção do conteúdo, ou seja, o público não é afetado diretamente no processo produtivo, reafirmando que o veículo carrega traços do jornalismo tradicional. Gustavo reconhece que a presença digital “não é tão bem trabalhada, especialmente em plataformas como o Instagram e o TikTok”. Como afirma Robson, “as redes sociais trouxeram também novas perspectivas, desafios e demandas”, sendo que os desafios enfrentados pelos veículos evidenciam, de mesmo modo, suas respectivas diferenças estruturais. No *Mais Goiás*, a principal dificuldade é a falta de profissionais qualificados, o que, segundo Hudson, resulta na necessidade de “treinar novos profissionais do zero”. Essa carência contribui para erros factuais e afeta a credibilidade do veículo.

Atualmente, *O Popular* enfrenta desafios relacionados à resistência interna em adaptar sua identidade tradicional às demandas do ambiente digital. Jânia destaca que o veículo “precisa ouvir mais o público jovem e adaptar suas estratégias para alcançar maior relevância nas redes”. Outra problemática evidenciada diz respeito à desenvolver apuração e checagem, de modo a fazer com que a informação relevante e verídica chegue até o público, especialmente no ambiente digital. Robson aponta para a concorrência nas redes sociais, a qual não acontece apenas com outros jornalistas e veículos de comunicação e sim, com todos os usuários da internet, que “imitam a forma de o jornalismo se apresentar para passar a desinformação”. Complementa ainda, ressaltando, o alto alcance de *fake news* na configuração da comunicação atual: “hoje, as *fake news*, a informação errada e distorcida, infelizmente, tem um alcance maior do que a boa informação, que necessita de investimento de checagem e de investimento de pessoal, para que seja produzida”.

Outro ponto de destaque é a monetização. Ambos os veículos utilizam o Instagram como um repositório de links para direcionar o público ao site, mas enfrentam dificuldades com a eficácia dessa estratégia. Observa-se que, no *Mais Goiás*, há uma maior exploração de monetização direta nas redes, visto que, segundo Hudson, o veículo conta com publiceditoriais, que são os conteúdos pagos. De acordo com o editor-chefe, certas empresas pagam para o *Mais Goiás* divulgar o conteúdo delas no site e, em certos casos, também no Instagram, sendo realizada uma sinalização de que se trata de uma publicidade. Enquanto isso, *O Popular* ainda busca equilibrar sua presença digital com modelos de receita mais tradicionais.

A instantaneidade do *Mais Goiás*, aliada à alta frequência de publicações, garante maior engajamento e conexão com o público digital. Em 2024, por exemplo, o veículo publicou, entre janeiro e outubro, mais de 15 mil conteúdos no Instagram, segundo Hudson. Outro ponto de destaque na entrevista com o editor-chefe foi sua declaração de que existe um combinado interno de não deixar as redes sociais sem movimentação por mais de 30 minutos e buscando “publicar de tudo, o tempo inteiro, sem deixar o site parado, sem deixar o Instagram parado”.

Heitor, por sua vez, destaca que “a maior parte da população de Goiânia busca informações no Instagram do *Mais Goiás*”, e, conseqüentemente, o veículo tem grande interação com um público diversificado nas redes, alinhando-se à cultura participativa do ambiente digital. Em contrapartida, foi questionado a Hudson a pequena presença do *Mais Goiás* nos stories, que é uma ferramenta importante de engajamento dentro do Instagram. Ele afirmou que a falta de equipe para produzir também para os stories tem sido um problema, considerando o grande volume de publicações do veículo. Entretanto, afirma que esse é um “objetivo para acontecer em breve”, reconhecendo que se trata de um espaço gratuito e que deve ser mais ocupado, considerando a importância da ferramenta nesse meio digital.

No caso de *O Popular*, a produção é mais aprofundada, com foco em análises e matérias especiais, mantendo uma base sólida de leitores tradicionais. Esse aspecto reflete na falta de dinamismo nas redes sociais, especialmente em plataformas como o Instagram. Outro aspecto que se pode observar é a dificuldade que o veículo enfrenta em expandir sua audiência na Internet. Jânia (E6) aponta

que o veículo “ainda precisa construir uma ponte com o público jovem para se consolidar no ambiente digital”.

A análise da produção para as redes sociais de ambos os jornais, de acordo com as respectivas peculiaridades, converge para a necessidade de os veículos de comunicação se fazerem presentes onde os seus públicos se encontram, assim como estabeleceu Recuero (2009). Portanto, de acordo com a noção de convergência midiática, fica evidente a necessidade de adaptar o conteúdo produzido ao ambiente digital e utilizar as ferramentas resultantes do avanço tecnológico, como no caso dos jornais tradicionais que agora também estão presentes em sites e redes sociais, tal qual o Instagram.

Por fim, a análise aponta para a precarização do jornalismo nas redes sociais, como no Instagram, o que se torna evidente devido ao “acúmulo de funções e a falta de formação [dos jornalistas] para desempenhar essas funções”, gerando uma sobrecarga de trabalho, como aponta o professor universitário Ramálio. O jornalista é obrigado a realizar múltiplas tarefas, como apuração, elaboração de roteiros, gravação, edição e publicação do conteúdo: “você tem nos créditos quem foi responsável pela produção: é a mesma pessoa que desempenha roteiro, legendagem, edição, entrevista”, salienta Ramálio ao evidenciar a precarização envolvendo o trabalho específico para as redes sociais, na medida que “no lugar de você ter quatro ou cinco nomes para uma tarefa, é o contrário, você tem um nome, para quatro ou cinco tarefas”, ou seja, todo o trabalho é feito por um único profissional.

Destarte, atenta-se, ainda, para a falta de preparo dos profissionais, tendo em vista que a exigência de habilidades em áreas como marketing digital e produção de conteúdo para plataformas

específicas não é atendida pela formação jornalística, o que resulta na sobrecarga de trabalho e na mera republicação de conteúdos sem adaptações específicas para o formato digital.

Considerações Finais

A análise comparativa entre o jornal nativo digital *Mais Goiás* e o tradicional *O Popular* revela as profundas diferenças e desafios que ambos enfrentam em sua adaptação às novas dinâmicas da convergência midiática, especialmente em relação ao uso do Instagram. Enquanto o *Mais Goiás* se adapta de maneira ágil, com um modelo dinâmico de produção e interatividade com o público, *O Popular* ainda se mantém com estrutura jornalística conservadora que, embora consolidada, enfrenta dificuldades em se conectar com o público digitalmente engajado.

Os resultados indicam que, embora ambos os veículos busquem se estabelecer no ambiente digital, há uma clara distinção nas abordagens, com o *Mais Goiás* focando em uma produção rápida e adaptada às especificidades do Instagram, enquanto *O Popular* se mantém na plataforma apenas como um chamariz para seu site, uma isca para os leitores. Este cenário reflete as transformações do jornalismo no contexto da convergência midiática, onde a adaptação ao digital não é apenas uma questão de formato, mas envolve mudanças estruturais nas redações e nas próprias concepções de jornalismo.

Pôde-se evidenciar, dessa forma, que a cultura participativa, característica do ambiente digital, manifesta-se de maneira mais eficaz no *Mais Goiás*, que integra o público no processo produtivo, utilizando comentários e interações como fontes de pautas. *O Popular*, por sua vez, enfrenta desafios maiores em engajar sua audiência nas redes, o que reflete uma possível resistência inter-

na à transformação digital. Nesse sentido, é possível concluir, a partir do recorte da atuação desses dois veículos no Instagram, que a convergência midiática exige de veículos mais tradicionais uma reinvenção de suas práticas jornalísticas, ao mesmo tempo em que oferece aos nativos digitais uma vantagem em termos de adaptação rápida, mas também apresenta seus próprios desafios, como a precarização do trabalho e a gestão de conteúdos verídicos no mar de informações digitais.

Referências

BATISTA, Érika. **Jornalismo no Instagram? Como os grandes veículos jornalísticos utilizam as redes sociais no ciberespaço**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social Jornalismo) - Universidade Federal de Juiz de Fora. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/facom/files/2014/03/TCC-Monografia-%c3%89rikaSim%c3%b5es.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2024.

COLOMBO, Macri; VARELA, Ulysses; BIAZOTTI, Vinicius. Jornalismo e Internet: evolução e perspectivas dos processos de circulação de notícias. **Revista Lumina**, Juiz de Fora, v.17, n.2, p.108-124, mai./ago. 2023. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/39413>> Acesso em: 23 set. 2024.

COSTA, Ruthy; CARVALHO, Cristiane. Jornalismo e redes sociais: novas práticas e reconfigurações. **Revista Comunicação e Informação**, Goiânia, Goiás, v. 24, p. 1-16 2021. DOI: 10.5216/ci.v24.62507. Disponível em: <<https://revistas.ufg.br/ci/article/view/62507>> Acesso em: 23 set. 2024.

JENKINS, Henry. **Convergência cultural: a nova cultura da mídia**. (p. 27-51). São Paulo: Editora Aleph, 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. São Paulo: Aleph, 2009.

KETELBEY, Domingos. **Mais Goiás comemora 13 anos de informação em tempo real**. 2023. Disponível em: <<https://www.maisgoias.com.br/cidades/mais-goias-13-anos-do-tempo-real-com-qualidade-e-apuracao-precisa/>> Acesso em: 09 dez. 2024.

MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. Convergência midiática e cultura participativa: possíveis interações entre novas tecnologias e agentes sociais no campo da comunicação. **Revista de Mídia e Tecnologia**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 185-198, jan./abr. 2018

MEDRÁN, Albert. No reino da pós-verdade, a irrelevância é o castigo. **Revista Uno**, São Paulo, n. 27, 2017. Disponível em: <<https://www.revista-uno.com.br/numero-27/no-reino-da-pos-verdade-irrelevancia-e-o-castigo>> Acesso em: 13 nov. 2024.

MORAES, Bruna Carvalho de. **Instagram: uma nova modalidade do Jornalismo**. TCC (Jornalismo) - Escola de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica. Goiânia, p.95, 2021. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3676/1/TCC_%20INSTAGRAM%20%20UMA%20NOVA%20MODALIDADE%20DO%20JORNALISMO_%20%20Vers%C3%A3o%20final%20revisada.pdf> Acesso em: 08 dez. 2024.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009.

JORNALISMO INVESTIGATIVO EM GOIÁS: POUCOS INVESTIMENTOS E PERSEGUIÇÕES

Guilherme Martins de Moraes | Marcos Vinicius Oliveira Borges

Introdução

A pesquisa a seguir busca realizar uma análise sobre as principais tendências e desafios no exercício do jornalismo investigativo em Goiás. Devido à insuficiência literária que aborda tal questão, o estudo pretende oferecer melhor entendimento sobre a rotina de trabalho dessa área jornalística, compreendendo os bastidores, as ameaças e as cesuras, a qualificação necessária e a importância da relação do jornalista investigativo com a fonte de informação durante o exercício profissional.

Além disso, ao examinar os desafios inerentes ao jornalismo investigativo no contexto goiano, procura-se refletir sobre o mercado de trabalho nas redações de notícias goianas, focando, por

consequente, em questões como o acesso à informação, a segurança dos profissionais, o apoio jurídico oferecido (ou não) pelos veículos de comunicação, a oferta de cursos especializados, além das crescentes demandas de um público cada vez mais informatizado.

Para mais, a análise procura, ainda, adentrar nas bolhas digitais e explorar como o avanço da tecnologia e a ascensão das redes sociais tem influenciado o trabalho do jornalista que investiga fatos, sejam eles políticos, sociais ou econômicos. Verifica-se se as redações de notícias disponibilizam os recursos necessários para o processo de apuração e divulgação de reportagens investigativas, além de trazer um importante debate sobre a questão da liberdade de imprensa e o modo como o jornalista deve se relacionar com as autoridades.

Portanto, ao discorrer sobre as crescentes tendências e dilemas da atividade investigativa no campo jornalístico no estado de Goiás, o estudo pretende colaborar na reflexão crítica da prática da profissão, abrangendo academia e os próprios profissionais da área, especialmente no contexto regional

Este artigo inicia-se com uma pesquisa bibliográfica para maior contextualização do tema, depois avançamos para questões metodológicas e discussão dos dados. A discussão teórica ilumina alguns dados que coletamos, no entanto, pouco fornece dados sobre a realidade regional, razão pela qual avançamos com a coleta de dados empíricos.

1. O Jornalismo Investigativo: história e conceito

Embora a prática do jornalismo investigativo pressuponha a efetivação do Estado Democrático de Direito, como defendeu o jornalista e escritor brasileiro Carlos Castelo Branco, no Caderno de Jornalismo, da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ,

1990), essa área de atuação se fortalece em um contexto histórico onde os direitos civis e sociais estavam em recessão. Ele surge com maior força entre os anos de 1964-1970, momento no qual eclodia o período da Ditadura Militar brasileira. Nessa época, jornalistas começaram a publicar matérias que denunciavam criticamente a conduta de figuras políticas.

Ainda que tenha tido maior força durante o regime militar, esse campo de atuação remota desde 1923, período em que surge o “Correio da Manhã”, considerado, até hoje, como um dos primeiros veículos a produzir matérias de cunho investigativo e um dos mais importantes do século XX. O jornal nasce no Rio de Janeiro (RJ), sendo fundado pelo jovem advogado Edmundo Bittencourt. Com caráter independente, liberal e doutrinário, o veículo se fortalecia em meio a uma época onde a imprensa se tornava cada vez mais parcial, segundo a Fenaj.

Mas passaram-se anos até que o jornalismo investigativo fosse enxergado como uma especialidade. O primeiro autor brasileiro a defender esse campo como uma vertente jornalística foi o jornalista Alberto Dinez. Em sua obra “O papel do Jornal”, publicada em 1986, Dinez aponta a necessidade de os veículos de comunicação ampliarem a informação para um público cada vez mais exigente, devendo, portanto, produzir conteúdos mais aprofundados por meio de reportagens investigativas.

Apesar da sua devida contribuição para os dias atuais, principalmente no cenário político, há múltiplas divergências no momento de definir o que realmente vem a ser o jornalismo investigativo. Para Dines (1986) ele tem forte relação com o jornalismo interpretativo, pois, além de investigar sobre as causas e origens dos

fatos, tenta oferecer a explicação sobre a ocorrência deles. Silveira (1990), por sua vez, diz que, nas décadas de 1980 e 1990, no Brasil, o jornalismo investigativo se caracterizou por trazer à tona as verdadeiras versões dos episódios de nossa história que só foram contados pela elite, pelas classes dominantes.

Porém, o jornalista Hamilton Almeida Filho discorre sobre as dificuldades de se fazer jornalismo nas últimas décadas do século 20:

O jornalismo saiu do investigativo para o serviço ou para a pseudo-análise. Porque o repórter investigativo faz tudo: investiga, dá o serviço e faz a análise. De 70 para cá, as universidades formaram um monte de jornalistas que, por falta de espaço, foram para as assessorias de imprensa. Então aumentou muito a oferta de notícias pronta na mesa do editor. Na verdade, hoje os jornais precisam muito mais de copidesques, de caras para fechar, do que de repórteres (Almeida Filho, 1990, p. 23)

Alguns autores se baseiam em Dinez ao afirmarem que o jornalismo investigativo é uma especialização jornalística; outros acreditam que é um jornalismo tradicional bem elaborado, que é feito por meio de diferentes pontos de vistas, checagem minuciosa, acompanhada de dados, mas que, no fundo, não chegaria a ser uma vertente específica, pois toda informação deve passar por esses procedimentos.

Fato é que esse campo da atividade jornalística vai muito além do uso de dados e checagens aprofundadas, e nem existe para revelar apenas escândalos - como podem pensar alguns. É uma prática que requer embasamentos aprofundados de informações de caráter público provenientes de pessoas ou grupos sociais tentam esconder da sociedade.

É inegável que há dilemas no exercício da profissão. Por receio do risco à vida, as fontes não se mostram abertas a conversarem com os profissionais sobre determinadas informações. Para que isso ocorra é necessário que o profissional construa uma relação de confiança com a fonte para que, assim, o jornalismo contribua com informações mais qualificadas.

No geral, o jornalismo investigativo está mais presente em grandes jornais de âmbito nacional, onde a estrutura para investigações é maior. Em Goiás, quem conta com mais estrutura, embora não comparada a outros veículos mais tradicionais, caso do Globo e Folha de São Paulo, ou mesmo o novato The Intercept, é o jornal O Popular, do Grupo Jaime Câmara (GJC). O Grupo é o maior conglomerado de comunicação da região Centro-Oeste, reunindo veículos impressos, de radiodifusão e Internet, além de ter hoje um dos principais investimentos da comunicação brasileira. Atualmente, o jornal O Popular é o que mais favorece as produções investigativas.

O jornalismo em Goiás conta com poucos veículos dedicados ao desenvolvimento dessa prática, uma vez que a investigação custa caro e demanda profissionais qualificados. Por esse motivo, essa a pesquisa ficou, em certa medida, limitada ao Grupo Jaime Câmara. Além disso, a informação de interesse público ainda é muito refém das influências políticas, dificultando, por exemplo, a descoberta de casos de corrupção na política, já que o Estado é o principal financiador da imprensa goiana.

2. A relação entre o jornalista investigativo e a fonte de informação

É por meio do vínculo entre o jornalista e a fonte de informação que se cria a matéria prima da atividade jornalística: a notícia. Sendo

essencial para a divulgação dos fatos, ela surge em meio a múltiplas negociações entre, no mínimo, dois personagens interessados na propagação e na repercussão de determinadas informações.

Souza e Freira (2019) discorrem sobre as novas formas de produzir a informação. Os autores discutem o uso de fontes anônimas no jornalismo investigativo, tomando como caso as reportagens da “Vaza Jato”, publicadas pelo site The Intercept Brasil em 2019. Os autores argumentam que o uso de fontes anônimas é uma prática legítima no jornalismo investigativo, mas deve ser feita com cautela, pois somente quando houver consequências graves para elas. Essas fontes são essenciais para a obtenção de informações que não estariam disponíveis ao público, pois podem levar à revelação de irregularidades ou crimes difíceis de serem apurados no cotidiano da redação.

Os estudiosos ainda discorrem sobre os argumentos favoráveis e contrários ao uso das fontes anônimas no processo investigativo de uma reportagem. Dentre os argumentos favoráveis, cita-se: a proteção de fontes que possam ser prejudicadas ou mesmo mortas se suas identidades fossem reveladas; a obtenção de informações que não seriam obtidas de outra forma; fomento à liberdade de expressão e ao direito de acesso à informação. Já os argumentos contrários ao uso das fontes anônimas dizem respeito à falta de transparência e à possibilidade de manipulação das informações por parte da fonte e dificuldade de verificação das informações. Souza e Freira (2019) recomendam que os jornalistas identifiquem, de alguma forma, as fontes, mesmo que não revelem suas identidades publicamente, e que documentem as informações obtidas, buscando, se possível, a confirmação das informações por outras fontes independentes.

Os autores aplicam essas recomendações ao caso das reportagens da “Vaza Jato”. Eles afirmam que o The Intercept Brasil cumpriu os requisitos de cautela e transparência. O site identificou as fontes, mesmo que não tenha revelado suas identidades, e documentou as informações obtidas. Além disso, o site solicitou a confirmação das informações por outras fontes independentes. Portanto, eles afirmam que as reportagens da “Vaza Jato” são um exemplo de como o uso de fontes anônimas pode ser feito de forma responsável.

Lage (2000) discorre sobre o grau de importância das fontes nas matérias jornalísticas. Segundo ele poucas matérias surgem integralmente da observação direta. A maioria contém informações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público, ou seja, há sempre jogo de interesses das partes envolvidas.

As fontes podem mentir, mas é de esperar que não mintam. Colocam-se aí duas questões: “por que se conta que alguém preste informações a um estranho, se não ganha nada com isso?” e “por que confiamos que, decidida a responder, essa pessoa não inventará uma resposta qualquer?” (LAGE, 2000. p. 05)

Conforme o autor, a resposta de uma fonte a um repórter depende de como ela o vê. Se sentir ameaça, será econômica com as palavras. Se busca defender seus direitos, fará questão de expor suas reivindicações. E se teme que o repórter não a compreenda, será minuciosa nas explicações. Em resumo, a relação entre fonte e repórter é um jogo de intenções que molda o resultado da consulta.

O resultado de uma consulta à fonte depende, assim, basicamente, da intenção que essa fonte atribui ao repórter. Se acha que o repórter é uma ameaça (posição freqüente entre os ricos e aos

que têm algo a esconder), será parcimoniosa nas respostas; se vê na conversa uma oportunidade de defender seus direitos (o que é provável entre pessoas pobres), enfatizará reivindicações e reclamações; se teme que o repórter não compreenda algo (o que ocorre, em regra, com cientistas e pesquisadores de ciências exatas), procurará ser minuciosa e redundante na explicação (Lage, 2000, p.06).

Passemos, agora, a outra questão importante que envolve o jornalismo investigativo: os recursos humanos e financeiros.

3. Qualificação profissional e investimentos

A principal diferença entre o trabalho de um jornalista para um outro que investiga é o fato de que o primeiro recebe informações pouco aprofundadas para trabalhar com mais agilidade. Já o jornalista investigativo pode levar dias, meses e até anos para que consiga desvendar os fatos e entregar a informação que interessa à sociedade. Assim, o processo investigativo exige certa qualificação do jornalista, na maioria das vezes, bancada pelo próprio profissional.

Isso porque, segundo Baggi (2011), as empresas jornalísticas têm sido cada vez mais limitadas financeiramente na produção de grandes reportagens. Essa limitação tem, portanto, levado jornalistas investigativos a assumirem o lado do empreendedorismo. No entanto, ainda há a presença de associações que apoiam a institucionalização do jornalismo investigativo. A Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), por exemplo, tem contribuído na oferta de diversos cursos gratuitos e bolsas de estudos que incentivam a qualificação e a capacitação do profissional que deseja atuar neste campo, além de realizar congressos, seminários e parcerias em premiações para reconhecer reportagens investigativas

Durante o Seminário, vários de nós voltamos a nos perguntar por que não temos ainda no Brasil uma instituição formada e mantida por jornalistas, independente, voltada para a troca de informações entre nós, para a formação profissional, para o aprofundamento dos conhecimentos e uso de ferramentas na área do jornalismo investigativo, para a formação de uma literatura e bancos de dados, para a promoção de seminários, congressos e oficinas de aperfeiçoamento profissional. Uma entidade que fosse voltada principalmente para o trabalho de crescimento profissional dos jornalistas, o que significa um respeito à sociedade que nos cobra um jornalismo de qualidade (Beraba, 2002, p. 5).

Foi com essas palavras que o repórter Marcelo Beraba convidou cerca de 44 jornalistas para formarem uma associação. O seminário no qual se refere diz respeito ao evento *Jornalismo: Ética, Técnica e Perigo*, realizado em agosto de 2002, no Rio de Janeiro (RJ), em resposta ao assassinato do jornalista Tim Lopes, sequestrado e torturado no Complexo do Alemão três meses antes. Em dezembro daquele ano, 140 jornalistas estiveram presentes no auditório da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). Na ocasião, todos ergueram os braços e decidiram se unir no que hoje se tornou a Abraji.

O *Jornalismo Investigativo: Da Hipótese à Construção da Narrativa* é um dos cursos oferecidos gratuitamente de forma remota pela associação, sendo um programa internacional que conta com instrutores de grande experiência no ensino e na prática do jornalismo de investigação. Com apoio da embaixada e do consulado dos Estados Unidos, o curso conta com diversas etapas, como formulação de hipóteses, planejamento, organização e construção da narrativa, que ganham especial atenção dentro de um currículo

que também tem espaço para as técnicas e os métodos de investigação convencionais.

Em Goiás, no entanto, os profissionais têm dificuldade para encontrar cursos presenciais de capacitação nesta área, ficando restritos a ofertas pelas faculdades e universidades goianas. A Universidade Federal de Goiás (UFG), por exemplo, possui, na grade curricular do curso de Jornalismo, a disciplina de Jornalismo Investigativo e Jornalismo de Dados, que tem contribuído para o aprimoramento profissional dos estudantes e a difusão dos conceitos e técnicas da reportagem investigativa.

4. Ciberespaço: as vulnerabilidades do meio digital para o jornalista investigativo

Enquanto o jornalismo impresso tradicional busca apoio financeiro para garantir a sua sobrevivência, o ambiente digital se tornou “rota de fuga” para que a notícia chegue mais rápido nas mãos de quem consome a notícia. Isso porque a internet apresenta múltiplas funcionalidades e potencialidades para alavancar o aprofundamento da área investigativa.

Apesar de promover o rápido acesso à informação, o ambiente digital, por outro lado, possui algumas vulnerabilidades, como o assédio a jornalistas. Visando mitigar a problemática, a Abraji lançou, em 2018, a cartilha “Como lidar com assédio contra jornalistas nas redes”, ao evidenciar que o meio virtual se tornou zona de comportamentos extremos. “Pela natureza investigativa da sua profissão, o jornalista está suscetível a críticas. Mas é importante separar a crítica ao trabalho de ofensas à pessoa. Também é fundamental não naturalizar os assédios como se fossem ossos do ofício ser alvo

de ataques” (Abraji, 2018, p. 3). A cartilha defende, entre outros pontos, a elaboração de protocolos de defesa digital para jornalistas.

As redes sociais têm reconfigurado a relação entre jornalistas, fontes e recriando as tensões entre o Estado, a imprensa e a sociedade. A organização Human Rights Watch (2014) verificou os efeitos da vigilância em larga escala sobre a prática jornalística no meio virtual e evidenciou as preocupações e mudanças de comportamento dos profissionais. De acordo com o estudo, os jornalistas cada vez mais adotam protocolos elaborados para proteger suas fontes, informações e descartar qualquer tipo de rastreamento digital de suas investigações. Dentre as principais medidas de segurança, cita-se o uso de uma alta criptografia na navegação on-line, além da preferência de encontrar suas fontes pessoalmente, abandonando a comunicação online.

Em setembro de 2022, o jornalista Yago Sales procurou a Secretaria de Segurança Pública de Goiás para reportar suspeita de invasão ao seu aparelho de telefone celular. Ele estaria sofrendo ameaças e perseguições após investigar a administração pública municipal de Goiânia. Assim como Yago, o fundador do portal on-line Goiás 24 horas, Cristiano Silva, foi vítima de violência em razão das matérias investigativas contra o governador do Estado de Goiás publicadas pelo portal. Hoje, o jornalista está refugiado em outro estado. Ele chegou a ser procurado para compor essa pesquisa, mas não aceitou comentar sobre o assunto.

De acordo com o monitoramento de ataques contra jornalistas, feito pela Abraji, em 2022, a região centro-oeste registrou o maior número de violações à liberdade de imprensa do país, com 169 ocorrências. Ainda nesse ano, foram registradas 557 alertas de violações da liberdade de imprensa no país. Um aumento de 23%

em relação a 2021. Das ocorrências, 63,3% dos ataques tiveram origem ou repercussão na internet.

5. Metodologia

Prodanov e De Freitas (2013) conceituam o termo metodologia como sendo a forma em que técnicas são aplicadas para buscar e analisar informações a fim de obter conhecimento para a resolução de problemas e lacunas a serem pesquisadas. Dessa forma, como parte do processo metodológico de produção dessa pesquisa, foi feito um roteiro prévio que delimitou os principais artigos, livros e outros itens da área de estudo do jornalismo investigativo com a função de guiar o presente estudo para um caminho mais assertivo no quesito de fundamentação teórica.

Buscou-se nessa pesquisa inicial trabalhos que abordassem a rotina do jornalismo investigativo em Goiás e seus principais desafios. A intenção era buscar obras que contemplassem o trabalho regional. Entretanto, foi notada uma insuficiência literária em relação a essa atividade profissional específica, ficando, então, a desejo de que uma pesquisa empírica preenchesse essa uma lacuna.

Então, além da pesquisa bibliográfica, optou-se pela pesquisa de campo com abordagem qualitativa para o levantamento e análise dos dados. Para Prodanov e De Freitas (2013), no método qualitativo, o pesquisador mantém contato direto com o objeto ou ambiente a ser investigado, necessitando de imersão no campo. Nesse caso, as questões são estudadas por quem vivencia e tem experiência no assunto que interessa ao pesquisador.

Assim, foram selecionados e entrevistados jornalistas do Estado de Goiás que são referências na realização de reportagens investigativas - principalmente de cunho político, a fim de se obter uma amostragem

que permitisse fazer uma inferência dos principais desafios profissionais enfrentados pelo jornalista investigativo no mercado de trabalho. As entrevistas foram realizadas de forma remota, entre novembro e dezembro de 2023, com um roteiro de perguntas pré-estabelecido. Logo após, essas entrevistas foram transcritas e os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Devido ao tempo disponível para a realização deste trabalho de iniciação científica, os entrevistados selecionados para compor essa pesquisa foram 3 jornalistas que trabalham com investigação em Goiás: um deles trabalha na CBN Goiânia, outro no jornal O Popular e o terceiro em veículo independente. Eles serão identificados respectivamente como: Entrevistado 1, CBN; Entrevistado 2, O Popular; e Entrevistado 3, Independente.

6. Análise e discussão de dados

A Lei de Acesso à Informação (LAI) estabelece o direito de acessar informações públicas. Desde maio de 2012, essa lei criou mecanismos que possibilitam que qualquer pessoa, física ou jurídica, sem necessidade de apresentar motivo, acessar informações públicas dos órgãos e entidades, algo que tem ajudado os jornalistas. Entretanto, ao exercer o jornalismo investigativo, o jornalista percebe que órgãos não atendem todas as obrigações da LAI, o que pode parecer uma tentativa de esconder informações de domínio público.

É um avanço que a LAI exista, mas ainda é complicado porque as instituições, os órgãos, tentam dificultar o acesso a essas informações, mesmo aquelas que são obrigatórias. Então são sites mal feitos, sites que são opacos em vez de transparentes, que dificultam que você chegue até a informação, muitas vezes a informação está lá, mas ele não aparece de forma acessível,

sem contar órgãos como o Tribunal de Justiça, que não publica tudo o que deveria publicar, está sempre escondendo algo. (Entrevistado 1, CBN).

Os jornalistas, pelos desafetos que colecionam ao realizar seu trabalho e pelo nível de autoridade que atingem ao publicar determinadas matérias de interesse público, estão sujeitos a censuras e tentativas de violência contra seus trabalhos. Os dois jornalistas entrevistados que não trabalham em veículos independentes disseram que a redação disponibiliza apoio jurídico caso sofram ameaças.

A redação disponibiliza apoio para os jornalistas diante de pressões e tem um escritório de advogados que acompanha e advoga a favor dos jornalistas em causas jurídicas, as eventuais causas jurídicas e também dá apoio e acompanha os jornalistas quando eles se sentem ameaçados. Então, tem sim esse suporte jurídico e profissional. (Entrevistado 1, CBN)

O GJC tem assessoria jurídica para defesa em possíveis ações e para avaliar abertura de processos. A redação também costuma avaliar casos de necessidade de segurança e proteção. (Entrevistado 2, O Popular)

Em fevereiro de 2011, a Polícia Federal deflagrou, em Goiás, a Operação “Sexto Mandamento - Não Matarás”, que realizou a prisão de 19 militares suspeitos de fazerem parte de um grupo de extermínio. Uma reportagem do jornal O Popular, com a manchete “Mato Por Satisfação”, revelou trechos de conversas entre os policiais presos na operação que diziam matar apenas pelo prazer.

Nesse clima, oito viaturas da Rotam¹ se dirigiram ao Grupo Jaime Câmara, sede do jornal O Popular, e rondavam o edifício com as sirenes ligadas e em baixa velocidade. Após a tentativa de intimidação, o comandante da Rotam foi afastado e as ações do grupo especial suspensas por tempo indeterminado. A Rotam só voltou a atuar em agosto, após anunciar uma nova filosofia de trabalho.

É inegável que a situação acima descreve o ambiente perigoso vivenciado pelo jornalismo investigativo goiano, fazendo emergir, desse modo, debates em torno da segurança do profissional da imprensa ao investigar e noticiar assuntos delicados. Censuras, intimidações e perseguições são só alguns dos riscos e desafios do mercado para quem escolhe caminhar pela área da imprensa investigativa.

A gente abriu uma edição com uma matéria mostrando as conversas entre PMs combinando supostas execuções. O jornal teve acesso ao inquérito. Nesse dia, o Jornal Popular sofreu uma violência. Os carros da Rotam fizeram um comboio e deram voltas no entorno do prédio da Jaime Câmara, claramente numa intimidação contra os jornalistas. Os repórteres que cobriram esse episódio foram ameaçados. Uma repórter precisou de ser escoltada, buscada e levada para casa por muito tempo. Quando envolve a polícia, como foi essa investigação deste caso, a gente sofreu momentos muito difíceis porque eram policiais que andam armados. Esse foi um dos episódios mais graves da minha carreira e o jornal não deixou de fazer a cobertura desse caso. (Entrevistado 1, CBN)

Ao longo da minha carreira, já enfrentei censura, restrições, interpelação e ação judicial, e ataques nas redes sociais. Já fiz

1 A sigla ROTAM é comumente usada para se referir às Rondas Ostensivas Táticas Metropolitanas. Elas são unidades operacionais de elite das polícias militares, que atuam em vários estados brasileiros, e foram criadas para combater o crescente aumento de roubos a bancos e outras atividades criminosas.

matérias que não foram publicadas, tive trechos de matérias retirados. Sofri uma interpelação judicial por parte do ex-governador Marconi Perillo² por conta de dois artigos que escrevi relacionados ao caso Cachoeira. As ações judiciais foram algumas contra o jornal, mas envolvendo matérias minhas sobre corrupção e investigações. Em nenhuma até aqui o jornal perdeu. (Entrevistado 2, O Popular)

Eu ocupava o cargo de editor da coluna Rio Direto, Dia da Manhã, na época que o jornal tinha capitalidade nacional, uma tiragem diária alta, prestígio no mundo político e jornalístico. E eu desagradei o ex-secretário de Segurança Pública, Demóstenes Torres³, depois tive problemas com o Marconi Perillo. Os áulicos do poder, para agradar o Palácio das Esmeraldas, pediram minha cabeça e o dono do jornal entregou. Logo em seguida eu saí do jornal, fiquei desempregado. Depois, a mesma coisa com o Ronaldo Caiado⁴. E, além disso, censura econômica. (Entrevistado 3, Independente).

Anos se passaram, mas ainda é possível notar resquícios da prática oligárquica no estado de Goiás, principalmente com o

2 - Marconi Perillo é um político brasileiro que já ocupou cargos importantes em sua carreira. Ele foi governador do estado de Goiás por quatro mandatos, servindo de 1999 a 2006 e novamente de 2011 a 2018. Além disso, Perillo também foi senador pelo estado de Goiás.

3 - Demóstenes Lázaro Xavier Torres é um jurista e político brasileiro. Ele foi senador de 2003 até 2012, quando foi cassado pelo Senado Federal por quebra de decoro parlamentar. Além disso, Demóstenes é procurador de Justiça aposentado do Ministério Público do Estado de Goiás e advogado.

4 - Ronaldo Ramos Caiado é um político brasileiro que atualmente ocupa o cargo de governador do Estado de Goiás. Antes disso, ele também foi senador pelo mesmo estado.

advento do Caiadismo⁵, que exerce grande influência política na imprensa goiana. Veículos de comunicação que recebem recursos do governo parecem adaptar bem os critérios de noticiabilidade de forma que a sociedade receba, em maior grau, notícias positivas em relação às esferas de poder. Isso porque “os veículos que dependem 100% de recurso, seja da prefeitura ou do Estado, são vulneráveis, obviamente, à pressão política das autoridades” (Entrevistado 1, O Popular). O fato é reafirmado pelo entrevistado 3:

As redações dos veículos de comunicação do Estado de Goiás elaboram as pautas de investigações políticas com cautela. A ideia, no geral, é não contrariar o status quo, o poder de plantão no executivo, sobretudo. A exceção, em um grau menor, do Jornal Popular. Os desafios encontrados para a investigação jornalística em Goiás, refere-se à ausência de documentos comprobatórios, ao poder hegemônico do executivo, à asfixia que estabelece o Legislativo em relação aos veículos de comunicação, e sobretudo, a ausência de fontes de informações que declarem em alto bom som quais seriam os desvios éticos de conduta na questão em foco. (Entrevistado 3, Independente)

Com isso, nota-se uma certa fragilidade no que diz respeito à liberdade da imprensa goiana. Para o entrevistado 1, a liberdade de imprensa sempre existiu, mas ocorre somente naqueles veículos que têm independência financeira. Já o entrevistado 2, afirma que é necessário lutar mais por ela do que refletir se há liberdade ou não:

5 Ronaldo Caiado é o atual governador do Estado. O Caiadismo, também conhecido como Caiadismo Político, foi um movimento político que marcou a história de Goiás durante a República Velha (1889-1930). Liderado por José Francisco Caiado, o movimento se caracterizou pela oposição à oligarquia dominante no estado, conhecida como Ludoviquismo, liderada por Antônio da Silva Ramos Caiado e sua família.

Acho que jornalista tem de pensar mais em lutar pela liberdade de imprensa - e esse é um esforço diário - do que refletir se há ou não. Depende muito mais de como cada um enfrenta os desafios e pressões. Acho que é possível fazer jornalismo político e investigativo em Goiás. (Entrevistado 2, O Popular)

Em agosto de 2023, o blog Goiás 24 denunciou um escândalo de corrupção envolvendo o atual governo do estado de Goiás. Segundo a reportagem, estariam sendo desviados mais de vinte milhões de reais dos cofres públicos em placas de sinalização nas rodovias goianas. Nenhum outro veículo noticiou o fato.

Ao que tudo indica, o jornalismo investigativo é mais praticado pelos jornalistas independentes. Isso porque, ao ser dono do próprio trabalho, o jornalista não se torna refém da linha editorial do veículo. Isso é reafirmado pelo entrevistado 3, que trabalha em um blog independente.

O jornalista teria que ser independente do executivo, do legislativo e do judiciário para não se prender as amarras estabelecidas pelos veículos de comunicação e ter uma sólida formação política, cultural, técnica, humanística para que possa se posicionar frente aos desmandos do poder econômico em Goiás”. (Entrevistado 3, Independente)

Outro item analisado pela pesquisa foi o quantitativo de redações que investem no jornalismo investigativo em Goiás. Foi notado que são poucos os investimentos destinados a esse campo de atuação.

Esse tipo de jornalismo é caro, demanda profissionais especializados, não só em investigação jornalística, mas profissionais que tenham fontes e que saibam fazer busca de dados na internet. O tal do jornalismo de dados é hoje muito impor-

tante para qualquer repórter, inclusive um repórter iniciante, porque toda reportagem hoje exige busca de informações por meio dos enormes bancos de dados que existem na internet, sem falar em buscas em sites, redes sociais e por aí vai (Entrevistado 1, CBN).

Esse entrevistado afirma que houve enxugamento de jornalistas investigativos ao longo de 17 anos no local onde trabalha. Isso reflete a precarização da ação investigativa realizada pelo jornalismo goiano. Outro desafio é o relacionamento com a fonte, de forma que essa relação não influencie na notícia.

Acho que o grande desafio é um só para todo mundo que faz esse trabalho, é o acesso às fontes e às informações. Muitas fontes têm muito receio de falar e aí muitas vezes a gente precisa trabalhar como se estivesse montando um quebra-cabeça, você consegue uma informação em uma fonte, depois você consegue uma outra informação em outra fonte e vai juntando quebra-cabeça e procura apurar em documentos oficiais se aquela informação que você vai juntando se confirma (Entrevistado 1, CBN).

Outro tópico analisado durante o estudo foi a questão da qualificação profissional que o jornalista investigativo deve possuir para alavancar a carreira e a questão salarial. Para o entrevistado 3, o preparo existe. “Agora, resta saber se a empresa de comunicação tem interesse em contrariar o poder executivo, com desvios de casos de corrupção, escândalos no legislativo, erros e irregularidades no judiciário e mesmo crimes que teriam sido cometidos por membros do poder”.

Já o entrevistado 1 acredita que a o preparo do jornalista deve ser realizada por ele mesmo, por meio de entidades que estão sempre

capacitando, como é o caso da Abraji. “Eu acho que é procurar essas ferramentas na internet para se capacitar, um jornalista mais qualificado ele tem chance de ganhar melhor do que o não qualificado, agora a realidade não muda, a realidade infelizmente é de salários baixos nessa nossa profissão” (Entrevistado 1, CBN). Em relação à remuneração:

Que eu saiba não existe diferença de salário para quem faz investigação política. Eu recomendo se associar a entidades que promovam o jornalismo investigativo (como Abraji), fazer cursos e assistir a palestras, ler muito os jornais (nacionais e internacionais) que fazem investigação, saber usar a LAI, e, como já dito, buscar muitas fontes (Entrevistado 2, O Popular).

Já para o entrevistado 1 “os salários de jornalistas não são bons, a categoria nunca teve bons salários e agora com essa proliferação de sites e de mão de obra pouco qualificada, o que a gente percebe é que os salários estão ficando piores”. Afirma ainda:

Em síntese, gostar do que faz, gostar do jornalismo, entender que o jornalismo é quase que uma vocação. Você entra nessa carreira porque você gosta do trabalho que faz, tem amor ao trabalho que faz e se acostumar a viver com um salário mais baixo porque não se fica rico no jornalismo você pode conseguir ao longo da carreira um salário um pouco mais decente, mas é impossível ficar rico com jornalismo (Entrevistado 2, CBN).

Isso demonstra que, apesar de ser considerado importante e essencial para manter a sociedade bem informada, o jornalismo investigativo regional é pouco valorizado, acontece pontualmente, não sendo uma prática cotidiana e um pouco insegura.

Considerações Finais

Esta pesquisa iniciou-se com um embasamento teórico que nos auxiliou a entender como é o jornalismo investigativo. Ao conceituá-lo, pudemos compreender sua principal característica, função e contribuição para os estudos da comunicação e, principalmente, para a sociedade. Entretanto, ao aprofundarmos no método da pesquisa de campo, foi possível verificar como essa atuação profissional encontra diversos desafios que dificultam a sua plena execução em âmbito regional.

Um dos critérios abordados nas entrevistas, é a questão da violência contra a imprensa. Todos, sem exceção, afirmaram que em algum momento da carreira sofreram com censuras, perseguições ou intimidações. É possível considerar, por meio dos relatos, que a liberdade de imprensa está longe de ser efetivada em Goiás. Isso porque, assim como nos tempos coronelísticos e militares, o governo ainda insiste em controlar as informações investigadas pelos veículos de comunicação - seja dificultando a efetivação da Lei de Acesso à Informação (LAI), seja intimidando as redações de notícias.

Devido à submissão desses veículos a esferas de poder, concluímos que cada vez mais jornalistas estão investindo na profissão de maneira autônoma. Isso porque, ao exercerem o jornalismo independente, os profissionais não são submetidos à censura por parte do veículo no qual trabalham. Por outro lado, não há garantias jurídicas, tampouco o mínimo de segurança necessária ao pleno exercício do trabalho. Cabendo ao profissional, realizar a investigação de um fato por sua conta e risco.

Quanto à qualificação profissional, foi notado que a redação não disponibiliza capacitação para que o profissional exerça a in-

investigação. Com isso, cabe ao próprio profissional investir em sua própria qualificação, muitas vezes, por meio da Internet.

Nota-se, ainda, que, em Goiás, não há diversidades de instituições que capacite, de maneira qualificada, o profissional que deseja seguir na área investigativa - com exceções de universidades que trabalham o tema em algumas disciplinas específicas, normalmente não obrigatórias.

Evidenciou-se também um forte domínio das esferas de poder sob a comunicação goiana: as perseguições, o militarismo, a censura e a dependência de recursos do governo por parte dos veículos de comunicação. Esses elementos dificultam ainda mais o exercício profissional no estado, o que talvez pode ser diferente em outras unidades federativas no Brasil.

Referências

BAGGI, Guia. **Jornalismo investigativo sem fins lucrativos na Europa:** motivos, organizações e práticas. Dissertação de mestrado. Universidade de Hamburgo. 2011.

CARTILHA: **Como Lidar Com Assédio Contra Jornalistas Nas Redes.** ABRAJI. 2018. Disponível em: https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/publication_info/details_file/7c9b338b-d40e-476e-a231-7ded238066e0/21034013-c8f5-49c3-a7da-c505f8a16ba6.pdf

DINES, Alberto. **O papel do jornal:** uma releitura. 8. ed. São Paulo: Summus, 1986.

FEDERAL NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Cadernos de Jornalismo.** Brasília: Fenaj, 1990.

LAGE, Nilson. **Relacionamento do repórter com as fontes:** procedimentos e teorias. Biblioteca Compós – Associação Nacional dos

Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2000. p. 1-15. Disponível em: <https://proceedings.science/compos-2000/papers/relacionamento-do-reporter-com-as-fontes--procedimentos-e-teoria?lang=pt-br>.

MELO, Guilherme. **A História do Jornalismo Investigativo**. Casa dos Focas, 2018. Disponível em: <https://www.casadosfocas.com.br/a-historia-do-jornalismo-investigativo/>. Acesso em 11 de setembro de 2023.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.

SEQUEIRA, Cleofe Monteiro de. **Jornalismo Investigativo: o fato por trás da notícia**. São Paulo: Summus Editorial, 2005.

SOUZA, Vagner Cesarino de; FREIRA, Débora. **O Uso das Fontes Anônimas no Jornalismo Investigo: O Caso das Reportagens da Vaza Jato pelo The Intercept Brasil**. CISEGO, 2019. Disponível em: <http://www.ciseco.org.br/index.php/edicao-8-2019/88-o-uso-das-fontes-anonimas-no-jornalismo-investigativo-o-caso-das-reportagens-da-vaza-jato-pelo-the-intercept-brasil>.

JORNALISMO INDEPENDENTE: SUSTENTABILIDADE AINDA É O MAIOR DESAFIO

Ana Luíza Lima dos Santos | Guilherme Américo Rodrigues

Isadora Martins Otto

Introdução

Vivemos em uma realidade onde somos surpreendidos com inúmeras e cada vez mais rápidas transformações tecnológicas no campo da comunicação, com a necessidade constante de informação imediata e variada, o que representa novas possibilidades para o fazer jornalístico, mas também novos desafios. Em particular, o jornalismo independente tem se tornado uma possibilidade profissional em crescimento, segundo Carvalho e Bronosky (2017), mas se apresentam novas dinâmicas em relação ao jornalismo de referência tradicional. O estudo a seguir visa iluminar as condições de trabalho para os jornalistas independentes, indagando suas

características, desafios e requisitos. Ao abordar essas questões, buscamos compreender o que torna esse segmento tão importante atualmente e evidenciar as possíveis consequências desse crescimento para a profissão jornalística como um todo.

O jornalismo independente, de maneira geral, é caracterizado pela ausência de vínculos com o jornalismo tradicional e por ser portador de certa autonomia editorial (Gosch, 2021). À medida que cada vez mais jornalistas optam por seguir essa rota independente, surge uma grande necessidade de compreender quais as condições em que estes profissionais realizam seus trabalhos. E com a cada vez maior digitalização da informação, plataformas online e redes sociais acabam se tornando espaços mais acessíveis para a prática do jornalismo independente. Segundo Carvalho e Bronosky (2017), isso, ao mesmo tempo, suscita questionamentos como a sustentabilidade desses meios, a ética jornalística e a qualidade informativa.

O estudo a seguir tem como objetivo principal investigar o mercado de trabalho para os jornalistas independentes, buscando as características específicas desse setor e analisando quais seriam os requisitos indispensáveis para o exercício bem sucedido dessa vertente profissional.

A relevância desta pesquisa se dá por sua contribuição para o entendimento crítico das transformações contemporâneas no mercado de trabalho jornalístico, assim como pela identificação dos possíveis impactos na profissão. Ao expor as condições do trabalho jornalístico independente, buscamos sensibilizar os empreendedores, os profissionais da área e os formuladores de políticas públicas para os desafios enfrentados por estes jornalistas, assim como

para a importância de garantir condições dignas para o exercício da função. Com isso, esperamos provocar reflexões e debates que possam contribuir para a melhora do cenário jornalístico atual.

1. Fundamentação teórica

“O jornalismo independente no Brasil tem sido impulsionado por jornalistas em busca de reposicionamento e pela recuperação de valores fundamentais, por vezes relegados pelos meios de comunicação tradicionais” (Patrício e Batista, 2020, p.220). Em resposta à necessidade de se reinventar no mercado, muitos profissionais migraram para o chamado jornalismo independente, visando não apenas reconquistar uma credibilidade “perdida”, mas também para “fugir das abordagens generalistas e dos possíveis vínculos com interesses governamentais e empresariais presentes nos veículos de mídia hegemônicos” (Segabinazzi e Mazzarino, 2020, p.112). Mas, apesar da iniciativa independente não ser pautada nesses princípios econômicos da mídia tradicional, suas formas de manutenção ainda são limitadas. Fundar veículos de comunicação independentes torna-se uma resposta natural à concentração de poder e recursos nos grandes meios de comunicação, proporcionando aos jornalistas desiludidos ou desempregados uma oportunidade de redefinir sua prática profissional.

No entanto, para contextualizar melhor a temática parte-se do pressuposto da definição que o termo “independente” recebe. Segundo Filho e Lima (apud Reis, 2017), o jornalismo independente é definido, em geral, por ser feito sem vinculação econômica ou editorial a grandes grupos empresariais ou políticos, em contraposição ao que acontece na mídia convencional”. Uma característica distintiva dos veículos de jornalismo independente é a busca pela

autonomia financeira e editorial, indo além das pretensões de imparcialidade e objetividade (Segabinazzi e Mazzarino, 2020). Dessa forma, os jornalistas independentes têm a liberdade de adotar abordagens editoriais diferenciadas, alinhadas aos seus princípios e valores. Essa autonomia não diz respeito apenas em relação ao Estado ou aos grandes anunciantes, mas também uma reflexão sobre as próprias práticas jornalísticas e responsabilidades sociais.

Figaro, Barros e Kinoshita (2019, p.03) afirmam: “Os novos arranjos econômicos do trabalho dos jornalistas são uma possibilidade de arranjar, isto é, de organizar o trabalho de forma alternativa e independente aos conglomerados de mídia”. A discussão abrange valores distintos e a busca por formas inovadoras de financiamento, incluindo doações de leitores, *crowdfunding*, participação em projetos de editais públicos e apoio de fundações privadas nacionais e internacionais (Figaro, Barros e Kinoshita, 2019). A diversidade de opções de financiamento reflete a dinâmica desse mercado em evolução, mas não soluciona as dificuldades financeiras encontradas para sua manutenção.

A independência financeira é fundamental e, nesse sentido, os novos arranjos são independentes porque sobrevivem a duras penas da prestação de serviços diversos: de cursos e palestras a freelancer em trabalhos paralelos. Mas e os independentes que recebem financiamento de fundações estrangeiras? De que independência se está falando? Certamente, como forma e conteúdo são traços de um mesmo sentido, há de se buscar deslindar o independente de sua aura de autonomia e de não compromisso (Fígaro e Nonato 2021, p.35).

A busca por um jornalismo sem fins lucrativos e apartidário motiva jornalistas empreendedores a deixarem a grande mídia e

consolidarem projetos independentes (Ramos, 2015, p.116). Essa migração é influenciada por diversos motivos, incluindo demissões e falta de identificação com os veículos tradicionais. Assim, o mercado de jornalismo independente no Brasil é caracterizado por uma interconexão complexa de fatores, que vão desde a busca por autonomia financeira e editorial até a diversificação de fontes de financiamento.

Na busca por um jornalismo sem fins lucrativos e apartidário, muitos jornalistas empreendedores vieram da grande mídia e por algum motivo, demissão, falta de identidade com o veículo, motivação para empreender em seu próprio negócio, saíram de seus empregos e tentam consolidar projetos independentes (Ramos, 2015, p.116).

A dinâmica desse cenário revela um campo em constante evolução, onde profissionais procuram superar as limitações dos meios de comunicação tradicionais em busca de uma prática jornalística mais autêntica e alinhada com seus valores e princípios.

O jornalismo independente surge como um agente transformador, introduzindo novos pontos de vista e representando grupos marginalizados. Além disso, a análise do jornalismo independente representa uma busca pela compreensão de uma diversidade de vozes e perspectivas na abordagem de questões sociais, políticas e culturais. Esse desafio à hegemonia na produção e disseminação de informações requer uma base teórica robusta e um aprofundamento no debate para seu efetivo desenvolvimento.

O jornalismo independente como forma alternativa de produção de notícias pode servir como um espaço crucial onde vozes marginalizadas e perspectivas críticas encontram a oportunidade

de serem ouvidas, contribuindo para a promoção da participação cidadã e ampliando a diversidade de opiniões e ideias na esfera pública e midiática. Ressalta-se a sua importância na democracia contemporânea, destacando seu papel vital na promoção da diversidade, diálogo e engajamento cívico.

Alguns dos estudos disponíveis em renomadas plataformas de periódicos, como repositórios acadêmicos digitais Scielo e Capes, abordam a temática do jornalismo independente. Entretanto, muitos deles ainda não oferecem as bases essenciais para compreender como o jornalismo independente se desenvolve, especialmente em questões de cunho social que não despertam grande atratividade para o mercado editorial.

Ademais, analisar o jornalismo independente é buscar uma forma de entender uma diversidade de vozes e perspectivas na cobertura de questões sociais, políticas e culturais. O jornalismo independente traz novos pontos de vista, representando grupos marginalizados e desafiando a hegemonia na produção e disseminação de informações que necessita de maior debate e arcabouço teórico para se construir.

2. Procedimentos metodológicos

A metodologia utilizada nesta pesquisa teve como abordagem a qualitativa. Conforme Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa envolve a interpretação do mundo, o que corrobora para que pesquisadores estudem os itens de pesquisa em seus locais naturais, com o objetivo de compreender os fenômenos e o significados que o conferem.

Com o objetivo de coletar informações e esquematizar o perfil dos sujeitos e as funções desempenhadas pelos jornalistas indepen-

dentos, foi utilizada a entrevista individual estruturada a partir de questões que envolvessem o mercado de trabalho do jornalismo independente. Os sujeitos pesquisados foram três jornalistas, dois editores e uma diretora das seguintes rubricas: Portal Nonada, Portal AzMina, Papo na Colina, Inspiração 6, Vocativo e Portal Ponte. As entrevistas foram feitas remotamente entre os dias 30 de novembro ao dia 7 de dezembro de 2023.

Esses portais atuam no espaço digital e diferentes estados brasileiros. Tivemos dificuldade de encontrar iniciativas em Goiás que se enquadrassem dentro das definições de jornalismo independente dos autores consultados. Há iniciativas individuais que atuam em blogs e redes sociais, mas não constituem organizações como foi o critério de busca desta pesquisa. Isso demonstra a dificuldade ou a falta de interesse em se fazer jornalismo independente no estado.

Para melhor identificação dos pesquisados, produzimos o quadro abaixo¹.

Quadro 1. Jornais independentes no Brasil

Nome	Descrição	Endereço eletrônico
Portal Nonada (PA)	com um viés decolonial, a organização promove projetos socioculturais e reportagens que dialogam com temas como políticas culturais, culturas populares, comunidades tradicionais, memória e patrimônio, além de abordar questões urgentes como a intersecção entre o setor e as mudanças climáticas.	nonada.com.br
Portal AzMina (SP)	veículo jornalístico focado na cobertura de temas diversos com recorte de gênero.	azmina.com.br

1 As descrições foram retiradas dos respectivos sites desses jornais.

Nome	Descrição	Endereço eletrônico
Papo na Colina (RJ)	Site que tem o objetivo de criar, divulgar e deixar o torcedor antenado em todas as notícias relacionadas ao Club de Regatas Vasco da Gama.	paponacolina.com.br
Inspiração 6 (SP)	agência de comunicação da periferia de São Paulo, que desenvolve soluções de impacto social para empresas, organizações sociais, artistas e empreendedores, fomentando a cultura, memória, geração de renda e educação.	inspiracaoseis.com/
Vocativo (AM)	veículo jornalístico que trata sobre Con-juntura Política e Meio Ambiente com base de atuação em Manaus, no Amazonas. A principal função do site é ser uma ferramenta de interesse público e defesa de direitos humanos, atuando em um contexto desafiador, onde a maioria dos veículos atua sem independência.	vocativo.com
Portal Ponte (SP)	organização sem fins lucrativos criada para ampliar o debate sobre os direitos humanos por meio do jornalismo. Tem como objetivo aumentar o alcance das vozes marginalizadas pelas opressões de classe, raça e gênero, permitindo a aproximação entre diferentes atores das áreas de segurança pública e justiça, colaborando, assim, na sobrevivência da democracia brasileira.	ponte.org

Fonte: dos autores

Os procedimentos técnicos incluíram solicitação da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido dos entrevistados, agendamento com os entrevistados, captação da gravação das entrevistas e sua transcrição. Buscou-se conhecer o perfil dos entrevistados, sua formação, experiência e remuneração, a liber-

dade de criação, o público visado, as fontes de financiamento e as condições de trabalho do jornalismo independente.

3. Análise e discussão dos dados

Iniciamos essa análise com o perfil dos sujeitos entrevistados. Em relação à trajetória dos entrevistados, esses se tornaram jornalistas independentes depois de praticarem a profissão em meios tradicionais. Logo, o mercado do jornalismo independente não requer especialização ou experiência específica em determinada área como requisito para a contratação do profissional. A opção pela nova carreira é para fugir do tradicionalismo e da produção focada em lucro, com a expectativa de produzir um outro jornalismo menos comercial.

Em relação a esse mercado de trabalho, apesar da vantagem mencionada acima, os entrevistados afirmaram que têm que trabalhar em mais de um veículo, para atingirem a renda necessária para se sustentarem. E até dividem suas atividades entre os veículos independentes e os tradicionais.

A jornalista que atualmente trabalha como gerente de jornalismo e diretora de conteúdo para a AzMina relata que: “Em alguns períodos eu mesclei, aqui, ali, trabalho no jornalismo independente com o trabalho também no jornalismo tradicional. Eu fui repórter, fui editora, fui gerente de projetos, hoje eu sou diretora de conteúdo.”

Isso pode ser traduzido como uma certa desvalorização da profissão, onde o profissional tem que se desdobrar para conseguir seu sustento, se submetendo, muitas vezes, a situações que não condizem com sua maneira de pensar e com seus princípios, para se encaixar em um mercado que não dá um retorno financeiro justo.

A partir disso, muitos acabam optando por seguir a rota alternativa do jornalismo independente, que apesar de os relatos mostrarem que esta está longe de ser a opção convencional ou mais fácil, traz grande satisfação ao profissional que adquire maior liberdade editorial e passa a ter a oportunidade de falar sobre assuntos que lhe dizem respeito também.

Os jornalistas entrevistados afirmaram terem seus vínculos contratuais com os portais como PJ (pessoa jurídica), ou por meio de acordos verbais com os contratantes como freelancers. Isso se evidencia na seguinte fala de um dos entrevistados:

Trabalho como PJ e minha remuneração geral é por demanda ou textos, onde você pode receber em média R\$ 400,00 por texto, o que pode levar vários dias para apuração, revisão, etc. Então é bem difícil trabalhar apenas realizando atividade de jornalista independente nesses termos.

Tendo em vista a necessidade de buscar renda extra e de se adaptar ao mercado de trabalho sem fins lucrativos, o jornalista precisa descobrir maneiras de se submeter a uma grande demanda de trabalho com retorno baixo. Isso porque o acúmulo de funções e responsabilidades é maior, mas não necessariamente tem uma remuneração proporcional. Outros entrevistados optaram por não dizer a remuneração, mas confirmaram ser necessário preencher renda com atividades extras.

3.1 Liberdade de criação

A linha editorial do Jornalismo Independente busca como indicado pelos entrevistados (quadro 2) uma proposta focada em direitos, que acolhe as narrativas de comunidades que, co-

mumente, estão à margem da sociedade e que não são consideradas lucrativas. Ou seja, os veículos independentes defendem sua liberdade de criação de conteúdos para que suas produções alcancem determinada causa. Portanto, o processo de criação demanda criatividade e liberdade para quem busca a independência de linhas editoriais tradicionais. Para um Jornalista entrevistado: “O mercado está cada vez mais difícil e fechado, onde muitos profissionais perdem os empregos e se arriscam independentemente. Penso que o modelo adotado hoje está meio que em xeque, ele vai precisar ser reformulado de alguma forma”. Assim, conforme afirma, surgem as oportunidades em outras direções.

O Inspiração 6 se propõe a trabalhar com direitos humanos, minorias e territórios marginalizados. O Papo na Colina especializou-se em futebol, mas cobre aspectos mais específicos e originais que os grandes veículos. O vocativo é especializado em pautas ambientais e de sustentabilidade. O Portal Nonada, além dos direitos humanos, produz conteúdos ligados à memória e ao patrimônio histórico e cultural. O Portal AzMina possui uma intensa cobertura sobre as questões de gênero e no combate à misoginia. E o Portal Ponte atua nos direitos humanos com foco nas questões sobre violência ligadas às injustiças sociais.

3.2 Requisitos da área

Ao abordar qual seria a visão dos entrevistados sobre o exercício da profissão jornalística de maneira independente, tendo como base os requisitos para atuar na área, temos um resultado comum: determinação. Observa-se que é um trabalho árduo e minucioso, onde, como descrito pelo Jornalista de Vocativo, requer “aquele fator X”, um diferencial, que te distingue tanto dos meios conven-

cionais, quanto da crescente onda de organizações e profissionais que buscam realizar esse trabalho de forma alternativa.

Além disso, a prática também requer contatos e financiamentos para que possa se manter de pé, já que o trabalho jornalístico precisa de recursos para ser realizado, o que torna tudo muito difícil. Para o editor do Portal Ponte só existem duas alternativas: “Ou você é rico ou você é alguém que considera jornalismo uma vocação. Ou seja, ou você nasce rico ou você se destaca muito, tem muita sorte, o que só ocorre em casos muito mais raros”.

O jornalista do Inspiração 6 enfatiza a necessidade de uma gigantesca rede de contatos, que é necessária para se manter relevante no ramo e ainda ter acesso a informações em primeira mão. “Essa rede não se constrói do nada”. Na maioria das vezes “requer anos de trabalho, tendo que se manter em todos os lugares de alta relevância para conseguir alcançá-la”, o que acaba demandando também uma certa renda para que se tenha acesso a esses locais.

3.3 Público e formas de financiamento

O nicho que se consolida a partir da captação de pessoas que se interessam pela linha editorial é estabelecido pelo valor notícia. A importância da produção de notícias que evidenciam o cotidiano dos assinantes se necessária, implicando uma análise de pautas que são realocadas, excluídas ou acrescentadas de acordo com o que o público consome. O processo de seleção da linha editorial é apurado para poder chamar a atenção do leitor, e as editorias podem ser reavaliadas se o perfil ou os interesses dos leitores mudarem.

O Inspiração 6 e o Portal Ponte possui majoritariamente leitores da periferia. O Portal AzMina destina-se às mulheres e pessoas trans. Os artistas culturais encontram bons conteúdos no Portal

Nonada. O Vocativo tem um público mais amplo que se interessa por direitos humanos como um todo e O Papo na Colina, torcedores vascaínos.

Sobre a questão financeira, já relatamos ser muito difícil viver exclusivamente do jornalismo independente. Os recursos são, em sua maioria, advindos do *grants* (patrocínio de órgãos públicos e fundações), financiamento ou venda de conteúdo por plataformas de monetização. É possível compreender que essas fontes não são constantes, e os portais buscam coletar recursos a partir de eventos e trabalhos para empresas privadas.

Especificamente, a sustentabilidade financeira dos portais pesquisados são:

Quadro 2. Fontes de recursos

Portais	Tipo de financiamento
Portal Nonada (PA)	Projetos culturais e Lei Rouanet
Portal AzMina (SP)	Grants e Lei Rouanet
Papo na Colina (RJ)	Monetização do Youtube
Inspiração 6 (SP)	Financiamento coletivo
Vocativo (AM)	Monetização do Google e doação de leitores
Portal Ponte (SP)	Venda de conteúdo, assinantes, e Grants

Fonte: Dos autores

A inconstância nos financiamentos também é um problema. Os convênios e contratos não são de longo prazo e há competição por esses poucos recursos disponibilizados para as causas dos direitos. Uma das entrevistadas disse:

Nunca tem longos financiamentos garantidos. Então, são financiamentos mais de curto e médio prazo. Você precisa também saber lidar com essa ansiedade. Saber lidar com esse novo cenário para fazer as pautas que você acredita, que têm a ver com a linha editorial do seu veículo e que vão ter um impacto diferente do que você teria se você trabalhasse, de repente, numa grande redação.

Fica claro que os veículos independentes enfrentam dificuldades para se manter em evidência em um mercado de trabalho que busca a lucratividade. A gestão financeira é feita, majoritariamente, pelos próprios jornalistas ou realizada por alguém contratado para exercer este papel.

A diversidade nos modelos de gestão financeira dos portais independentes reflete a adaptabilidade dessas organizações diante das condições específicas em que operam. Enquanto alguns optam pela autogestão, outros contam com equipes dedicadas ou trabalho voluntário.

O Nonada opta por uma abordagem de autogestão, onde a equipe interna desempenha várias funções, incluindo a gestão financeira. Essa alternativa é a mais comum relatada pelos entrevistados. Raramente, se pode contar com o suporte de uma empresa de contabilidade para otimizar essa tarefa, como disse um pesquisado:

Quem faz a gestão financeira, somos nós, basicamente. Enfim, todo veículo pequeno, organização pequena, jornalística, tem várias por aí. Nativo digital, principalmente, são poucas pessoas trabalhando. Então, a gente aqui acaba fazendo um pouco de tudo, nós mesmos fazemos essa gestão, tem uma empresa de contabilidade que ajuda também nesse sentido.

Outro relata que:

A gestão financeira é feita por uma equipe administrativa e financeira, então a gente tem duas pessoas nessa equipe, que é quem faz a gestão financeira do dia a dia, duas pessoas lideradas por uma diretora, também, então são três aí pessoas nessa equipe. E elas fazem toda a gestão financeira e administrativa, desde receber os financiamentos, até efetuar os pagamentos necessários, etc.

A Ponte e o Inspiração 6 adotam um modelo de gestão financeira baseado no trabalho voluntário. O Vocativo segue o mesmo modelo, onde todo o trabalho, incluindo a gestão financeira, é realizado por uma única pessoa. Colaboradores são envolvidos na produção de conteúdo, mas a responsabilidade financeira está sob direção do responsável principal.

3.4 Precarização das condições de trabalho

O panorama do jornalismo independente se apresenta com dificuldades e desafios. A busca incessante por narrativas alternativas e vozes diversas, tão característica desses veículos, encontra-se, paradoxalmente, associada a condições laborais desafiadoras que demandam uma investigação analítica aprofundada. A precarização do mercado de trabalho nesse contexto assume a forma de um fenômeno multifacetado, intrinsecamente influenciado por fatores econômicos, tecnológicos e estruturais, conforme captado na pesquisa bibliográfica:

Há que se acrescentar a isso formas “tradicionais” de precarização no jornalismo, como a instabilidade no emprego (o erro de uma informação pode ser mortal); a instabilidade do

emprego (os meios de comunicação dependem da publicidade; tal verba é a primeira a ser cortada pelo anunciante em períodos de crise econômica); a pressão política e comercial (o produto do trabalho pode desagradar a poderosos); o risco de processo (nada deve ser publicado sem provas) [...] (Nicoletti, 2019, p.221).

A necessidade de realizar outras atividades para além da redação, incorporando funções como gestão financeira e captação de recursos, evidencia a sobrecarga e desvio do foco e função de cada um. Segundo um dos entrevistados:

É muito difícil para um profissional se manter independente, falando sobre temáticas que lhe são importantes, em um veículo que banque esse trabalho. Quando isso acontece, é feito nos termos de cada espaço, que varia muito e, com a necessidade de produção constante para redes sociais, o volume de produção para o repórter muitas vezes dificulta processos de produção básicos, como apuração, por exemplo. Fora que submetido a qualquer imprevisto como doença, o profissional perde a notícia e conseqüentemente a renda vinda dessas produções, implicando uma necessidade constante de estar disponível para produzir. Os valores praticados pelo mercado, no geral, são insuficientes para bancar uma família, por exemplo.

No entanto, a problemática da precarização no mercado de trabalho não é exclusiva do jornalismo independente, ela permeia diversas esferas do campo jornalístico. A crescente precarização do trabalho jornalístico é um fenômeno que afeta profissionais em diferentes contextos, incluindo veículos tradicionais, agências de notícias e outros meios de comunicação, veja como se expressa esta pesquisada:

A gente sabe que existe, assim, uma precarização trabalhista, geralmente porque os meios independentes não têm fundos, e financiamento suficiente, muitas vezes, para celetizar as pessoas. Então, nesse ponto, a gente vive, sim, uma precarização, ao mesmo tempo, em que são ambientes de trabalho que considero muito mais saudáveis do que as grandes redações em que eu já trabalhei. Mas, de fato, a gente segue lutando para que a gente tenha cada vez mais financiamento institucional que garanta não só a realização dos projetos. A entrega desses projetos, dessas reportagens, mas que garanta também a saúde física, mental e financeira também das pessoas que trabalham nesses meios.

Aspectos como a ascensão do jornalismo online, mudanças nos modelos de financiamento, reestruturações nas redações e a pressão por produção contínua impactam o setor na totalidade. Nesse contexto, de acordo com Nicolleti (2019), pode-se supor que o efeito mais nefasto do trabalho precário no jornalismo é o impacto que tem em seu produto mais nobre: a informação. E a informação é um bem precioso para o desenvolvimento das sociedades. Para um editor entrevistado, essa precarização está presente em diversos cenários:

Acredito que isso varia, não apenas no jornalismo independente, mas em toda a profissão. Grandes veículos também podem adotar práticas de trabalho desfavoráveis, causando estresse e oferecendo salários baixos. No contexto do jornalismo independente, considerando essa diversidade de iniciativas digitais e pessoas que buscam um jornalismo mais autoral, percebo um avanço nesse sentido. Claro, ainda há precariedade, e muitos desses veículos podem não ter condições ideais, alguns sequer conseguem cobrir seus custos. Entretanto, ao observar especialmente aqueles que representam bem o

escopo do jornalismo nativo digital e independente, noto que, apesar dos desafios, há um progresso notável no Brasil.

Considerações Finais

Este trabalho buscou conhecer a realidade do exercício profissional do jornalismo independente, com vistas às condições mercadológicas e de trabalho. O foco inicial era o recorte regional, mas a pesquisa exploratória inicial não identificou uma iniciativa que se enquadrasse no conceito de jornalismo independente, restando aos pesquisadores encontrar práticas nessa área em outros estados.

A maioria dos entrevistados já atuaram no mercado de trabalho tradicional até procurarem a independência de linhas editoriais que buscam essencialmente a lucratividade. Eles afirmaram que a remuneração do jornalismo independente não consegue, por si próprio, garantir a sobrevivência dos profissionais, de modo que têm que buscar outros meios de completar renda.

Também o acúmulo de funções e responsabilidades é maior, e a remuneração não é compatível. Todavia, há um desejo de contribuir com causas sociais e ambientais, o que motiva os profissionais a permanecerem mais independentes em relação ao jornalismo tradicional. As periferias são mais privilegiadas e a diversidade de vozes mais buscadas nas pautas. Outra vantagem, decorrente dessa condição, é uma maior autonomia editorial. A pesquisa também identificou que o jornalismo independente se destina a públicos nichados.

Além do desafio da sustentabilidade, observou-se que é preciso perseverança para criar relações interpessoais que impactem no conteúdo mais profundo e inovador. Assim o talento e a vocação são determinantes nesse processo, pois é preciso produzir e entregar

conteúdos de qualidade e superiores ao que a mídia tradicional oferece em termos de direitos humanos.

Referências

ALMEIDA FILHO, Edgard Patrício de; LIMA, Raphaele Christine Batista de. **Elementos de identidade jornalística em autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 17., 8-10 nov. 2017, São Paulo(SP). Anais... São Paulo (SP): ECA/USP (UFG), 2017.

AUGUSTO, C. A.. SOUSA, J. P. DELLAGNELO, E. H. L. CARIO, S. A. F. Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 51, n. 4, p. 745–764, out. 2013.

BULHÕES, Juliana; RENAULT, David. A precarização da prática jornalística: uma revisão bibliográfica sobre o impacto das condições de trabalho na saúde e qualidade de vida do jornalista. **Revista Parágrafo**, v. 4, n. 2, p. 164-175, 2016.

CALADO, Karolina de Almeida. **Narrativas jornalísticas na mídia independente: vozes, temáticas e estratégias argumentativas**. 2019. Tese. Programa de Pós-graduação em Comunicação - UFPE. Recife, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/33434>. Acesso em: 11 dez .2023.

CARVALHO, G.; BRONOSKY, M. Jornalismo alternativo no Brasil: do impresso ao digital. Pauta Geral - **Estudos em Jornalismo**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. 21–29, 2017. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/10007>. Acesso em: 03 de dez. 2023.

FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia. **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas produtivas**. São Paulo: ECA/USP. Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021.

FIGARO, Roseli e BARROS, Janaina Visibeli e KINOSHITA, Jamir. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2019.

GOSCH, Raisa Moreira et al. **O conceito de jornalismo independente no contexto dos nativos digitais brasileiros**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) Centro de Comunicação e Expressão - UFSC. Jornalismo, 2021.

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

RAMOS, Daniela Osvald. SPINELLI, Egle. Iniciativas de jornalismo independente no Brasil e Argentina. **Revista Extraprensa**, v. 9, n. 17, p. 114-123, 2015. Tradução. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/extraprensa2015.104463>. Acesso em: 20 de dez de 2023.

REIS, Mariana. Comunicar, resistir: um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil. **Vozes e Diálogo**, v. 16, n. 01, p. 193 - 204, jan - jun de 2017. Disponível em: [file:///C:/Users/User/Downloads/praxedes1974,+14+-+Comunicar+e+resistir%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/praxedes1974,+14+-+Comunicar+e+resistir%20(3).pdf). Acesso em: 22 de dez de 2023.

SEGABINAZZI, Tiago; MAZZARINO, Jane Márcia. Narrativas Midiáticas Contra-Hegemônicas: Midiativismo e Jornalismo Independente Como Condição De Visibilidade. **Narrativas Midiáticas**, v. 96820, p. 109 - 129. jan - abr de 2019.

JORNALISMO POLÍTICO REGIONAL: DO PRESTÍGIO AO DESINTERESSE PROFISSIONAL

Amanda Vieira Marinho Dutra | Lavínia Dornellas Valadão

Letícia Carvalho Veloso Viana | Lucas Caetano Alves Pereira

Pedro Marinho Viana | Sarah Alice Borges dos Santos Pereira

Introdução

O presente artigo tem como objetivo discutir, no âmbito do jornalismo político, a realidade regional dessa especialidade no mercado de trabalho. Nesse sentido, faz-se necessária a análise do espaço que essa área ocupa dentro dos veículos goianos, a partir de uma recapitulação histórica e, por conseguinte, uma projeção futura das condições do jornalismo político.

No contexto brasileiro pós-Estado Novo, e depois com a redemocratização do país, o jornalismo político nasce com o intuito de informar os leitores dos jornais sobre o cotidiano do Congresso

Nacional – os debates, as votações, os projetos (Melo, 2008, p. 3). Tal realidade já compreende que “o jornalismo deve ser considerado não só como uma instituição, mas também como instituição política; em outras palavras, os jornalistas são atores políticos” (Cook, 2011, p. 1).

Entretanto, historicamente, observa-se uma reconfiguração do mercado de trabalho em vários níveis, a partir da ampliação de programas de pós-graduação na área da Comunicação, do fim da obrigatoriedade do diploma desde 2009, das transformações tecnológicas e da disponibilidade massiva de informações de rápido e fácil acesso sem a mediação jornalística, “indícios de que ser Jornalista hoje é diferente do que se imaginava há pelo menos dez anos.” (Silva; Bueno; Carneiro, 2022, p. 2)

O jornalista e pesquisador José Marques de Melo, conhecido por ter sido o primeiro doutor em Jornalismo e um dos principais teóricos da comunicação no país, anuncia, em 2008, que: “Do ponto de vista qualitativo, a grande mudança ocorreu no plano editorial. O jornalismo político deixou de ser engajado para assumir uma postura isenta” (Melo, 2008, p. 3). Sob o mesmo viés, Estrela Serrano (2006), doutora em Sociologia da Comunicação, aponta a consequência dessa alteração no papel desempenhado pelo jornalista, principalmente no âmbito político: “o jornalismo é encarado como um instrumento a serviço da política no seu sentido amplo, constituindo um indicador, não apenas de si próprio mas do sistema que ajuda a promover ou a minar (p. 67).

A autora conclui que há uma cultura “anti-classe política”:

entre os jornalistas, atribuída principalmente ao comportamento dos políticos e por parte do campo político, por uma visão instrumental e normativa do jornalismo mais preocupada com o que o jornalismo deve ser do que com o que na realidade ele é (Serrano, 2006, p. 77).

Sabe-se, então, que desde o surgimento da imprensa, o mercado jornalístico sofreu, ao longo dos séculos, diversas modificações. Surgiram muitas especializações como fotojornalismo, jornalismo esportivo, jornalismo literário, jornalismo científico etc. Nesse viés, é importante saber como o jornalismo especializado em política possui espaço dentro das áreas tradicionais do jornalismo, a exemplo da TV, do impresso e do rádio.

No intuito de percorrer um dos muitos debates possíveis sobre a situação do jornalismo político, principalmente quanto à percepção de que esta área está pouco explorada pelos estudantes da UFG, surgiu a motivação desta pesquisa. Frederico de Mello Brandão Tavares, jornalista e Doutor em Ciências da Comunicação, destaca que, no Brasil, “pode-se dizer que tais estudos praticamente ainda inexistem, havendo poucas publicações sobre o assunto (a maioria ainda de cunho mais “manualista” e menos teórico), bem como poucos cursos (e mesmo disciplinas e seminários) voltados para o tema” (Tavares, 2009, p. 2).

Este estudo beneficiará os estudantes de jornalismo em Goiás que ainda estão indecisos em seguir na área política, discutindo se decadente, saturada ou em ascensão. Pretende-se também contribuir com possíveis reformulações de componentes curriculares no Projeto Pedagógico de Curso (PPC), em especial para a grade

disciplinar disponibilizada pela Universidade Federal de Goiás, a qual não dispõe de ofertas rotineiras de jornalismo político.

Portanto, à vista do objetivo geral de saber de que forma o jornalismo político tem espaço no mercado regional, faz-se necessário verificar o nível de empregabilidade da área de jornalismo político, analisar as demandas para esse tipo de trabalho e verificar as dificuldades, bem como pressões sociais, a exemplo de assédios no cotidiano do jornalista político.

1. Jornalismo político: de partidário a empresarial

Ao longo dos anos, desde que a imprensa se instaurou no Brasil em 1808 com a chegada da Família Real portuguesa, a abordagem política foi consolidando o jornalismo no país. Com diversas mudanças sofridas nos meios e métodos comunicacionais, neste período de dois séculos, a de maior destaque refere-se ao jornalismo partidário, opinativo, altamente militante, que pendia para um pólo ideológico, mas que ficou de lado com a ascensão do jornalismo comercial, empresarial, amplo, que não visa exclusivamente lutas políticas, mas preza pelo lucro, o domínio no mercado e um grande alcance popular (Martins, 2008).

O jornalista Franklin Martins, em seu livro *Jornalismo Político*, faz uma análise comparativa entre coberturas políticas de meados de 1950 e do período áureo das eleições presidenciais de 2002, chegando a conclusões significativas para se entender os desdobramentos da editoria política no Brasil. “As manchetes de 2002 destacam [...] dois novos atores na cena política inimagináveis na primeira página de um jornal brasileiro há meio século: o mercado e as pesquisas de opinião” (Martins, 2008, p. 16).

Ou seja, com a ascensão do jornalismo empresarial, as redações passaram a ser regidas pela opinião pública – acima da opinião do dono –, por ser mais mais lucrativo e atender a um mercado mais abrangente e exigente. “Tomar partido” era mais importante, no contexto do auge do jornalismo opinativo, bem como garantia o sustento e a continuidade periódica de um jornal, tanto pelo período politicamente conturbado, com a democracia em risco e a censura da Ditadura Militar, quanto pelo aumento no consumo de jornais impressos. Posteriormente, com a ascensão do jornalismo empresarial, priorizar a abrangência de abordagem, bem como a pluralização de fontes e ideais se torna mais vantajoso e necessário para a instituição Imprensa (Melo, 2008).

Moraes (2017, p. 3) complementa este pensamento ao afirmar que, “no Brasil o principal modelo de desenvolvimento do jornalismo de referência “é aquele baseado na empresa privada”. A implementação desse modo de produção jornalística resulta em um confronto direto e constante dos fundamentos éticos da profissão com os imperativos das leis de mercado (Moraes, 2017).

Acerca disso, é importante ressaltar o papel do jornalista como ator político, como conceitua Cook (2001), ao afirmar que a instituição Imprensa é uma instituição política. Assim, na nova fase empresarial, o comunicador, independentemente de sua especialidade e de seu posicionamento político, é uma peça de relevância na engrenagem política, seja por sua ótica perante aos fatos, seja por seu estilo de cobertura e abrangência popular.

Isso não significa que os repórteres tenham lâminas políticas a afiar ou sigam conscientemente agendas partidárias ou ideológicas particulares. Ao contrário, o que complica estabelecer

o papel político dos jornalistas é que sua influência política pode decorrer de sua adesão a princípios de objetividade e deferência aos fatos e sua distância “custe o que custar” em relação às consequências sociais e políticas de sua cobertura, e não a despeito dessa adesão (Cook, 2011, p. 1).

E, ainda, segundo Martins (2008), é importante perceber que a democracia não se limita apenas às eleições regulares e à vigilância dos eleitores sobre os políticos: “Implica também aumento do espírito crítico e maior interferência da sociedade em todos os espaços públicos e de formação da opinião pública. A imprensa é um deles, talvez o mais importante deles” (Martins, 2008, p. 26).

Cook (2011) dialoga com Martins (2008) ao relacionar o jornalismo a um quarto poder, como um fiscalizador dos outros três poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário), mas que, embora tenha esse papel, também é fortemente influenciado por interesses políticos e econômicos privados. Ou seja, a atuação do jornalista político vai depender da demanda do mercado e do veículo em que ele está inserido.

E é também verdade que o jornalismo tem um forte impacto sobre os resultados políticos. Mas o fato de que a mídia foi instituída e é amplamente controlada por corporações privadas faz dela algo diferente de um poder governamental (Cook, 2011, p. 31).

Por outro lado, apesar do compromisso intrínseco do jornalismo com a empresa da qual serve, de acordo com Martins (2008), a primeira lealdade que um jornalista deve possuir, antes de qualquer desdobramento empresarial, editorial, qualquer tendência, é a lealdade com a sociedade. Segundo o autor, o profissional da

comunicação responde simultaneamente a numerosas lealdades no exercício da profissão: às fontes, aos colegas, à categoria, aos chefes, à empresa etc., mas a sociedade “faz do jornalismo o que ele é” (Martins, 2008, p. 33). O autor resume a ideia ao ressaltar que

o direito do jornalista à liberdade de imprensa é apenas um reflexo do direito de a sociedade ser bem informada. Essa é a questão básica que norteia a relação do jornalista com a sociedade. [...] o jornalismo só existe como missão: informar a sociedade para que ela, bem informada, possa tomar suas próprias decisões da melhor maneira possível (Martins, 2008, p. 34).

2. Mídias digitais versus Meios Tradicionais

Foi-se a época em que os sinais de Wi-Fi eram de difícil acesso na maioria das regiões brasileiras. O fazendeiro, a agricultora, que antes utilizavam apenas o rádio para se informar das notícias de localidades remotas de onde viviam, agora, possuem maior possibilidade de utilização da internet, dos portais digitais, de aplicativos como o *WhatsApp* e *Telegram*, nos quais grupos e comunidades são formados e informações, checadas ou não, compartilhadas. No cenário da globalização contemporânea, as tecnologias de comunicação tomaram conta do jornalismo atual, se posicionando como hegemônicas no cotidiano informacional (Miguel, 2019).

A maioria é centrada nas mãos de megaempresas, que patentearam as propriedades televisivas, radiofônicas e impressas e que, agora, dominam as mídias digitais. No Brasil não foi diferente. Estruturas familiares ligadas – direta ou indiretamente – à política e à economia são as que controlam os meios de informação (Frei-

tas, [s.d.]). Segundo Breecher (2012 *apud* Duarte, 2013, p. 34), os jornais já não possuem receita suficiente para empregar tantos jornalistas que façam um trabalho de qualidade, de referência, “que age como os olhos e ouvidos de uma democracia funcional, cobrindo política, governo, tribunais, [...] e todas as outras partes de uma sociedade civilizada”.

Ademais, com o avanço das redes sociais, impactando em diversos setores, e com a ascensão de jornais e portais de notícias digitais, a realidade informacional atual vêm se transformando rapidamente. Segundo Duarte (2013), uma das principais problemáticas que rodeiam o jornalismo de referência, de qualidade, é esta ascensão desenfreada de meios de comunicação descompromissados com a verdade e com a análise crítica dos fatos. Esses veículos reforçam informações retiradas de contexto e podem distorcer a realidade de temáticas políticas, ocorridos pontuais e discursos de autoridades, bem como, de organizações.

Se relacionarmos este fatores à atividade jornalística de viés político que estes meios se propõem a propagar, um potencializador negativo, segundo Miguel (2019), é a distribuição de *fake news* com maior facilidade. Isso, muitas vezes, sendo facilitado pela junção “polarização política + tecnologia”. Nesse meio, portanto, o jornalismo é colocado em questão, tanto como instituição, quanto empresa. Assim sendo, o autor destaca uma situação causadora das crises democráticas:

a mudança no ambiente informacional, com a presença cada vez mais importante de notícias falsas, disseminadas por sistemas alternativos de comunicação, que fortalecem o sentimento de pertencimento a grupos políticos rivais e

solapam a possibilidade de um diálogo abrangente (Miguel, 2019, p. 47).

No Brasil, a preocupação com as *fake news* cresce com a polarização política desde as manifestações de 2013 até a eleição do ex-presidente Jair Bolsonaro, em 2018. Este utilizou deliberadamente meios alternativos de disseminação de informações (inclusive falsas) e marginalizou o jornalismo (Miguel, 2019).

O fazer jornalístico brasileiro, voltado à editoria política, engajado com a sociedade, não pode perder de vista atributos como a autenticidade e a credibilidade, para a legitimação do ofício comunicacional e saudável ocupação nas redes sociais sem que se perca em um emaranhado de portais disseminadores de *fake news* (Miguel, 2019). Portanto, é árduo o trabalho do jornalista político no Brasil e o mercado de trabalho carece de jornalistas comprometidos com tais qualidades. Porém, nos meios digitais, a empregabilidade se mostra fraca e insuficiente para manter uma gama de profissionais vivendo somente do salário em portais de notícias online.

3. A imprensa goiana e a política em Goiás

A República Velha constituiu um cenário que influenciou, segundo Rodrigues (2015), a estrutura que sustenta o poder político goiano do interior em um viés clientelista, paternalista e assistencialista. O mandonismo, por sua vez, faz parte de um contexto local forte e legitimador de poder por parte de algumas instituições, como é o caso da imprensa goiana. Nesse contexto, os veículos de comunicação do estado podem ser utilizados para transmitir determinados interesses e informações.

Questões sociais, econômicas e raciais também estão inseridas na política de Goiás. A figura do coronel mantém-se viva no contexto histórico hodierno, principalmente, pela característica de polarizar espaços, indivíduos e situações, de acordo com Queiroz (1976 *apud* Rodrigues, 2015), o que abre espaço também para o federalismo.

Em Goiás, mesmo com o federalismo, o poder seguia os mesmos moldes de políticas anteriores, ou seja, o mandonismo de chefes locais, uma vez que a sociedade brasileira/goiana não tinha o espírito da liberdade individual nem do igualitarismo. A sociedade goiana era formada de “súditos” e não de cidadãos; e de súditos hierarquizados pela servidão, pela cor, pelo sexo, pela ocupação, pela educação, a simples introdução do federalismo por uma medida legal não poderia fazer a mágica de democratizar as relações de poder. Federalizar era necessariamente reforçar as estruturas sociais de poder preexistentes, era reforçar a desigualdade, a hierarquia, o privatismo. Não surpreende que o federalismo fosse bem vindo aos poderes locais (Rodrigues, 2015, p. 5).

E, para fomentar a propagação das informações, as estruturas técnico-políticas que impulsionaram a publicidade começam a se expandir no território, com investimentos em maquinário e circulação de dinheiro público. A política ganha força e influência. Assim, inicia-se uma fase moderna na política goiana, mas que ainda permanece com arranjos tradicionais, que segundo Rodrigues (2025), não se tratam de uma coincidência.

No Brasil, é notória a participação publicitária do poder público nos veículos de imprensa, seja como fomento estabelecido por Lei, para manter os jornais em funcionamento, seja como forma de controle da informação. Esses fatores dependem signi-

ficativamente do valor oferecido pelo político e pela motivação que há por trás dessa ação.

Segundo Bianca Santana (2017), em uma reportagem sobre Jornalismo e Política⁸ produzido para a *Revista Cult*, o maior anunciante do país é o próprio Governo Federal, “tanto pela comunicação de Ministérios e Secretarias, como pelas campanhas de empresas estatais” (Santana, 2017, s/n). Isso vem se mantendo, inclusive nos estados da federação, e há bastante tempo.

Maricato e Moraes (2011), ao fazerem uma análise crítica, política, social e infraestrutural da construção da Vila Mutirão em Goiânia, em 1983, pelo então prefeito Iris Rezende, no artigo *O mentirão, ou melhor, o mutirão de Goiás*⁹, explicam como a oferta de verbas governamentais para os jornais da época eram cruciais para desenhar a imagem do que seria a maior construção de casas em menor período. Uma das maiores despesas públicas daquela obra, segundo as autoras, foi feita “na intensa campanha publicitária que cercou o evento e sua preparação: filmes, panfletos, publicidade em rádio, televisão e jornais. [...]. O tratamento dispensado à Vila Mutirão é, sem dúvida, especial e localizado, e seu efeito publicitário multiplicado eletronicamente pela TV” (Maricato e Moraes, 2011, s/n).

Isso é reflexo de uma relação de décadas envolvendo as verbas do governo estadual e as notícias publicadas nos jornais goianienses. Tanto que, quando a quantia negociada não é repassada como tal, seja por atraso ou por diminuição do valor combinado, algumas reportagens anti-governo podem aparecer nas manchetes dessas mídias, como forma de confronto a determinados políticos.

Historicamente, as editorias de política sempre tiveram prestígio no jornalismo. É ela que justificou a associação do jornalismo com a imagem de quarto poder, além de ser a mais visada na relação dinheiro público e publicidade em jornais. Elas também ainda exercem grande impacto durante as eleições, quando as redações ficam em função dessa cobertura do dia a dia dos candidatos, da votação e da apuração dos votos.

A linguagem deve ser clara e atenta às técnicas discursivas democráticas, para que seja acessível e compreendida pelo público. Caso a editoria política seja pensada com elitismo intelectual, dificilmente alcançarão todas as camadas sociais, especialmente se o veículo é rádio ou TV. No impresso, costuma ser diferente. Em empresas tradicionais, o jornal é chamado de “impresso da elite”, e nesse formato consegue ser mais analítico e especializado. Todavia, independente do veículo, especialmente os mais tradicionais, o peso da verba governamental acaba por direcionar o noticiário para personagens políticos com maior visibilidade e competitivos na arena política.

4. Metodologia

Esta pesquisa está sustentada nos estudos propostos na disciplina de Iniciação Científica, ministrada em 2023, a partir de um tema macro, “Jornalismo e mercado de trabalho”, sugerido aos estudantes e discutido, introdutoriamente, pela professora responsável. A temática faz-se necessária ao ser ampla e impactar diretamente no caminho profissional dos recém formados, sendo uma discussão importante para quem deseja se especializar nesta área.

Delineou-se a questão problema: “De que forma o jornalismo político tem espaço no mercado de trabalho tradicional em Goiânia?” Para respondê-la, a pesquisa começou com um levantamento

bibliográfico e, nesse primeiro momento, já se observou o pouco conteúdo disponível sobre Goiás, o que demonstra, de antemão, a necessidade da pesquisa e a utilização de mais levantamento de dados acerca do contexto do jornalismo político no cenário regional.

Para agregar ao estudo, propôs-se uma pesquisa qualitativa, sustentada por entrevistas de profundidade a profissionais da área, com perguntas semiestruturadas agrupadas em quatro subtemas: mercado de trabalho, rotina, habilidades e pressões e assédios. Foram escolhidos cinco veículos de comunicação, sendo eles: Grupo Jaime Câmara, Diário de Goiás, Sistema Sagres de Comunicação, Mais Goiás e Agência Brasil Central. Eles foram selecionados de acordo com a expressividade no mercado de trabalho, além da disponibilidade dos entrevistados para participarem da pesquisa.

Com o roteiro de entrevista e os veículos decididos, deu-se início à pesquisa qualitativa, resultando em um saldo de 18 (dezoito) entrevistas realizadas, 4 (quatro) presenciais e 14 (catorze) remotas, num período de um mês, de 4 de dezembro de 2023 a 16 de janeiro de 2024). A fim de documentar fielmente as informações coletadas, as entrevistas foram transcritas, e para preservar o anonimato das fontes, foram utilizadas neste trabalho apenas as iniciais de cada um(a) dos(as) entrevistados(as).

5. Desafios na rotina dos profissionais

Ao englobar as diversas perspectivas, percebe-se que o desafio que mais prevaleceu dentre os entrevistados foi conseguir fazer uma melhor análise dos acontecimentos cotidianos na cobertura política. Alguns, como o entrevistado J.R, declararam precisamente que necessitam “entender melhor o que acontece nos bastidores da política, e não ficar apenas nas declarações oficiais”. Algo se-

melhante é o “interesse em criar uma narrativa da efetiva realidade dos acontecimentos”, como destaca o entrevistado H.

Explorando outras singularidades nas falas, nota-se que o tempo é um fator que prejudica a excelência. Questões como transparência, sigilo e a premissa da construção de um relacionamento com a fonte se aliam à percepção do desafio do jornalismo político, segundo os demais entrevistados. Isso significa que a política, diferente de outras áreas no jornalismo, é fortemente contornada por interesses em esconder ou dar maior visibilidade possível aos seus pontos de vista.

O jornalista, então, deve ser bastante experiente nesse tipo de cobertura, pois qualquer bastidor deve ser devidamente apurado, a fim de se evitar a intenção de manipulação do profissional pela fonte.

5.1 Cenário de vagas e remuneração

Quando a pergunta é relacionada ao cenário de vagas no jornalismo político, pode-se inferir que há espaço, no entanto, houve diminuição na procura por parte dos profissionais. R.S. tenta explicar essa queda no interesse de uma maneira mais pragmática:

A gente teve um contexto político no Brasil bastante alterado. Com manifestações de 2013 [...] o clima desse meio político [...] acabou ficando muito arisco [...] o contexto político fez com que esses jovens que entraram na faculdade de jornalismo passassem a não enxergar na política uma possibilidade de trabalho, [...] muita gente [...] já entra na faculdade pensando em fazer assessoria, lugares em que você não tem esse confronto nesse meio.

Uns até reconhecem um crescimento da oferta de vagas, mas criticam a falta de preparo de alguns profissionais que estão nessa editoria, denotando um subaproveitamento, como acentua C.A.:

Eu sinto muito que estão indo para a rua fazer política para esse monte de site, canais de YouTube que surgiram, muito sem base, sem informação. Me entristece muito ouvir as coletivas... perguntas que não tem nada a ver, de pessoas que não estão preparadas, de pessoas que não entendem o que está acontecendo. [...] Falta pessoas interessadas em entender o que está acontecendo para não cometer gafes. Fico com vergonha alheia de ver as perguntas que a gente ouve nas coletivas, eu não vou muito nas coletivas porque eu fico mais trabalhando fora, mas eu ouço as entrevistas... é de chorar.

Merece ser destacado a variação nas respostas quando o assunto é remuneração. Seja por não quererem o risco de errar a média salarial ou por achar um assunto consideravelmente espinhoso, tanto por uma perspectiva mercadológica quanto por uma óptica sindicalista. Houve uma certa predominância em respostas notadamente abertas quanto à remuneração, alguns participantes sequer responderam, são esses os entrevistados J.R., M.C, J., E., T., C.A. e K.

Os entrevistados R.S., F.V. e F.P. destacaram o piso, porém a última pontuou explicitamente que “deve ser um pouco acima do piso, porque é um editoria que costuma ter pessoas com mais experiência. Mas nosso piso é baixo, vale lembrar”¹. A entrevistada B. também expõe uma criticidade nesta área: “A remuneração é muito ruim para um trabalho intelectual e pela nossa carga horária

1 O piso salarial em 2024 era de R\$ 3.100,00.

que nunca é de 5 horas, ainda mais um jornalista político. Meu celular, por exemplo, funciona no final de semana”.

Outro ponto de destaque é que não há um padrão quando o assunto é remuneração. Alguns, como os participantes A., Y., S., C.M., M.C., C e H. mencionam uma espécie de remuneração que varia de acordo com o grau de proeminência do profissional. No caso de H.: “posso afirmar que não costuma haver diferenciação por conta da editoria, sendo mais atrelado ao desempenho do profissional, seu reconhecimento e seu tempo de atuação.”

5.2 Pressões e assédios

De forma geral, os jornalistas que atuam na área política já sofreram ou conhecem de perto casos de assédio e interferência externa. Quando questionados se essas pressões costumam vir da empresa em que o profissional trabalha ou dos políticos, o grupo se dividiu e apenas o entrevistado A. não quis responder à pergunta.

Os entrevistados disseram que é mais comum o assédio por parte dos políticos. Ressaltam que normalmente eles atacam a integridade e o caráter do jornalista, o diminuindo como profissional. Ou seja, geralmente são ataques verbais.

Infelizmente, virou moda a estratégia de fazer ataques personalizados e pessoais, como se o repórter fizesse tudo sozinho dentro de uma redação. Mas acho que cabe ao jornalista ser firme e não ceder a tentativas de intimidação (J.R.).

O jornalista J. descreve uma situação em que os políticos tiram proveito para manchar a reputação dos profissionais da comunicação, os posicionando ideologicamente entre direita e esquerda.

Quem não gostou, dependendo da situação, começa a fazer campanhas negativas contra a pessoa, atuando no lado pessoal, que é um negócio horrível que a gente tem percebido com a famosa 'lactação' durante esses últimos tempos. [...] Ou seja, aquilo que não é bom para um determinado setor, se for divulgado, aquela pessoa se torna uma pessoa ruim, marcada pela internet (J.).

Em contrapartida, os profissionais que relataram que é mais comum sofrerem pressão por parte da empresa, destacaram que o assédio moral é o principal problema. O entrevistado

J. afirma que os jornais têm donos, e que eles têm interesses financeiros que devem ser preservados. E. afirma que o assédio ocorre quando tem que se cobrir algo que o dono não quer mostrar.

Entre essas duas possibilidades, destacam-se as opiniões de M.C. e R.S. que disseram que não tem como separar o assédio sofrido pelos jornalistas entre empresa ou políticos, porque os jornais servem aos interesses dos governantes.

Normalmente, as autoridades políticas não advertem diretamente o profissional, geralmente chamam os cabeças do veículo. No caso, o proprietário, o diretor de redação [...] que por sua vez vão tentar mediar a atenção, mas que de alguma forma vai chegar alguma bronca ao profissional (M.C.).

Ou seja, o profissional está subordinado, de todas as formas, a interesses políticos e financeiros.

Ao ser questionado sobre os assédios no trabalho, R.S. compartilhou uma experiência pessoal sem citar o veículo de comunicação, do qual ganhou uma indenização em um processo. Ele também afirma que, no passado, ele percebia que havia uma problematização

maior em cima de casos assédios e que atualmente há uma certa condescendência. Para ele, o assédio já começa na atitude de alguns jornais que buscam a negociação de um salário abaixo do piso.

T. cita um fato que não aconteceu com um colega que o marcou pela gravidade do ocorrido, comprometendo a integridade física de quem sofreu:

Fez-se uma longa investigação, investigou um caso que estava acontecendo de compra de diplomas em um determinado órgão público aqui do estado. Ele publicou a reportagem e assim, impecável e essa pessoa foi perseguida, recebeu ligações com ameaças, mensagens por muito tempo. Ela sabia o risco que ela estava assumindo quando publicou a reportagem (T.).

Já F. P. faz um relato que, para ela, é “comum”, e que já sabe como agir nessas situações. A entrevistada afirma que acontecem muitas “brincadeirinhas” por parte dos políticos sobre a vida pessoal dela. Um exemplo foi o comentário a seguir que ela recebeu: “você não se casou, por isso tem o coração duro desse jeito”.

Esse comentário escancara o machismo no meio político, que é sintoma da sociedade e mostra um contexto de discriminação da mulher. Por isso ser pouca a presença de mulheres no Congresso Nacional. Segundo o site El País, 85% das cadeiras são ocupadas por homens. Na matéria ainda é relatada a experiência de Simone Tebet (Movimento Democrático Brasileiro - MDB) que foi desqualificada por Wagner Rosário ao ser chamada de “descontrolada” durante uma sessão da CPI da Pandemia.

Os dois casos são exemplos de como a cultura de uma suposta superioridade masculina ainda perdura e é reproduzida para que,

ao se expressarem, as mulheres sejam invalidadas e caladas, inclusive na condição de jornalistas.

A maior parte dos entrevistados que relataram ter sofrido casos de pressão e assédio não quiseram ou não puderam citar nomes, talvez por medo justamente de pôr em risco a sua integridade novamente.

5.3 Futuro da editoria

Não houve muita discrepância entre a perspectiva otimista e pessimista de futuro do jornalismo político. Entre os entrevistados que expuseram suas opiniões, 4 foram positivos em relação ao aumento da demanda dessa área, 5 negativos e 1 acredita que se manterá como está.

Os jornalistas que têm uma perspectiva positiva para o futuro dessa editoria em Goiânia destacam a importância da política não só para o jornalismo, mas para toda a sociedade.

O jornalismo político vai ser um tipo de jornalismo que sempre vai ser necessário. Não é possível. Não é daqui a alguns anos que essa editoria vai ficar. Vai enfraquecer, vai ser substituída por outra. Não tem como se afirmar isso, porque enquanto existe política vai ter gente especializada analisando aquilo. E a política é algo inerente ao ser humano, né? (Y.).

Ao mesmo tempo que defende o crescimento da área na cidade, A. afirma que o mercado de trabalho está carecendo de pessoas que tenham bom conhecimento de política e ética para ocupar cargos futuros. M.C., J. e E. também acreditam que há muito despreparo entre os profissionais, mas, diferentemente, afirmam que isso resultará em um decréscimo na procura pelo jornalismo político.

Outro motivo que R.S e E. citam para a desvalorização da área é a difusão de informações pela internet - situação essa que assombra não só o jornalismo político, mas todas as editorias.

Isso vai continuar pautando as nossas vidas cada vez mais. Então acho que a gente vai ter cada vez menos vagas para jornalistas profissionais e o mercado acho que vai ficar cada vez mais restrito, infelizmente. Não é o cenário que eu gostaria de ver, mas parece que não tem como a gente fugir disso (R.S).

H. discorda afirmando que a internet não veio para substituir ou acabar com o jornalismo, mas para que ele possa se adaptar às mudanças.

Acredito que haverá a manutenção de atenção dada ao assunto [política]. Não vejo razões para um aumento significativo ou mesmo uma queda [de vagas]. As mudanças podem se dar muito mais pelos veículos e seus modais (a aparição de novos sites ou a migração ainda maior das publicações impressas para o meio eletrônico) do que propriamente o crescimento dentro dos veículos existentes (H.).

Lembrando Ana Duarte (2013), com o aumento da distribuição de informações nas redes sociais, surgem também novos “veículos” descompromissados com a verdade, o que acaba por desvalorizar os jornalistas profissionais. Mas, ao mesmo tempo, com essa adaptação para o meio digital - ampliando a procura por informação - surgirão mais oportunidades para os jornalistas, prevê a autora.

Considerações finais

Verificou-se, por meio desta pesquisa, que o mercado do jornalístico político goiano apresenta uma grande divergência de percepções

no que diz respeito aos desafios e oportunidades. É notável, pelas respostas dos entrevistados, que a editoria política tem um espaço consolidado no jornalismo goiano, no entanto, ocorrem entraves quanto à expansão da atividade.

Constatou-se uma subtração da credibilidade do jornalismo político em Goiás, devido à contratação de profissionais despreparados para essa especialidade. O fazer profissional configurado com as noções técnicas, éticas e socialmente responsáveis do repórter é determinante para compreensão do espaço do jornalismo e vai de encontro aos interesses econômicos das empresas de comunicação privadas (Moraes, 2017).

Se o jornalista deve ser o fiscalizador dos poderes e ter compromisso com a sociedade (Cook, 2011), devendo se contrapor aos interesses políticos e empresariais, isso acarreta uma grande pressão, evidenciada pela pesquisa, aos profissionais de imprensa. Esse constante assédio, cada vez menos problematizado, como relatado pelos entrevistados, deve ser visto como uma violação do direito à liberdade de imprensa, bem como um comprometimento do exercício jornalístico.

Quanto às perspectivas de futuro para a área, a pesquisa revelou visões tanto otimistas quanto pessimistas. Estão presentes visões de incerteza sobre a perda de espaço do profissional diante dos meios de comunicação digitais, como previsto por Duarte (2013). Em contraponto, existem profissionais que acreditam que a editoria política se manterá estável diante das mudanças, pela sua presença já consolidada historicamente.

As análises apresentadas convergem a um mesmo ponto: a desvalorização do jornalista político. Isso é reafirmado nas respostas

dos entrevistados, que relatam diminuição da oferta de vagas de emprego, a má remuneração e a carga horária abusiva.

Ao final dessa pesquisa, se constata que o jornalismo político, apesar de já ter ocupado lugar de notoriedade e prestígio, tem sido desvalorizado no contexto regional. Além disso, vê-se que a atividade jornalística se encontra em um momento de reformulação e adequação, tanto aos novos veículos de comunicação, quanto ao cenário político contemporâneo. Pode-se argumentar que o futuro da profissão é incerto e carregado por diferentes perspectivas.

Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalista: do mito ao mercado. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 1, p. 45-57, 2005.

COOK, Timothy E. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 6, p. 203-247, 2011. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rbcp/article/view/1884> . Acesso em: 07 fev. 2024.

DUARTE, Ana Isabel Correia. **O Público e o Jornalismo de Referência**. Dissertação de Mestrado. Universidade do Porto, Portugal, 2013. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/70724>. Acesso em 01 fev. 2024.

FREITAS, Ananias José. Jornalismo e Política no Brasil: Olhares Contemporâneos. **Portcom**, Belo Horizonte, [s.d.] p. 1-19, 2000. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/f1f783f2f480fe3dc9bc84e5de207929.pdf>. Acesso em: 25 out. 2023.

JORNALISMO Político: função, como se tornar, habilidades, mercado de trabalho, atuação e mais!. **Carreiras e Profissões**, [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://www.carreiraseprofissoes.com.br/blog/jornalismo-politico->

habilidades-mercado-de-trabalho-atuacao-e-mais. Acesso em: 13 de outubro de 2023.

MARICATO, Ermínia; MORAES, Lúcia Maria. O mentirão, ou melhor, o mutirão de Goiás. Lua Nova: **Revista de Cultura e Política**, [s. l.], 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/qTSnt6mn5XhH6VDRjrhVRh/?lang=pt>. Acesso em: 5 fev. 2024.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil. *et al.* **Estudos sobre jornalismo político**. Curitiba: CPOP, 2018. *E-book* 264p.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. 1. ed. v. 1. São Paulo: Contexto, 2008, 139 p.

MELO, José Marques de. Jornalismo Político: Democracia, Cidadania, Anomia. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 35, 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4097/3098>. Acesso em: 25 out. 2023.

MIGUEL, Luis Felipe. **Jornalismo, polarização, política e a querela das fake news**. Brasília, Editora UnB, p. 46-58, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Luis-Felipe-Miguel/publication/337759789_Jornalismo_polarizacao_politica_e_a_querela_das_fake_news/links/5de8eb564585159aa462f79c/Jornalismo-polarizacao-politica-e-a-querela-das-fake-news.pdf. Acesso em: 19 out. 2023

MICK, Jacques. Trabalho jornalístico e convergência digital no Brasil: um mapeamento de novas funções e atividades. **Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 15–37, 2015. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/7579>. Acesso em: 17 jan. 2024

MORAES, Ângela Teixeira de. As mudanças no jornalismo de referência em Goiás: Um estudo de caso do Grupo Jaime Câmara. **Intercom**,

Curitiba, p. 1-13, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0144-1.pdf>. Acesso em: 20 out. 2023.

OLIVEIRA, Joana. Machismo à Esquerda e à Direita na Política Brasileira. **El País**, 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-09-26/o-machismo-que-ainda-deseja-acender-fogueiras-para-as-mulheres-que-ousam-fazer-politica.html>. Acesso em: 7 de fev. 2024.

SANTANA, Bianca. Jornalismo e Política. **Revista Cult**, São Paulo, 13 jun. 2017. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/jornalismo-e-politica/>. Acesso em: 7 fev. 2024.

SERRANO, Estrela. A dimensão política do jornalismo. **Comunicação & Cultura**, Lisboa, n. 2, p. 63-81, 2006. Disponível em: <https://revistas.ucp.pt/index.php/comunicacaoecultura/article/view/396>. Acesso em: 18 jan. 2024.

SILVA, M. Alves. da; BUENO, T. C.; CARNEIRO, T. L. F. Perfil do jornalista na Região Tocantina: a construção da identidade profissional no sul do Maranhão. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 25, p. 914–939, 2022. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/70036>. Acesso em: 17 jan. 2023

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. **Estudos em Comunicação**, n. 5, p. 115-133, 2009. Disponível em: <https://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>. Acesso em: 25 out. 2023.

O OLHAR POR TRÁS DAS CÂMERAS: O MERCADO DO FOTOJORNALISMO REGIONAL

Anna Letícia Gomes de Azevedo | Anna Luiza Feitosa Fernandes

Bartolomeu Pereira Lima Neto | Gabriela Gomes Diniz

Larissa Gonçalves de Oliveira | Rainne Alexandra Gomes Guimarães

Renata Silva Akutsu

Introdução

O primeiro periódico impresso no Brasil, a Gazeta do Rio de Janeiro, é de 1808, consequência direta da mudança da família real portuguesa para o país. Desde a data em questão, a popularização e o investimento nessa área fizeram com que houvesse o crescimento no mercado de trabalho atrelado ao interesse de diversos profissionais em fazer parte dessa forma de comunicação. Esse crescimento possibilitou a realização de mudanças na forma de fazer o jornalismo, com atualizações que prezassem pela maior

captação da atenção do público para a comercialização de jornais, como o acréscimo de fotografias junto aos textos.

O país teve a sua primeira foto publicada em um jornal no início do século XX. Um feito recente se considerando o tempo histórico da invenção da fotografia na primeira década do século anterior. Desde então, a fotografia já passou por mudanças consideráveis em termos de resolução, qualidade e técnica. Muitas dessas melhorias se devem ao avanço da tecnologia, que possibilitou câmeras menores, mais rápidas, portáteis e com mais funções. No entanto, é necessário dar o crédito ao olhar apurado daqueles que estão por trás das câmeras, pois desenvolveram e aprenderam técnicas que possibilitaram fotos mais nítidas e expressivas, além de criar uma narrativa imagética contando uma história ou uma opinião, por meio do fotojornalismo.

O cenário nacional do fotojornalismo se define como amplo e incerto quando pensamos nos profissionais atuantes. A extensão do País é um dos fatores marcantes para que haja uma dúvida com relação ao perfil desses profissionais, com poucos dados de pesquisa, uma vez que as fotografias dos jornais nem sempre estão ligadas a profissionais contratados de forma permanente pelas redações.

Em Goiás, principalmente, são poucos os estudos sobre o fotojornalismo regional, e isso motivou a pesquisa que antecedeu este artigo. Entender sobre o mercado de trabalho nessa área é uma forma de identificar como a profissão de fotógrafo se estabelece no meio jornalístico de Goiás, visto ser uma área de formação em todas as instituições de Ensino Superior que ofertam o curso.

Mas o objetivo desta pesquisa não se limita apenas a traçar o perfil profissional, mas também conhecer as funções desempe-

nhadas pelas pessoas que produzem as fotos veiculadas em sites jornalísticos na cidade de Goiânia, atrelado a uma metrificação da origem dessas imagens usadas pelos veículos selecionados. Assim, será possível conhecer melhor a realidade do mercado.

Para que seja possível o alcance desses objetivos foi feita uma pesquisa exploratória quantitativa, com entrevista em profundidade, após a pesquisa bibliográfica, e uma pesquisa quantitativa verificando a origem das fotos veiculadas nos jornais pesquisados. Foram, então, selecionados três jornais para a análise: O Popular, Mais Goiás e O Hoje. Todos os jornais citados foram escolhidos considerando os critérios de: localidade, importância no cenário regional e constância das publicações no meio fotojornalístico goianiense.

Após a seleção dos veículos, foram realizadas cinco entrevistas com três editores e dois fotógrafos, feitos no formato online e presencial. O roteiro das perguntas foi feito de forma prévia por meio de um questionário semiestruturado, possibilitando que o diálogo se desenvolvesse de forma a permitir aprofundar em questões novas que emergissem da conversa. Esta pesquisa ficou contida em conteúdos e profissionais ligados à editoria Cotidiano/Cidades, onde há mais matérias locais.

1. O que é o fotojornalismo?

O fotojornalismo apresenta um desafio aos estudiosos quanto à sua conceituação e/ou definições. Nesse sentido, Monteiro (2000) afirma que o repórter fotográfico, pautado por eventos específicos da vida social, realiza um recorte de um momento e escolhe os personagens, interferindo na realidade registrada. Dessa forma, as fotografias se tornam a relação subjetiva do fotógrafo acerca dos fatos.

Além disso, a fotografia de imprensa aparece sempre em um contexto, cercada pelas matérias, manchetes e legendas, que direcionam seu significado, visando, muitas vezes, a defender as linhas editoriais dos respectivos veículos ou as ideias preconcebidas de seus editores. O fotojornalismo, por tudo isso, enfrenta sérios desafios, do ponto de vista editorial e tecnológico, à sua credibilidade e seu futuro sucesso depende em bom grau de sua capacidade de se repensar, admitindo, antes de mais nada, a tênue relação que mantém com a realidade para, então, poder passar a identificar e desenvolver seu potencial intrínseco. (Monteiro, 2000, p. 53).

Para Persichetti (2006), a fotografia de imprensa perde o sua função informativa nos anos 90, quando as imagens em jornais passam por uma mudança estética, caracterizada por fotos posadas e cuidado com luzes e sombras em detrimento das fotografias mais fiéis aos fatos.

Corroborando, Sousa (2002) afirma que o trabalho do fotojornalista ainda apresenta desafios como chegar ao trabalho diariamente sem saber o que vai fotografar e em quais condições. Isso acontece porque, no jornalismo, a foto tenta capturar assuntos instantâneos, registrando um instante que tenta condensar a importância do acontecimento, do dia a dia e atuais, ou seja, aqueles que se tornam as pautas “quentes” do dia.

“Sensibilidade, capacidade de avaliar as situações e de pensar na melhor forma de fotografar, instinto, rapidez de reflexos e curiosidade são traços pessoais que qualquer fotojornalista deve possuir” (Sousa, 2002, p. 9). Nesse sentido, completando que as características de fotojornalista vão para além do conhecimento técnico de fotografia, devendo observar os valores-notícia.

Face ao exposto, a atuação do fotojornalista desde a sua origem é carregada de significado e importância. O papel do profissional, não sendo meramente técnico, interfere na forma como as pessoas vão perceber a notícia. Além disso, as fotografias agem em complementaridade às notícias, manchetes e legendas e são carregadas de sentidos, podendo-se afirmar que a imagem também se torna, um texto.

1.1 Tecnologia e Fotojornalismo

De acordo com Ferreira (2003), autores como Pierre Lévy, Manuel Castells e Alvin Toffler anunciaram no final dos anos 90 e início dos anos 2000 que as transformações em curso na sociedade conduziam para uma nova estrutura social em que a informação passa a ser mediada, especialmente por computadores, em um ambiente digitalizado.

Foi um momento entre dois mundos, duas perspectivas de relação com a imagem e um convívio que, se não tinha data certa para terminar, certamente sinalizava com uma morte anunciada (Silva Junior, 2012). Nesse sentido, o autor pontua que a mudança social que ocorria no início do século XXI marcava a morte do fotojornalismo analógico, porém um renascimento para a utilização desse com as novas tecnologias da informação.

De acordo com Silva Júnior (2012), o fotojornalismo teve que migrar de um conjunto de rotinas advindas de uma cadeia de produção motivada pela lógica do suporte impresso, para um conjunto de dispositivos e sistemas digitais. Não obstante, Pereira (2020) afirma que essas mudanças para a adaptação ao novo sistema mundial acompanhando o uso de tecnologias, que ocorreram e ainda ocorrem, não estão totalmente claras, se são apenas modis-

mos passageiros, ou representam redução de custos em função do lucro das empresas que controlam os meios noticiosos com consequências mais duradouras.

Repórteres passam a fotografar, fotojornalistas passam a filmar e entrevistar, fotografias são obtidas de vídeos, redações são enxugadas, redes sociais passam a ser fonte de informação sonora, escrita e imagética, fotos e vídeos são feitos por amadores e câmeras de segurança, não é mais possível dizer o que é uma fotografia sem manipulação, fotografias e vídeos extrapolam os limites do quadro e podem ser vistos omnidirecionalmente (Pereira, 2020, p. 21).

Pataro (2017) discorre que os jornais on-line trabalham contra o tempo, sempre em busca do imediatismo e do “furo” jornalístico. Nesse sentido, o texto da matéria é reduzido para acompanhar o formato que está se enraizando digitalmente, além de um aumento da semelhança entre matérias jornalísticas de veículos diferentes é cada vez maior. Dessa forma, torna a imagem um dos pontos cruciais para o leitor escolher qual matéria clicar.

Conforme afirma Pereira (2020), a internet modificou não somente o sistema de trabalho, como também deixou o leitor/ usuário escolher uma entre várias opções de imagem, visualizá-la em diferentes formatos, arquivar, copiar, enviar para outro internauta, sem custos adicionais ou necessidade de equipamentos. Além disso,

(...) as imagens publicadas têm origem nos arquivos do veículo, em fotógrafos contratados, agências de notícias ou bancos de imagens, assessorias de imprensa, câmeras de segurança, redes sociais e outros espaços web abertos, são cedidas ou enviadas por cidadãos, ou mesmo podem ser obtidas a partir de *frames* de vídeos das mais diversas origens. [...] demarca claramente

a profusão de possibilidades que os veículos têm para obter imagens, inclusive sem nenhum custo (Pereira, 2020, p. 8).

Pereira (2020) afirma que as novas tecnologias da informação possibilitaram o deslocamento da centralidade do fotojornalista como principal produtor de imagens técnicas. Assim sendo, a chegada das tecnologias da informação, como a internet, além de criar uma nova estrutura social marcada pela comunicação mediada, também modificou a forma do fazer jornalístico e do fotojornalismo.

1.2 O Repórter Cidadão

De acordo com Souza e Boni (2008), o precursor do projeto de repórter cidadão, foi o jornal O Estado de São Paulo, coordenado por Juca Varella em 2005, incentivando o fotojornalismo cidadão. Essa iniciativa marca uma mudança para o fotojornalismo, pois o cidadão pode expressar sua cidadania e liberdade de expressão a partir da participação na construção da informação em um veículo jornalístico.

Para Persichetti (2006), o “jornalismo-cidadão” não representa problemas se realizado com algumas ressalvas e cuidados. Além disso, esse é um movimento que já existia há anos, apenas não era nomeado dessa forma, mais houve agora um volume de notícias que chega à imprensa feita por amadores e leitores muito maior do que o produzido pelos próprios fotojornalistas.

Corroborando, Souza e Boni (2008) afirmam que os cidadãos utilizam estes canais para expor e denunciar situações irregulares. Como também podem antecipar a chegada da informação aos responsáveis – que nem sempre sabem da ocorrência –, expondo

visualmente a situação, e criando um atalho para solucionar o problema com mais urgência, mais uma vez colaborando com o furo jornalístico.

De acordo com Romão (2021), o fotojornalismo cidadão, na qualidade de não estar associado ao filtro do jornalismo tradicional, tem sua legitimação por meios menos racionais que o fotojornalismo profissional, e ligados aos circuitos afetivos de uma comunidade. Dessa forma, o repórter-cidadão/fotógrafo-cidadão acaba recebendo aceitação social comparável ao próprio fotojornalista profissional.

1.3 A Pesquisa sobre o fotojornalismo em Goiás

Pataro (2017), ao produzir a monografia intitulada “Ética e fotojornalismo: análise de pesquisas produzidas em cursos de comunicação, graduação e mestrado, nas regiões Sul e Centro-Oeste”, selecionou trabalhos da Universidade Federal de Goiás (UFG) e Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC) com temas sobre direito de imagem e ética no fotojornalismo. Desse modo, selecionou 7 trabalhos produzidos por discentes da UFG e 1 da PUC, totalizando 8 trabalhos.

Ao fim da análise, Pataro (2017) concluiu uma necessária reestruturação do olhar sobre a ética no jornalismo, que é um dos formadores de opinião do cidadão. Além disso, alertou para a questão do interesse público que deve ser trabalhada de forma intensa pelos jornalistas, desde a universidade até as redações, para que essa nova mentalidade seja compartilhada ao público. Dessa forma, colocando em perspectiva que em Goiânia não tem sido realizada pesquisas em profundidade em relação ao fotojornalismo, o conhecimento sobre essa área profissional ainda é reduzido.

As amostragens ressaltaram que, apesar de vários trechos e trabalhos tocarem no assunto sobre superexposição de suspeitos e de vítimas, é necessário lembrar que a discussão ainda é bastante superficial. Em apenas dois trabalhos, os títulos trouxeram sentidos que indicassem que a pesquisa poderia discorrer sobre direito de imagem. Por isso, é preciso que mais trabalhos a respeito desse tema sejam feitos e que a discussão sobre seja aprofundada (Pataro, 2017, p. 64).

Alves (2017), ao analisar imagens produzidas pela Polícia Militar do Estado de Goiás e divulgadas pelo G1 Goiás, pontua acerca da utilização dos aparelhos modernos de captura de imagem e do espaço que esses vem conquistando, porém isso não significa que qualquer pessoa munida de um celular ou câmera fotográfica possa realizar imagens com valor-notícia.

A parcialidade da visão do policial militar na elaboração da fotografia é percebida nas fotografias e o site G1, em suas escolhas editoriais fotográficas e tratamentos técnicos profissionais buscam desassociar a marca da PMGO das matérias analisadas, pois quando a logomarca está em muita evidência, a fotografia não é escolhida e nem publicada (Alves, 2017, p. 45).

Face ao exposto, o veículo de notícia tenta se desvincular da PMGO utilizando de artifícios tecnológicos. Como também é apontado por Alves (2017), o desconhecimento teórico acerca dos valores-notícia, ética e técnicas jornalísticas faz com que a própria instituição policial, que permitiu a seus colaboradores realizarem fotografias, seja prejudicada, uma vez que essa carência representa a produção de ruídos que podem causar problemas de comunicação que afetam a imagem da polícia.

Portanto, para além da produção realizada pela PMGO e divulgada pelos veículos jornalísticos em Goiânia, há outras origens de imagens que vêm sendo utilizadas e que devem ser colocadas em evidência. Isso torna a presente pesquisa relevante, pois adensa os estudos na área.

2. Metodologia

Esta é uma pesquisa exploratória, com conteúdos de análise qualiquantitativos. Foram realizadas entrevistas em profundidade por meio de um roteiro semi-estruturado sobre o exercício profissional do fotojornalista, privilegiando as experiências pessoais dos entrevistados. Esses são ligados aos jornais O Hoje (aqui denominados como Editor 2 e Fotógrafo 1), O Popular (Editor 3 e Fotógrafo 2) e ao portal Mais Goiás (Editor 1).

O objetivo das entrevistas era trazer a percepção de fotojornalistas e profissionais de veículos jornalísticos em Goiás sobre a própria atuação. Primeiro foram feitos os agendamentos com cada editor e fotógrafo. Logo após o agendamento, as entrevistas foram executadas de forma presencial e remota entre os meses de novembro de 2023 a janeiro de 2024, conforme a disponibilidade de cada entrevistado. Além disso, vale destacar que antes das entrevistas todos foram apresentados ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para solicitar o uso das informações na pesquisa.

Todas as entrevistas foram gravadas após a autorização dos entrevistados, e em seguida transcritas para que a análise fosse feita de forma minuciosa, abordando todas as perguntas feitas no roteiro semiestruturado redigido previamente antes das entrevistas serem executadas.

Do ponto de vista da análise das imagens, elas foram coletadas dos sites dos mesmos veículos de comunicação aos quais os profissionais entrevistados estavam ligados. A observação das publicações foi realizada entre 24/12/2023 a 30/12/2023 na editoria Cotidiano/Cidades. Os dados foram organizados em uma tabela para facilitar a análise.

Foram selecionados os três sites, um de cada jornal. Observou-se a origem das imagens, a quantidade em cada veículo e a forma de creditação da autoria das fotografias. Vale lembrar que o foco na editoria de cidades, presumivelmente, deveria conter mais imagens originais, já que os textos também o são.

3. Análise e discussão dos dados

Na apresentação dos dados a seguir, analisaremos o perfil dos profissionais, a remuneração do trabalho, a relação que eles estabelecem com as notícias, a liberdade de criação e a origem das fotos que são veiculadas nos jornais pesquisados.

3.1 Perfil dos profissionais

Para entender qual o perfil do fotojornalista em Goiânia atualmente, objeto de pesquisa deste artigo, foram realizadas cinco entrevistas semiestruturadas. Os entrevistados (Quadro 1) são três editores e dois fotojornalistas, todos trabalhadores dos jornais pré-selecionados: Mais Goiás, O Hoje e O Popular.

O primeiro aspecto a ser analisado é a idade dos entrevistados (Quadro 1). Dentre esses profissionais, existe uma variação de 25 anos entre o editor mais jovem e o mais velho, e de 11 anos entre o fotógrafo mais jovem e o mais velho.

Quadro 1 - Idade dos entrevistados

ENTREVISTADOS	IDADE
Editor 1	36
Editor 2	24
Editor 3	49
Fotógrafo 1	42
Fotógrafo 2	53

Fonte: Elaborado pelos autores

O segundo aspecto a ser analisado diz respeito à formação acadêmica (Quadro 2). Percebe-se que o mercado jornalístico não trata a formação acadêmica como uma exigência para a contratação do profissional que atua como fotojornalista. Os fotógrafos entrevistados não possuem Ensino Superior, tendo aprendido o ofício através da prática, conforme exemplificado pelo depoimento do Fotógrafo 1: “Iniciei nessa área fazendo assistência de câmera em uma produtora de comerciais em 1999, aprendendo então enquadramentos, iluminação e configurações das câmeras”. Já o cenário dos editores responsáveis pelas redações dos jornais é diferente. Todos os três profissionais entrevistados na função concluíram o Ensino Superior, sendo que estes exercem também outras funções dentro do jornal.

Quadro 2 – Grau de instrução dos entrevistados

ENTREVISTADOS	FORMAÇÃO
Editor 1	Ensino Superior - Jornalismo
Editor 2	Ensino Superior - Jornalismo
Editor 3	Ensino Superior - Geografia
Fotógrafo 1	Ensino Médio
Fotógrafo 2	Ensino Médio

Fonte: Elaborado pelos autores

Logo, conclui-se que os fotojornalistas que produzem imagens não precisam do diploma universitário para adentrarem o mercado de trabalho. O diploma é mais valorizado em setores do jornalismo que implicam redação e edição, ficando a fotografia valorizada apenas do ponto de vista técnico.

O terceiro aspecto a ser analisado refere-se ao salário dos entrevistados (Quadro 3). Pensando na quantidade de funções jornalísticas exercidas dentro de uma redação, é possível compreender que um editor está em um nível hierárquico superior ao de um fotógrafo. Isso se evidencia na seguinte fala do Editor 2:

Nosso fotógrafo trabalha com demandas. É mais dinâmico, pois temos a edição impressa e o online que ele deve alimentar com imagens. Então sempre falamos “está acontecendo tal coisa” ou “preciso de foto disso” e ele prontamente sai para fotografar e entregar.

Então, se a função é dedicada ao fotojornalismo, a remuneração será menor. Se houver acúmulo de funções que, no caso dos editores, além de fazer fotos e editá-las, também tem outras responsabilidades no jornal, a remuneração é maior. O salário do fotógrafo pode ser, inclusive, abaixo do piso de jornalistas (em 2023, R\$ 2.900,00), o que não deve atrair os graduados.

Quadro 4 - Salário dos entrevistados em 2023

ENTREVISTADOS	SALÁRIO
Editor 1	Acima de R\$ 5000,00
Editor 2	Entre R\$ 4.000,00 e R\$ 4.999,00
Editor 3	Acima de R\$ 5.000,00

Fotógrafo 1	Entre R\$ 3.000,00 e R\$ 3.999,00
Fotógrafo 2	Entre R\$ 2.000,00 e R\$ 2.999,00

Fonte: Elaborado pelos autores

3.2 Fotografia, valor-notícia e criatividade

O valor-notícia também foi um dos tópicos abordados durante as entrevistas. A importância do uso de imagens atrelado a uma boa técnica com a câmera foi reconhecido pelos profissionais. O processo de seleção é apurado e exige um olhar sensível para poder chamar a atenção do leitor antes mesmo deste ler a notícia, como expõe o Editor 1:

Então a gente coloca sempre imagens, a gente prefere imagens que tenham pessoas, para gerar mais engajamento, e nem sempre identificando essas pessoas, por questão de direitos autorais também, não mostrar cenas violentas, não mostrar cenas ali tão impactantes, que podem gerar tanta repreensão da própria rede social, como dos leitores.

Além disso, o valor-notícia para esses profissionais considera a relevância e a novidade. Conforme o Editor 3 afirmou, sempre se busca “imagens que vão além, que possam revelar, surpreender e despertar emoções. Tudo isso aliado a uma boa técnica”. A resposta do Editor 2 se aproxima no que se refere ao argumento de elucidar sentimentos:

Buscamos imagens que ajudam a contar a história do tema. Em casos de personalidades políticas, por exemplo, utilizamos fotos que acreditamos expressar o sentimento daquela figura no momento. O que mais utilizamos é do ex-presidente Jair Bolsonaro, já que temos um grande banco de imagens dele. Exemplo: “STF nega recurso de Bolsonaro em ação que o torna inelegível”. Utilizar uma imagem do ex-presidente

irritado ou abalado ajuda a ilustrar a matéria de forma mais clara e passar para o leitor o que Bolsonaro deve estar sentindo. Além disso, fica muito mais legal.

Para o fotógrafo 2, a informação é mais importante do que a técnica quando se seleciona as imagens que serão publicadas. Durante a construção de uma notícia, as fotos precisam não apenas ilustrar a matéria, mas também estar em harmonia com o texto produzido. Ou seja, mesmo sem uma graduação, ele tem a intuição do conceito de valor-notícia associado à imagem.

A imagem utilizada em uma matéria jornalística é capaz não só de ilustrar o texto, como também de se expressar por si mesma. Portanto, o processo de criação demanda criatividade e liberdade para quem vai às ruas registrar acontecimentos. Para o Fotógrafo 1, por exemplo, há autonomia no processo de fazer fotojornalismo. “Existe um briefing passado pelo jornalista ou pelo editor das matérias, mas sempre levo minhas opções captadas no momento das fotos, então tenho autonomia para apresentar meu olhar a respeito do assunto, podendo superar as expectativas”. O Fotógrafo 2 compartilha a mesma opinião, afirmando que trabalha com total autonomia, desde que a foto esteja dentro do contexto da pauta.

Dentre os editores dos jornais, a resposta também foi unânime, a autonomia para os profissionais responsáveis pelas fotografias é completa. “As orientações concentram-se mais na pauta e em detalhes específicos sobre o que a reportagem está explorando, ou algum aspecto a ser evidenciado”, disse o Editor 3.

Apesar de haver uma concordância entre a existência de uma liberdade de criação entre os profissionais, é possível observar uma contradição entre as falas dos entrevistados. A existência da

autonomia é somente na escolha dos ângulos e posições da foto, uma vez que o fotógrafo sai da redação com um direcionamento pronto sobre o que deve ser fotografado. Essa delimitação do assunto não garante total liberdade como citado pelos entrevistados, considerando que o profissional não expressa a sua opinião, mas apenas segue aquela que foi direcionada pelos editores.

O fotojornalismo demanda um debate entre os profissionais da área porque o critério de definição é amplo. Nas entrevistas realizadas para essa pesquisa, há o consenso de que o fotojornalismo é uma profissão que conta histórias através de fotos. Para o Fotógrafo 1, consiste no “registro dos acontecimentos no dia a dia das pessoas ou cidade, trazendo uma similaridade com a matéria escrita”. O Fotógrafo 2, de forma sucinta, considera um “gênero do jornalismo onde escreve com as imagens”.

Os editores, por sua vez, discutiram mais sobre os aspectos que fazem com que a profissão seja o que é hoje. De acordo com o Editor 1, há cada vez menos fotojornalistas trabalhando “e mais imagens de celular, de pessoas despreparadas ali para fazer essa narrativa. Então o fotojornalismo acabou sendo um artigo de luxo pra gente hoje”. Segundo o Editor 2, o fotojornalismo é a forma mais ideal de se contar um fato. “Usando boas fotos, muitas vezes, não é necessário contar uma longa história no texto. O ditado já diz, uma imagem vale mais que mil palavras”. Por fim, o Editor 3 defende o seguinte:

O fotojornalismo é uma forma de comunicação que utiliza a fotografia como meio principal de contar uma história, documentar eventos e expressar opiniões. É uma linguagem universal, que busca emocionar, despertar curiosidade, mostrar

o que é e onde aconteceu. Sempre tendo a verdade como papel primordial, como o jornalismo deve ser.

3.3 Análise das publicações

Para entender mais sobre quem são os responsáveis pelas fotos publicadas em um jornal e ajudar a complementar a construção desse perfil fotojornalístico goianiense, foi feita uma análise nos três sites selecionados para se observar qual era a origem das fotos. A análise foi feita na semana de 24/12/2023 a 30/12/2023 usando as matérias dos sites dos três jornais e dentro das editorias cidades e/ou cotidiano.

3.4 Origem das imagens

Ao todo foram analisadas 126 matérias que continham do Jornal O Popular, contabilizando o crédito de 156, como mostra a seguinte tabela:

Tabela 1 - Créditos de imagens de O Popular

Banco de imagens	2
Fotógrafo	33
Repórter cidadão	0
Órgão público	58
Redes sociais/internet	37
Reprodução (sem especificação de origem)	2
Outras fontes de notícia	11
Arquivo pessoal	13

Fonte: Elaborado pelos autores

No site do jornal Mais Goiás foram analisadas 124 matérias, contabilizando o crédito de 123 fotos, conforme a tabela a seguir:

Tabela 2 - Créditos de imagens do Mais Goiás

Banco de imagens	6
Fotógrafo	10
Repórter cidadão	0
Órgão público	40
Redes sociais/internet	6
Reprodução (sem especificação de origem)	36
Outras fontes de notícia	9
Arquivo pessoal	2
Ausência de crédito	13

Fonte: Elaborado pelos autores

O Jornal O Hoje teve 108 matérias selecionadas, contabilizando o crédito de 112 fotos, como apresentado a seguir:

Tabela 3 - Créditos de imagens de O Hoje

Banco de imagens	2
Fotógrafo	23
Repórter cidadão	0
Órgão público	44
Redes sociais/internet	7
Reprodução (sem especificação de origem)	28
Outras fontes de notícia	5
Arquivo pessoal	2

Fonte: Elaborado pelos autores

Para que seja possível uma análise mais específica sobre a origem das fotos, o gráfico a seguir apresenta apenas a quantidade total de fotos em cada critério, sem especificação de jornal, possibilitando um melhor entendimento na forma como essa classificação acontece.

Tabela 4 - Créditos de imagens totais

Banco de imagens	10
Fotógrafo	66
Repórter cidadão	0
Órgão público	142
Redes sociais/internet	50
Reprodução (sem especificação de origem)	66
Outras fontes de notícia	25
Arquivo pessoal	17
Ausência de crédito	13

Fonte: Elaborado pelos autores

É possível observar que existe uma grande diferença, em termos gerais, entre o número de fotos creditadas por profissionais fotojornalistas quando se compara com a origem das outras fotos. Nas matérias selecionadas para análise, foram contabilizadas 389 fotos, sendo apenas 66 de fotojornalistas e 323 de outras origens.

Além disso, prevalece a utilização de fotos com origem dos órgãos públicos, totalizando 142 imagens. Esse alto número é decorrente de uma dependência das assessorias de imprensa por parte do jornalismo em Goiás. Por ser uma fonte oficial, as assessorias já fornecem as imagens, otimizando o tempo de produção

das redações que não precisam se preocupar com deslocamento e nem com a produção das fotografias.

O fotojornalismo, assim como todas as profissões, sofreu alterações significativas com o advento da internet, utilizando-a como ferramenta para a realização do trabalho. O uso de imagens feitas por telespectadores e a popularização de câmeras e aparelhos celulares fizeram com que o furo jornalístico se tornasse cada vez mais prestigiado e comum, já que qualquer pessoa pode presenciar a cena e se tornar a fonte principal de uma notícia que vai ou não impactar a vida de outras pessoas, como comenta o Editor 3:

Atualmente, a maioria das pessoas possui um celular com uma câmera de qualidade. [...]. Essas possibilidades contribuíram para uma documentação mais instantânea da vida cotidiana. Tudo isso tem desempenhado um papel significativo nas transformações sociais e na forma como percebemos o mundo ao nosso redor.

Como vimos na fundamentação teórica, o termo “Repórter Cidadão” foi criado para identificar esses espectadores que ajudam na construção da notícia, enviando imagens com uma pequena descrição dos fatos. O Editor 2 explica sobre como esse repórter possui uma função positiva nos dias de hoje: “Hoje em dia temos muitos acontecimentos para poucos jornalistas e esse método ajuda a sanar esse problema. A população é quem consome a informação e eles devem ajudar, na medida do possível, a compartilhar essas informações”.

O crescimento desse imediatismo pode tornar o conteúdo e o consumo das notícias superficiais e voltados para o sensacionalismo, deixando de lado o valor ético de confirmar a veracidade

do conteúdo, noticiando apenas um lado e sem pesquisar sobre a história. Para evitar isso, o Editor 1 comenta sobre como funciona essa verificação antes da postagem:

Ela tá lá, disse que tá lá primeiro. Eu não sei se teve lá, não sei se a foto é dela, não sei se foi ela que fez, não sei em qual circunstância foi, não sei se foi no local que ela disse. Tem que duvidar de tudo. [...]. Às vezes a gente vai no local para ver se é mesmo aquilo ali, ou a gente pergunta para alguém que esteve no local, policial, por exemplo, que tem fé pública, que dá para você acreditar [...].

Apesar da presença do repórter cidadão ter se mostrado frequente entre os jornais, seguindo os entrevistados e observando o crédito das fotos das matérias publicadas, não foi usada nenhuma foto de espectadores durante os dias de observação e coleta dos dados das imagens.

Considerações Finais

Com base nas entrevistas e análises realizadas, percebe-se que os fotojornalistas de jornais de referência tradicionais em Goiás possuem em média 40 anos de idade. Possivelmente, essa média poderia ser menor se considerarmos outros campos de atuação profissional, visto que no meio digital, especialmente em assessorias de comunicação e sites independentes, a presença de jovens é maior.

Os fotógrafos do jornalismo tradicional entrevistados não possuem Ensino Superior. Logo, é possível concluir que o mercado de trabalho não considera formação acadêmica como uma exigência para a contratação do profissional. Ademais, o salário dos fotógrafos entrevistados varia entre R\$2.000,00 e R\$3.999,00, abaixo de

outras funções, como, por exemplo, a do editor ou repórter. Logo, os formados em jornalismo que queiram se dedicar à fotografia, talvez não encontrem espaço no jornalismo tradicional.

Quanto ao valor-notícia das imagens, em geral, destaca-se a importância do uso daquelas que transmitam relevância e novidade associadas a uma boa técnica com a câmera, para poder chamar a atenção do leitor, despertando emoções antes mesmo da notícia ser lida. Assim, independente da formação, essa noção é importante ser desenvolvida pelos profissionais.

Sobre a liberdade de criação dos fotojornalistas, conclui-se que, apesar de haver uma certa autonomia na decisão dos aspectos técnicos da imagem por parte do profissional, esta liberdade não é total, pois os editores realizam uma pré-delimitação daquilo que deve ser fotografado.

Já no que diz respeito à visão da profissão por parte dos profissionais, pode-se dizer que o fotojornalismo é a narração de histórias por meio das imagens, mas que este também tem se tornado uma espécie de artigo de luxo na área, por conta da diminuição de fotojornalistas atuantes e do aumento do uso de fotografias prontas enviadas à redação e tiradas por não-profissionais.

No que se refere às origens das imagens utilizadas nos sites de jornais da região de Goiânia, percebe-se que a quantidade de imagens que partiram de fotojornalistas é muito menor do que quantidade de imagens originárias de outras fontes, como banco de imagens ou assessorias de comunicação de órgãos públicos, por exemplo. Esse fato também pode servir como ponto de partida para outras pesquisas que busquem entender essa dependência de organismos oficiais do jornalismo como um todo, e como a utilização excessiva das fotos de assessorias podem empobrecer o trabalho.

Por fim, esta análise ainda nota que as imagens de Repórter Cidadão, apesar de bastante utilizadas atualmente segundo pesquisas recentes e mesmo nesta, de acordo com os editores, não apareceram na amostra. Talvez em um período mais longo de observação, essa condição poderia ser avaliada empiricamente.

O que se pode concluir dessa pesquisa exploratória, de forma geral, é que, apesar de existir, o mercado do fotojornalismo, enquanto especialidade, sofreu um certo declínio em Goiás, não se tratando de um mercado tão atrativo em Goiânia.

Referências

ALVES, R. D. R.. Uma análise sobre as implicações do uso institucional de registros fotográficos amadores de flagrantes policiais nos sítios da polícia militar do estado de goiás e g1 goiás 1. **Revista Brasileira Militar de Ciências**, Goiânia - GO, 1ª ed., n. 07, p. 38 - 46, nov, 2017. Disponível em <https://waldemarnavesdoamaral.com.br/wp-content/uploads/2019/01/revista-rbmc-novembro-2017.pdf#page=38>. Acesso em 24 de out de 2023.

FERREIRA, J. C. F. **A imagem na Web: Fotojornalismo e Internet**. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2003. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/111272190310313002620857971412258431445.pdf> Acesso em: 25 out. 2023.

MONTEIRO, E. B.. Fotojornalismo brasileiro e a crise das representações na sociedade pós-industrial. **Revista Comunicação & Informação**, v. 3, n. 1, p. 40-55, 2000. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/22861>. Acesso em: 24 de out de 2023.

PATARO, B. **Ética e fotojornalismo: análise de pesquisas produzidas em cursos de comunicação, graduação e mestrado, nas regiões Sul e Centro-Oeste**. 2017. 114 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em

Comunicação Social)—Universidade de Brasília, Brasília-DF. Disponível em https://bdm.unb.br/bitstream/10483/19701/1/2017_BeatrizPataro.pdf. Acesso em: 24 de out de 2023.

PEREIRA, Silvio da Costa. **Do fotojornalismo ao jornalismo visual: um estudo do processo de produção de relatos jornalísticos com imagens em três redações brasileiras**. 2020. Tese (Doutorado em Jornalismo) Programa de Pós-Graduação em Jornalismo UFSC - Florianópolis-SC, 2020.

PERSICHETTI, Simonetta. **A encruzilhada do fotojornalismo**. Discursos fotográficos, Londrina, v. 2, n. 2, p. 179-190, 2006. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1484/1230>. Acesso em: 25 out. 2023.

ROMÃO, Douglas. **Fotojornalismo cidadão: comentário sobre contradições na fé redentora da cidadania**. 2021. v.18, n.1. Tese. (Doutorado em Comunicação) Programa de Pós Graduação em Comunicação – UFF. 2021.

SILVA JÚNIOR, J. A. Cinco hipóteses sobre o fotojornalismo em cenários de convergência. **Discursos fotográficos**, Londrina, vol. 8, n. 11, p. 31-52, jan/jun. 2012. Disponível em: file:///C:/Users/User/Downloads/azevedo_fonseca,+Gerente+da+revista,+José+Afonso+da+Silva+Junior.pdf. Acesso em: 24 de out de 2023.

SOUSA, J. P. **Fotojornalismo**. Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. 1ª ed. Porto: Editora Letras Contemporâneas, 2002.

SOUZA, F. D. de ; BONI, P. C. Fotojornalismo cidadão: a fotografia a serviço da cidadania. **Studium**, Campinas, SP, n. 27, 2008, p. 23–34. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/studium/article/view/12344>. Acesso em: 24 de out de 2023.

DIPLOMA VS EXPERIÊNCIA: AS ESPECIFICIDADES DO JORNALISMO ESPORTIVO EM GOIÁS

Gabriel Antonelly de Siqueira | Guilherme de Carvalho Oliveira

João Henrick de Oliveira Camargos

Introdução

A presente pesquisa visa explorar a relação entre a formação acadêmica e as demandas do mercado de trabalho no campo do jornalismo esportivo em Goiás. Embora a profissão jornalística, por si só, não exija necessariamente um diploma por lei, a posse desse documento representa um diferencial significativo e, em muitos casos, uma exigência para a prática profissional diária em várias empresas.

Ao contrário do cenário geral do jornalismo, no âmbito esportivo, a exigência do diploma é notavelmente menos requisitada, sendo observada a presença frequente de profissionais sem formação

acadêmica, predominantemente ex-jogadores e outras pessoas com habilidades e conhecimentos específicos na área. Essa dinâmica peculiar no mercado de trabalho do jornalismo esportivo suscita questões importantes sobre a interseção entre formação acadêmica e experiência prática.

Esta pesquisa busca colaborar com uma compreensão mais aprofundada da prática da comunicação esportiva em Goiás, uma vez que a quantidade de análises empíricas sobre a temática no estado é limitada. Seus objetivos principais incluem contribuir a discussão teórica dessa especialidade na região por meio de pesquisa bibliográfica, analisar a relevância das habilidades desenvolvidas durante a graduação em jornalismo para a comunicação esportiva e explorar as complexidades do mercado de trabalho, especialmente a coexistência de profissionais formados e ex-atletas engajados na área da comunicação.

1 História do jornalismo esportivo no Brasil

O jornalismo esportivo, com suas origens marcadas no século 20, teve seu início em um cenário caótico para o esporte brasileiro. Nas palavras de Bretones (2010, p. 10), “Preconceito e incertezas. Eram estas as palavras que dominavam o cenário do esporte brasileiro no início do século XX”.

Essas incertezas foram impulsionadas pela desconfiança em relação ao esporte, notadamente o futebol, que enfrentou uma recepção notavelmente negativa entre renomados jornalistas e escritores da época. Graciliano Ramos, utilizando o pseudônimo de J. Calisto, elaborou uma crônica sobre o então recém-chegado futebol. Publicada pela primeira vez em “O Índio”, em Palmeira dos Índios (AL), em 1921, o texto, segundo Bretones, foi marcado

por uma profecia que, com o tempo, envelheceu mal: “Futebol não pega, tenho certeza; estrangeirices não entram facilmente na terra do espinho” (p.10).

Um marco inicial do jornalismo esportivo remonta ao jornal *Fanfulla*, que, em 1910, começou a escrever para a comunidade italiana em São Paulo. No entanto, seu objetivo não era apenas relatar partidas e realizar análises minuciosas. “O jornal *Fanfulla*, em suas edições, não trazia o resultado do jogo do dia anterior, muito menos a tática que o time A usou contra o time B, mas sim um aviso que convidava os estrangeiros a fundar um clube de futebol.” (Bretones, 2010, p. 10).

O verdadeiro propósito ao abordar o jogo bonito era convidar a comunidade italiana a fundar um clube, dando origem ao *Palestra Itália*, que, ao longo dos anos, se transformaria na *Sociedade Esportiva Palmeiras*.

Esses primeiros passos do jornalismo esportivo no Brasil refletem não apenas a incerteza inicial em relação ao esporte, mas também a resistência cultural e as barreiras enfrentadas pelos esportes estrangeiros, como o futebol vindo da Inglaterra, para se estabelecerem firmemente no contexto brasileiro.

O *Fanfulla* não apenas desempenhou um papel informativo, mas também exerceu influência na formação de clubes, contribuindo como um grande acervo histórico e influenciador para a rica história esportiva brasileira, de acordo com Bretones (2010).

Mas o ano de 1931 marca um momento crucial na história do jornalismo esportivo brasileiro com o surgimento do primeiro periódico totalmente dedicado ao esporte, iniciando assim o *Jornal dos Sports* na cidade do Rio de Janeiro. Vale ressaltar que

desde essa época, o jornal já se destacava ao conceder uma atenção significativa ao esporte, em especial ao futebol, diferenciando-se positivamente da maioria das outras cidades brasileiras.

Entretanto, em um contexto nacional, a ênfase do jornalismo esportivo no futebol era consideravelmente menor em comparação a modalidades como o remo. No início do século passado, o remo figurava como o esporte predominante no cenário brasileiro, e de forma intrigante, muitos dos renomados atletas do esporte carioca tiveram suas origens nos clubes de regatas, a exemplo do Flamengo, Botafogo e Vasco, que até os dias atuais mantêm essa influência em seus nomes.

A limitação de espaço nos jornais da época refletia o nível de interesse do público em relação ao esporte, apesar de seu crescimento gradual. Coelho destaca que, naquele contexto, a cultura presente nos grandes jornais contemporâneos, caracterizada por seções inteiramente dedicadas ao universo esportivo, era inexistente. O que predominava eram pequenas colunas, mais por uma questão de espaço do que pela falta de interesse.

Nesse mesmo período, o jornalismo esportivo enfrentava desafios significativos relacionados ao preconceito, especialmente em sua arrecadação financeira. Como observa Coelho (2004, p.9), “Durante todo o século passado, dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade. Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário”.

Na próspera década de 1960, um marco significativo emerge no cenário da imprensa esportiva brasileira com a ascensão do “Caderno de Esportes”. Esse periódico destaca-se ao inserir o Brasil na lista dos países que possuíam uma imprensa esportiva de abrangência considerável.

No entanto, é crucial observar que essa conquista não reflete de maneira abrangente toda a trajetória marcada por preconceitos no âmbito do jornalismo esportivo, tampouco aborda a complexidade do interesse (ou desinteresse) do público por esse assunto. “Não quer dizer de alta ou baixa qualidade. A primeira depende muitas vezes da quantidade de profissionais indicados para trabalhar na área” (Coelho, 2004, p. 10).

1.2 Popularização do JE

O jornalismo esportivo, enquanto parte integrante da rotina do brasileiro, consolidou-se a partir da década de 1970. No entanto, mesmo antes desse período, o esporte já ocupava um espaço singular na narrativa, tornando-se mais próximo e pessoal por meio das crônicas esportivas de renomados escritores como José Lins do Rego, Mário Filho e Nelson Rodrigues. Esses autores exemplificam a tendência de relacionar o esporte não apenas às suas regras, mas também à mística e paixão que permeiam a vida dos torcedores fora dos gramados. Nas palavras de Nelson Rodrigues (*apud* Santos 2022, p. 1), “Em futebol, o pior cego é o que só vê a bola”.

O berço do jornalismo esportivo brasileiro encontra-se no Rio de Janeiro. A relação entre jornalismo e esporte, nesse contexto, revela nuances interessantes, transcende a objetividade factual comum e adentra o terreno literário.

O surgimento e a popularização de termos como “Clássico Vovô” e “Fla-Flu”, cunhados por Nelson Rodrigues e Mário Filho, evidenciam a peculiaridade do jornalismo carioca, conferindo-lhe uma dimensão única e provocativa. Estas expressões não se limitam a descrever encontros simplesmente esportivos; ao contrário, transcendem a mera factualidade, incorporando uma carga his-

tórica sarcástica singular que molda a percepção coletiva sobre determinados confrontos.

Esses rótulos não são meras designações, mas sim construções literárias que capturam a essência das rivalidades cariocas, transformando-as em eventos carregados de significados mais amplos do que simples disputas esportivas. O “Clássico Vovô” entre Botafogo e Fluminense, destaca a longevidade e tradição desses clubes. O “Fla-Flu” exemplifica a habilidade única do jornalismo carioca em dotar eventos esportivos com uma narrativa rica em ironia e complexidade.

Esses jornalistas do início não se restringiam ao placar ou escalação, suas crônicas não se limitavam ao relato objetivo de eventos esportivos. Na verdade, imbuíram-se de elementos do drama e da poesia. Essa abordagem peculiar transcende o jornalismo tradicional, envolvendo o leitor numa experiência sensorial e contribuindo para a construção de mitos e heróis, e reis dentro do cenário esportivo.

Um marco indiscutível no cenário esportivo, não apenas brasileiro, mas global, é a figura do Rei Pelé, assim apelidado na década de cinquenta. A construção desse mito confirma a poderosa influência que a narrativa literária pode exercer sobre a percepção geral dos atletas, eventos e da própria cobertura esportiva.

O apelido “Rei” não foi uma mera designação aleatória; ao contrário, foi uma escolha cuidadosa que transcende o campo de jogo. Essa alcunha não apenas elevou Pelé à categoria de monarca do futebol, mas também imortalizou sua figura no imaginário brasileiro. Nesse ponto da história o Brasil havia “uma monarquia”, ainda que dentro do futebol.

1.3 Características e peculiaridades

Rodrigues Netto (2013) inicia seu artigo “A cobertura especializada e as contradições na utilização de jornalistas ou ex-atletas nas transmissões esportivas”, trazendo um ponto singular do jornalismo esportivo. Diferentemente de outras áreas da profissão, na praça esportiva, principalmente quando se trata de futebol, o profissional de comunicação é visto não como um jornalista, mas um mero comentarista. Dessa forma, as redes de TV e rádio, apostam na presença de ex-atletas em suas transmissões, pois não enxergam a necessidade de contarem somente com jornalistas para fazer a comunicação, tendo como objetivo somente a audiência.

Por tratar-se de um assunto conhecido por muitos e que atrai a atenção de grande parte da população, o esporte é visto como um mero entretenimento, um espetáculo que atrai as massas. Apostando nessa peculiaridade da espetacularização do esporte que as emissoras de TV estão utilizando cada vez mais a figura do ex-atleta na função de comentarista esportivo em detrimento de jornalistas especializados no tema. Porém enquanto na TV aberta os ex-atletas encontram grande aceitação, o mesmo não acontece nos canais de TV por assinatura, que em quase sua totalidade utilizam-se de jornalistas especializados em esporte em suas transmissões (Rodrigues Netto, 2013, p 2).

O autor completa que faltam jornalistas especializados em esportes, dessa forma, as modalidades que diferem do futebol ficam reféns de ex - atletas nas suas coberturas, pois existem poucas pessoas na redação que são capazes de analisar e entender determinado esporte. Rodrigues traz uma questão histórica a ser tratada dentro do espectro do desporto, lembrando que existe uma escassez de

profissionais especializados, não só no futebol, que é tratada como a mais importante, mas também em outros esportes. Outro aspecto comentado é a paixão que envolve uma transmissão esportiva, e que isso não é o suficiente, pois não abrange todo o conteúdo que deve ser abordado durante uma partida de qualquer que seja o esporte.

1.4 Qualidade da notícia esportiva

Rodrigues Netto (2013) aponta uma realidade comum do jornalismo esportivo, que difere do convencional. O esporte, e mais especificamente o futebol, traz aspectos fantásticos, que vão além da notícia em si. Por despertar diversas emoções em seus fãs, o futebol é folclórico, ele é responsável por criar heróis e vilões, fábulas e histórias que vão além do campo factual do jornalismo. Portanto, o jornalista que trabalha com esporte deve entender essa questão.

O jornalismo esportivo é uma atividade segmentada realizada dentro de um contexto maior, que é o jornalismo como um todo. Portanto os princípios e regras deveriam ser os mesmos do jornalismo em geral. Mas na prática, o jornalismo esportivo possui um universo particular. O jornalismo cultua o herói, revela ídolos, mexe com merchandising, vende publicidade, cria mecanismos para “bisbilhotar” a vida dos atletas, faz julgamentos, avaliações de fatos inusitados, de relações que são estabelecidas no dia-a-dia esportivo e principalmente especulações (Rodrigues Netto, 2013, p. 4).

Em seu artigo, Rodrigues Netto vai na contramão do discurso de que o jornalista esportivo deve se ater aos fatos, e não pode deixar a emoção ser protagonista de uma transmissão.

O futebol é a grande paixão nacional, de alguma maneira todos estamos envolvidos, e até mesmo para os comentaristas

esportivos é difícil passar incólumes do contágio do vírus da bola. Mas se até os comentaristas esportivos são suscetíveis à paixão por determinada agremiação clubística, como evitar que esse sentimento interfira em uma avaliação analítica? (Rodrigues Netto, 2013, p. 5).

Mas isso não quer dizer que se deve negligenciar as informações. Rodrigues Netto ressalta a importância do diploma em situações como essa. O jornalista esportivo, como qualquer outro jornalista, precisa possuir um conhecimento do que se trata a profissão e a maneira ideal de se transmitir uma notícia. Portanto, o diploma se torna de suma importância, para que o comunicador possa analisar corretamente os critérios de noticiabilidade de um fato e passe de forma coerente ao ouvinte.

Para concluir esse raciocínio, Coelho diz:

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, vôlei, de futebol, de automobilismo. Nunca de esportes (Coelho, 2003, p. 36).

Logo, é conveniente a formação acadêmica, sem se esquecer de se especializar, segundo esse autor.

1.5 O Futebolês na linguagem jornalística

O futebol tornou-se tão popular no país, que termos usados dentro das quatro linhas furaram a bolha do esporte. Entretanto, vale ressaltar o compromisso que o jornalismo tem com a língua portuguesa e com a transmissão da notícia ao público. Muitas vezes,

o telespectador, o leitor ou o ouvinte podem não estar familiarizados com certos jargões, e é papel do jornalista ser didático ao passar a notícia, garantindo o entendimento, talvez não de todos mas da maioria.

A linguagem própria do futebol desenvolveu-se a tal ponto que é hoje comum falar-se de futebolês. Jogadores, treinadores, dirigentes, árbitros, comentaristas, narradores de rádio, de televisão e jornalistas da imprensa esportiva criaram um conjunto de termos muito próprio, apoiados em metáforas muitas vezes forçadas e sem sentido, para explicarem o óbvio. De tantas vezes repetidas, as expressões acabam por entrar no vocabulário não só de torcedores como da população em geral.” (Rodrigues, 2013, p.6)

Os autores Brittos e Andrade corroboram com o que foi citado, atestando que a coerência do discurso e a contextualização na análise são fundamentais na transmissão da notícia, sendo de suma importância o diploma de comunicação social, mas especificamente de jornalismo, na área esportiva.

É inegável que a voz do ex-atleta aumenta a credibilidade de uma transmissão, por se tratar justamente de alguém com vivências específicas, que faltam ao jornalista, quanto a campo de jogo e membros do mercado futebolístico. Contudo, a autoridade do formador de opinião não se dá em casos pontuais como estes, mas sim na coerência do discurso, na contextualização da análise e na elucidação objetiva de questões, que o afastem do mero “palpiteiro” (Brittos; Andrade, 2008, n/p).

Rodrigues Netto disserta que o futebol se tornou tão popular que a população utiliza expressões do jogo em diversas ocasiões diferentes. Em função disso, o jornalista deve estar atento para

não exagerar no uso dessas expressões, procurar sempre mediar as palavras e ser didático naquilo que fala.

O uso de jargões específicos no futebol é muito frequente, tanto nas transmissões televisivas, quanto nos comentários daqueles que trabalham analisando jogos. São expressões distintas, que variam de região para região, e que se tornaram ao longo dos anos termos familiares para aqueles que acompanham o futebol. (Rodrigues Netto, 2013, p. 8).

Esses são exemplos de situações em que a comunicação entre emissor e receptor pode se tornar confusa, pois o código usado não foi claro, podendo ocasionar uma má interpretação do receptor. Dentro do jornalismo, essa responsabilidade é do profissional que, por meio dos seus conhecimentos adquiridos durante a graduação, deve elaborar a sua mensagem da maneira correta para que o receptor codifique de maneira fácil e clara.

1.6 Ausência da obrigatoriedade do diploma

Falar sobre a obrigatoriedade e ausência da necessidade do diploma de jornalismo para se exercer a profissão é algo complicado. Nem mesmo os cursos tradicionais têm dado a atenção necessária para esse assunto, principalmente quando se trata do segmento esportivo. Para Mourin e Lovisolo,

No jornalismo esportivo, que é a nossa área de estudo, a questão do diploma se torna ainda mais problemática, uma vez que se trata de uma área que recebe pouca ou nenhuma atenção nos cursos tradicionais de graduação em jornalismo, apesar de ser um lugar de inserção dos novos formados (Mourin; Lovisolo, 2004, p.5).

Além de receber pouca atenção no ambiente acadêmico, o futebol é visto, pelo público em geral, apenas como entretenimento. A grande parte das pessoas não enxerga a necessidade, ou a possibilidade de conhecer o desporto mais a fundo. Portanto, não é cobrado do jornalista o profissionalismo e o conhecimento de outras áreas, como a política, a economia e a educação, acarretando assim em profissionais pouco capacitados na área.

Essa falta de ênfase e discussão pode gerar dúvidas dentro do próprio ambiente acadêmico com os estudantes ingressantes e até veteranos quando se diz respeito à preparação adequada para lidar com as particularidades do jornalismo esportivo. Dentro das faculdades, pouco se é falado sobre esporte. Nas matrizes curriculares, o esporte não costuma ser obrigatório, como é o caso do curso de Jornalismo na Universidade Federal de Goiás. A matéria de jornalismo esportivo é optativa, sendo ministrada em apenas 64 horas, o que não é capaz de traduzir a complexidade e a importância do tema. Com isso, para se especializar, os estudantes se veem obrigados a procurar formações complementares ou experiências fora da academia, sem a mesma qualidade de ensino.

Existem inúmeros argumentos para se defender o diploma como alicerce de uma profissão. Aqui falando especificamente do jornalismo, os maiores apoiadores tendem a ressaltar alguns pontos como Mourim e Lovisolo (2004) destacam ao observarem que existem diferenciais importantíssimos no profissional graduado nas escolas de comunicação. A princípio, segundo os autores, o profissional formado estaria mais qualificado, com domínio maior de linguagem e técnicas de apuração de informações.

Agora, para aqueles que se opõem à obrigatoriedade do diploma, um argumento chama atenção: a implementação da lei surge durante a Ditadura Militar. Essa perspectiva sugere que as escolas de comunicação poderiam ter sido usadas como mecanismo de controle ideológico, levantando questionamentos sobre a autonomia do jornalismo frente ao poder político.

A associação do diploma à censura durante esse período reforça a visão crítica sobre a exigência acadêmica. O fato de que a obrigatoriedade do diploma tenha sido implementada durante a Ditadura Militar serve de argumento para os defensores da não obrigatoriedade. Para alguns críticos, as escolas teriam sido criadas para “moldar” os futuros jornalistas e, desta maneira, elas seriam parte do mecanismo de censura vigente - um “Aparelho Ideológico do Estado”, como foi definido por Louis Althusser, e que funciona até hoje no discurso (Mourim e Lovisolo, 2004, p.5).

Apesar de não ser um consenso a obrigatoriedade do diploma no meio social, existe uma contradição notável no meio acadêmico. Apesar de este último grupo defender firmemente a obrigatoriedade do diploma para o exercício profissional, por vezes a universidade não proporciona uma formação adequada para o jornalista esportivo.

2 Metodologia

A pesquisa realizada é do tipo qualitativa exploratória, visto que para entender o cenário e o contexto em que atuam os profissionais, ela se torna mais apropriada.

A pesquisa exploratória, ou estudo exploratório, tem por objetivo conhecer a variável de estudo tal como se apresenta, seu significado e o contexto onde ela se insere. Pressupõe-se

que o comportamento humano é melhor compreendido no contexto social onde ocorre (Piovesan; Temporini. 1995, n/p).

O método utilizado foi primeiramente a pesquisa bibliográfica antes da coleta dos dados empíricos. Estes foram coletados mediante a realização de entrevistas em profundidade com profissionais da área da comunicação esportiva. Essa técnica foi escolhida porque permite um aprofundamento de questões que interessam a pesquisa.

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher as respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer (Duarte, 2005, p.62).

A pesquisa bibliográfica visou entender as especificidades do Jornalismo Esportivo e suas implicações, para isso, foram utilizados artigos científicos que abordam a temática. Cabe ressaltar que, mesmo com a escassez de dados disponíveis, a análise bibliográfica foi primordial para nortear a pesquisa que foi abordada com base nos materiais lidos.

Sobre as entrevistas, foi elaborado um roteiro prévio com perguntas semiestruturadas, já que esse procedimento auxilia e facilita o diálogo com os pesquisados.

O uso do roteiro semiestruturado, desde que pré-testado e tendo o pesquisador prévio entendimento dos objetivos de cada pergunta, permite que a entrevista flua pela ordem do discurso do entrevistado, possibilitando que o entrevistador lance mão de seguir um roteiro estruturado que, em geral, quebra a naturalidade e cria imposições restritivas tanto ao pesquisador como ao próprio sujeito da pesquisa. Ainda assim,

a diretividade de cada pergunta aponta para um foco, o que limita o sujeito a responder dentro de um campo associativo bastante definido e previamente delimitado pelo próprio pesquisador (Muylaert, 2014, n/p).

As entrevistas foram realizadas de maneira remota (online) e presencial, entre novembro de 2023 e janeiro de 2024, com preferência para a disponibilidade e encaixe de horário dos entrevistados. Ao total cinco pessoas participaram, sendo ex-jogadores de futebol, diretor de emissora, repórter e ex-produtor esportivo. Todos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), permitindo a utilização das informações coletadas, garantindo um processo íntegro e confiável para a pesquisa.

Quadro 2.1 Perfil dos entrevistados

Entrevistados	Gênero	Profissão	Formação acadêmica
E1	Masculino	Ex jogador/ atual comentarista	Não possui
E2	Masculino	Ex jogador/ atual comentarista	Não possui
E3	Masculino	Diretor de Rádio	Não possui
E4	Feminino	Repórter	Possui
E5	Masculino	Ex-produtor esportivo	Possui

Fonte: Dos autores.

3 Análise e discussão dos dados

Uma parcela significativa dos entrevistados no âmbito do Jornalismo Esportivo em Goiás, embora reconheça o valor do diploma,

não o considera como um critério indispensável para a definição dos profissionais atuantes nesse setor.

Sinceramente, acredito que (o diploma) não influencia. O mercado quer/procura profissionais multimídia, mas não valoriza seus profissionais. Principalmente quando se fala de remuneração. E no rádio, meio no qual trabalho hoje, muitas vezes a graduação não conta tanto assim. A maioria dos coordenadores, comentaristas e narradores não tem formação acadêmica. **(E4)**

Sendo bem sincero, as equipes de rádio esportivas em Goiás não se importam muito com a formação acadêmica dos profissionais de suas equipes. **(E5)**

Como anteriormente mencionado, a formação com diploma é percebida como “bem vista”. No entanto, é importante destacar que, embora a formação em jornalismo não seja considerada um critério fundamental no âmbito do jornalismo esportivo, ela é valorizada, especialmente devido às experiências práticas exigidas durante a graduação. Essas experiências proporcionam aos profissionais uma base sólida e aplicável, contribuindo para a apreciação da formação acadêmica no setor.

Quando você se forma na universidade, passa por oito períodos, faz estágio e combina teoria com prática. Na universidade, há laboratórios com recursos como rádio e TV que oferecem um ótimo suporte. Muitos profissionais de rádio esportivo com quem trabalhei, especialmente os que vieram da universidade federal, chegaram mais preparados devido a essa vivência nos laboratórios. **(E3)**

No contexto do jornalismo esportivo em Goiás, para a maioria dos entrevistados, os ensinamentos teóricos são menos valorizados em relação aos ensinamentos práticos quando se trata da preparação para o mercado de trabalho. Todavia, esse diretor de rádio reitera a importância da formação universitária, pois também oportuniza a prática:

Eu acredito que mais importante do que o diploma é a experiência de passar quatro anos na universidade, aprendendo e praticando. Isso proporciona uma bagagem valiosa. Comparado a um jovem de 18 anos que decide entrar no jornalismo esportivo sem passar pela universidade, o jovem universitário terá uma qualificação e preparo muito superiores. (E3)

Profissionais da comunicação que não detêm formação acadêmica encontram espaço no mercado de trabalho, justificando sua presença pelo acumulado tempo de experiência prática. O peso da vivência profissional assume um papel crucial na inserção e manutenção desses comunicadores, evidenciando que, no cenário do jornalismo esportivo goiano, a prática muitas vezes supera a exigência formal de uma formação acadêmica. Essa dinâmica ressalta a valorização da expertise adquirida ao longo do tempo como um fator determinante na configuração do quadro profissional neste domínio específico.

Eu comecei a trabalhar no rádio com 13 anos, puxando fio no estádio. Meu pai me levava e eu ficava puxando fio dos repórteres, porque eu gostei muito de futebol e gostei do rádio. Então eu fui vivenciando isso, comecei já com 15 anos a ser um jovem aprendiz (...), então eu já fui inserido dentro da redação com essa idade, com 15 anos. Então com 15 anos eu já ia em jogos, eu já participava de produção, eu já estava

ali dentro do rádio esportivo de forma direta, todos os dias eu trabalhava. Todos os dias mesmo, porque eu gostava tanto de rádio que eu trabalhava sábado e domingo sem receber, só por estar ali. Então eu fui adquirindo o conhecimento e fui ganhando responsabilidades. Com 18 anos eu já tinha a responsabilidade de produzir um programa de peso, então eu consegui aprender muito com isso. (E3)

Paralelo a isso, nota-se uma presença marcante de ex-atletas no cenário da comunicação regional. No entanto, é relevante destacar que esses atletas ingressam nesse mercado sem uma experiência prévia na área de comunicação. Inicialmente, sua participação ocorre em ocasiões especiais, nas quais compartilham suas vivências na prática esportiva profissional. Posteriormente, a partir dessas participações, muitos são convidados a integrar o meio da comunicação esportiva, mesmo sem formação acadêmica específica. Essa transição evidencia a valorização da expertise esportiva e o reconhecimento do público, que, por sua vez, contribuem para a inserção desses ex-atletas no universo da comunicação esportiva.

Eu tinha feito algumas participações como convidado, sempre tinha um programa, ou então ia ter um jogo importante do Vila, que como eu sou mais ligado ao Vila Nova, eu participei na Bandeirantes como convidado, e fui na Sagres (emissora de rádio) como convidado e fazia alguns programas. (E1)

Para os profissionais formados nas universidades, o acesso ao mercado representa um desafio significativo. Eles enfrentam barreiras notáveis ao tentar se estabelecer no mercado de trabalho. Isso sugere que, mesmo com a preparação teórica proporcionada pela educação superior, a competição e as exigências práticas no mercado

de comunicação esportiva em Goiás impõem desafios constantes aos recém-formados. Esse cenário ressalta a complexidade da transição da academia para o ambiente profissional, fazendo-se necessárias estratégias eficazes para superar esses obstáculos.

Acredito que entrar no mercado de trabalho já é um grande desafio. Principalmente se o universitário não tiver feito nenhum estágio na área. (E4)

O principal desafio é encontrar alguém disposto a te dar uma oportunidade porque o mercado do Jornalismo Esportivo em Goiás é fechado em pequenas panelas, nas quais, raramente abre espaço para oxigenação. É sempre o mesmo, há anos. Diria que é um mercado prostituído, pois as pessoas saem de uma equipe, em boa parte das vezes brigadas, daí vão para outra e depois voltam para àquela equipe da qual saiu brigada e assim segue o fluxo. (E5)

Contudo, alguns defendem a mescla entre profissionais graduados e ex-atletas nos meios de comunicação esportiva, visto que a interação entre esses dois grupos pode ser altamente benéfica. Enquanto os jornalistas graduados possuem um entendimento mais aprofundado tanto teórico quanto prático sobre comunicação, os ex-atletas contribuem com um conhecimento prático valioso sobre as nuances específicas dos esportes abordados. Essa combinação resulta em um processo de aprendizado múltiplo, onde ambas as partes se beneficiam mutuamente.

A relação com os ex-atletas, falo da minha experiência, é de aprendizado dos dois lados. Deles conosco, no aspecto técnico da profissão. E nossa para com eles, no que diz respeito aos bastidores de uma partida e do dia a dia do jogador de futebol. A experiência deles enriquece a transmissão, do

ponto de vista da curiosidade, histórias e da leitura técnica e tática do jogo. (E5)

Tem aumentado muito essa situação de comentaristas que são ex-jogadores, né, não é que quer tirar o espaço de ninguém, pelo contrário, acho que tem um espaço pra todo mundo, e essa junção até que é legal, né? Cada um traz uma visão, cada um traz um jeito, então você junta tudo ali e fazem programas, jornadas com qualidade, quem ganha muito é o ouvinte. (E1)

Apesar de os ex-atletas possuírem conhecimento e experiência prática, os principais desafios estão no campo da comunicação e familiaridade com os instrumentos de trabalho.

Você tem que formular a sua resposta ali, da pergunta que foi feita pra você, a gente com o fone, com um delay chegando à conversa, a sua voz voltando, né, então tem toda essa dificuldade que é uma coisa que incomoda, mesmo depois de alguns anos, no meio ainda atrapalha bastante. (E1)

Eu acho que a maior dificuldade nossa é a adaptação na linguagem, no jeito das colocações, às vezes a gente entra, quer falar muito rápido, e com o passar do tempo a gente vai parando um pouco... e também... o meio, também... o meio da comunicação não é um meio tão fácil. É um meio que para você conquistar os seus objetivos você tem que passar por muitas coisas. (E2)

Já trabalhei e ainda trabalho com ex-atletas, acredito que a vivência deles dentro de campo e até nos bastidores do futebol agrega muito. Mas eles não são profissionais formados em comunicação, e às vezes falta uma linguagem mais polida, um português correto, uma imparcialidade. Não são todos, aqui em Goiânia existem ex-jogadores que se tornaram ótimos

comentaristas, que estudam e se preparam para as transmissões. No entanto, nem sempre é assim. (E4)

Observou-se também que, uma vez que o profissional sem diploma se estabelece com sucesso no mercado de comunicação esportiva, há uma tendência de não buscar especialização na área de comunicação. A prioridade muitas vezes recai sobre a experiência prática adquirida, e a busca por aprimoramento teórico pode não ser uma prioridade imediata. Essa constatação destaca uma dinâmica peculiar no setor, onde a valorização da experiência prática pode, em alguns casos, superar a busca por formação continuada.

Muitos ex-jogadores param de jogar e começam a comentar. Alguns deles, por já terem o nome consolidado no esporte, talvez não sintam a necessidade de se aprimorar. Eles chegam realmente muito cru, né? Bem, assim, tentando entender qual é o contexto, né? Então, você tem que lapidar. Às vezes, tem erro de português, erro de concordância, às vezes, se expressam de maneira curta, às vezes, de maneira longa num comentário num determinado momento do jogo. Então, com o tempo, quem quer aprender, vai aprendendo. (E4)

Chegou um determinado momento que eu não conseguia mais conciliar, era tanta jornada esportiva que eu não conseguia conciliar, mas o ano que eu estudei eu sei que eu aprendi muito. Coisas que eu pude trazer já para a dinâmica que eu fazia. Mas uma coisa que eu sempre gosto muito de dizer para quem está entrando no primeiro ano de jornalismo, se você tiver condições de estudar e paralelamente ao estudo, conseguir estar em uma redação, mesmo que seja para trabalhar de graça, você chega aqui, você que está aqui com a gente, chega ali, senta ali e fica observando, faz uma demanda aqui, uma demanda por lá, observa alguém que está trabalhando, você já está aprendendo. Então eu tive essa vivência, eu consegui

aprender. Para quem consegue começar lá com 13, 14, 15, 16 anos, você consegue estar inserido já no rádio esportivo, você consegue fazer depois logo na sequência uma especialização é o ideal. (E4)

Apesar da colaboração entre profissionais graduados e ex-atletas na comunicação esportiva, foi percebida nuances de rivalidade entre esses dois grupos. Essa dinâmica pode surgir devido às diferentes origens e abordagens na formação e atuação profissional. Enquanto os graduados trazem consigo uma base teórica sólida e experiência prática específica em comunicação, os ex-atletas destacam-se pelas experiências pessoais.

Por essa situação de a gente ter vivido dentro do futebol, vivemos o futebol dentro do campo, dentro do vestiário, dentro das concentrações, coisa que muitas vezes o jornalista não teve, então acaba sendo uma junção, mas ainda tem alguns ciúmes, né!?, alguns ciúmes ainda aí, mas tem melhorado bastante. (E1)

Às vezes é um pouco ainda mal visto. Tem algumas pessoas que demoram para aceitar o ex-jogador no meio da comunicação. Que a gente não tem a formação, né? Eu acho essa junção bem legal, porque você pega nós, que sabemos das coisas do vestiário, do dia a dia, do que é o futebol, com o cara que estudou, que tem uma oratória maravilhosa. (E2)

Portanto, é comum observar que cada um desses grupos desempenha funções distintas na comunicação esportiva. Os ex-atletas frequentemente assumem papéis como comentaristas, utilizando suas experiências para relatar os bastidores a partir de suas experiências.

Eles têm algo que, às vezes, nós que não jogamos futebol não temos, que é a visão do jogo. Eles conseguem enxergar, neste momento, o jogo com mais facilidade, uma mudança tática, uma opção técnica para um jogador, o comportamento do jogador dentro de campo, porque eles viveram nisso. Isso eles adquiriram, né? Isso a gente, infelizmente, não tem como, né? Então, às vezes, você tem que saber aproveitar isso. Por isso que eu gosto mais do ex-jogador comentando o jogo. (E3)

Por outro lado, os profissionais formados na universidade geralmente desempenham funções predominantemente como repórteres e produtores esportivos.

Hoje em dia já vemos uma renovação na reportagem, com repórteres mais jovens e com diploma, mas nas outras funções, o rádio esportivo goianiense ainda está bem atrasado. (E4)

Mas mesmo pra nós é mais complicado, é mais fácil a gente comentar o assunto. O repórter traz a notícia e a gente vai comentar em cima, né? É mais fácil para nós aqui fazer o papel do repórter, ficar fazendo perguntas. A gente faz perguntas assim, às vezes faz uma, duas... Mas se fosse pra fazer uma coletiva, a gente não se sente confortável... Porque o repórter ele tem esse time, ele faz uma pergunta em cima da resposta do entrevistado, ele já bola outra. E ali ele já vai bolando outra, vai bolando outra. Nós temos essa dificuldade. Lógico que quando tem um entrevistado ao vivo, ou que a gente precisa fazer uma pergunta ou outra pra um convidado, a gente faz. Mas se fosse pra fazer uma entrevista completa, sem dúvida nenhuma, a gente teria dificuldade. (E1)

No que diz respeito à remuneração, é comum que os ex-atletas recebam uma compensação financeira superior. Isso se deve, em parte, ao fato de que esses profissionais, além de desempenharem

suas funções regulares, muitas vezes buscam patrocinadores para seus comerciais. A audiência esportiva tende a sentir uma conexão mais forte com os ex-jogadores, pois eles representam figuras familiares de seus times favoritos.

Cada um ganha aquilo que acha que é interessante, entendeu? Se ele não está satisfeito, peça um aumento, ou então vai para outra emissora, mas eu me preocupo assim, se eu estou aqui é porque eu estou feliz com o que foi oferecido. (E1)

Você tem que objetivar os seus desejos, saber o momento certo de aprender, que foi o nosso caso, e com o passar dos meses, dos anos, você vai ganhando valorização naquilo que você tem executado. Foi o que aconteceu conosco nos últimos anos, hoje nós somos supervalorizados, assim, analisando o meio que é Goiás. (E2)

Aqui tudo fica na base do QI (quem indica), sabe? Tem gente fazendo trabalho sério e não tem patrocínio por falta do famoso QI. (E4)

Bom, posso falar do meio em qual eu trabalho... No rádio existe sim, tem muita gente no rádio que não tem diploma e por ter cotas dos patrocinadores da emissora, eles ganham até três vezes mais que um repórter formado. Infelizmente, essa é a realidade. (E4)

Falando da minha experiência na Rádio. O profissional formado vai receber o piso e se quiser receber mais, ele terá de vender as chamadas cotas, que são spots ou textos para serem lidos na programação esportiva da emissora. Com isso, os profissionais que não são formados acabam recebendo muito mais que aqueles que estudaram para estar ali na função. (E5)

Essa identificação mais profunda leva a uma maior visibilidade, atraindo um público mais amplo e, conseqüentemente, aumen-

tando o apelo para anunciantes e patrocinadores. Dessa forma, a popularidade e a conexão emocional dos ex-atletas com o público podem influenciar positivamente sua remuneração no campo da comunicação esportiva.

Considerações Finais

Os dados colhidos sugerem que o mercado de trabalho do Jornalismo Esportivo em Goiás possui nuances importantes relacionadas à formação acadêmica, remuneração e à interação entre ex-atletas e jornalistas formados.

No contexto da formação acadêmica, percebe-se que, embora a graduação seja reconhecida, a valorização do talento e da experiência prática supera em muitos casos a importância do diploma. A ênfase na oratória, análise e habilidades comunicativas destaca que, no jornalismo esportivo, o talento muitas vezes se sobrepõe à formação formal.

A relação entre ex-atletas e jornalistas formados é reconhecida como benéfica, com ambos os grupos se complementando. A troca de aprendizado é evidente, onde os ex-atletas contribuem com experiências práticas valiosas, enquanto os jornalistas formados trazem habilidades específicas em reportagem e produção de programas. A adaptação nas funções durante as coberturas esportivas depende da abordagem desejada pela emissora, evidenciando a flexibilidade e cooperação entre esses profissionais.

Quanto à remuneração, constata-se que os ex-atletas tendem a receber compensações financeiras superiores, impulsionadas pela maior visibilidade que possuem junto ao público esportivo. A capacidade de atrair patrocínios e anúncios decorre não apenas

da expertise jornalística, mas também da conexão emocional que os ex-jogadores estabelecem com os fãs.

A bibliografia existente sobre o jornalismo esportivo não foca em questões de mercado, concentrando-se em aspectos cotidianos da profissão. No contexto específico do mercado de trabalho da comunicação esportiva em Goiás, a bibliografia é ainda mais escassa. A partir disso, a presente pesquisa buscou tratar dessas questões, que representam lacunas bibliográficas pouco exploradas, sobretudo no cenário goiano.

A principal descoberta dessa pesquisa foi a dependência dos patrocínios pelos quais os jornalistas graduados que atuam na comunicação esportiva possuem para complementar sua remuneração. Além de terem seus salários vinculados a esse sistema, os profissionais recebem um montante mínimo como salário fixo. Para aumentar seus rendimentos, é necessário que busquem patrocínios para a emissora. Essa prática, no entanto, contribui para a precarização das condições de trabalho, contrariando os princípios éticos estabelecidos no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

Referências

BRETONES, Marcos Jardim de Amorim. **Redação Sportv: uma experiência de jornalismo esportivo crítico**. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - UniCEUB, Brasília, 2010. Orientador: Severino Francisco.

BRITTOS, Valério Cruz; ANDRADE, Andrei. O futebolês que trava o jornalismo esportivo. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, dez. 2008. Disponível em: <www.observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em: 17 jan. 2024

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

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, v. 1, p. 62-83, 2005. FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. Código de ética dos jornalistas brasileiros. Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br>>. Acesso em: 31 jan. 2024.

MOURIM, Roberta; LOVISOLO, Hugo. **A formação do jornalista esportivo** — diploma ou talento. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_03/contemporanea_n03_01_mourim_lovisolo.pdf. Acesso em: 24 jan. 2024.

MUYLAERT, Camila Junqueira et al. Entrevistas narrativas: um importante recurso em pesquisa qualitativa. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, v. 48, p. 184-189, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/reesp/a/NyXVhmXbg96xZNPWt9vQYCT/?lang=pt&format=html#>>. Acesso em: 30 jan. 2024

RODRIGUES NETTO, Miguel. A cobertura especializada e as contradições na utilização de jornalistas ou ex-atletas nas transmissões esportivas. **Revista Científica Semana Acadêmica**, Fortaleza, 2013, Nº. 41.

PIOVESAN, Armando; TEMPORINI, Edméa Rita. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. **Revista de saúde pública**, v. 29, p. 318-325, 1995. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rsp/a/fF44L9rmXt8PVYLNvphJgTd/?format=html#>>. Acesso em: 29 jan. 2024.

SANTOS, J. P. C.. **“Em futebol, o pior cego é o que só vê a bola”**: Um estudo correlacional com torcedores brasileiros. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de Psicologia, Universidade São Francisco, Bragança Paulista.

O AVANÇO DA “PEJOTIZAÇÃO” EM GOIÂNIA: PERDA DE DIREITOS E PRECARIZAÇÃO

Amanda Chaves | Bruna Alves | Everton Antunes | Marcos Henrique
Sofia Santiago | Stefane Amaro | Teresa Prado

Introdução

A pejotização, objeto de estudo do presente artigo, é apenas uma das formas de flexibilização das relações de trabalho observadas nos últimos anos. Conforme Doná e Remédio (2018), “trata-se de modalidade onde uma empresa, ou pessoa jurídica (PJ) é constituída para a prestação de serviços, com contornos e características de relação de emprego” (p. 70).

Esse fenômeno se dá no contexto de enfraquecimento de direitos, em que, muitas vezes, a pejotização é utilizada como um instrumento para que o empregador se isente das obrigações trabalhistas, em prejuízo do trabalhador. Ainda segundo Doná e Remédio (2018): “A crescente utilização da pejotização tem sido

considerada por parte expressiva da jurisprudência brasileira como meio de fraudar e precarizar as relações empregatícias e, em razão disso, são duramente combatidas pelos Tribunais Trabalhistas do país” (Doná; Remédio, 2018, p. 71).

Em Goiás, o fenômeno está bastante presente no mercado de trabalho jornalístico. Como argumenta Taveira (2022): “A vulnerabilidade é cada vez maior; os sindicatos e associações profissionais, que até o início dos anos 90, organizavam greves e piquetes em frente às redações, hoje brigam entre si e não conseguem, frente à comunidade dos jornalistas, uma sólida legitimidade para uma representação da categoria (...)” (Taveira, 2022, p. 8).

Diante do cenário apresentado e da intensificação do processo de pejotização, bem como da insuficiência de estudos da relação dos impactos desse fenômeno no mercado de trabalho regional, este trabalho se faz necessário para explorar as consequências que o fenômeno da pejotização trouxe aos jornalistas.

A partir de seus resultados, profissionais de jornalismo estarão minimamente munidos de repertório para lidar com o mercado de trabalho que os espera ou do qual já fazem parte. Este estudo tem ainda como objetivos delinear o novo cenário de exercício profissional após as reformas trabalhistas e conhecer a posição do Sindicato da categoria, bem como analisar questões jurídicas que envolvem a pejotização.

1. Reforma trabalhista e precarização dos vínculos

Antes de nos aprofundarmos sobre como o fenômeno da pejotização afeta as condições trabalhistas dos jornalistas, devemos voltar para 2017, ano em que a reforma trabalhista foi aprovada. Segundo Doná e Remédio, “A Lei 13.467/2017, conhecida como

Reforma Trabalhista, aborda aspectos da flexibilização das regras aplicáveis ao contrato de trabalho, rompendo com a lógica tradicional instaurada por meio da Consolidação das Leis do Trabalho e legislação correlata” (2018, p. 62).

Para Souza (2021), depois da Reforma, “o instituto da pejotização ganhou destaque, tendo em vista as questões relativas à terceirização, e permitiu a contratação de terceirizados que exerçam toda e qualquer atividade dentro das empresas” (p.3) gerando a possibilidade de se contratar pessoa jurídica sem que se caracterize vínculo empregatício. Entretanto, segundo Orbem, o processo da pejotização se diferencia da terceirização. Para a autora:

A “pejotização” e a terceirização são institutos diferentes que se assemelham apenas por se tratarem de modalidades de externalização. Enquanto na terceirização existe uma relação triangular entre a empresa contratante, a empresa interposta, tomadora/terceirizada, e o trabalhador terceirizado, na qual a empresa principal transfere parte de suas atividades, as não essenciais, para que empregados de uma empresa terceirizada os executem; na “pejotização” há uma relação bilateral, na qual uma empresa contrata uma pessoa física, que prestará serviços de forma pessoal, sob a forma de uma pessoa jurídica. (Orbem J., 2016, p. 145)

Percebe-se que a pessoa jurídica lida com todas as formalidades empregatícias, além de realizar o trabalho para a empresa. Nas palavras de Barbosa e Orbem “para a empresa que contrata um PJ não haverá pagamento dos encargos trabalhistas e fiscais, passando a usufruir de uma carga tributária reduzida, além de contar com uma prestação de serviço ininterrupta pelos 12 (doze) meses do ano” (p. 5, 2015). O profissional PJ ainda se vê perdendo mais

direitos, já que “ao ser pejotizado não terá direito ao recolhimento de FGTS, tampouco ao pagamento de indenização sobre os seus 40% no caso de dispensa sem justa causa, além da ausência de recebimento do seguro desemprego, entre outras vantagens” (Lagassi, V., p. 30, 2018).

Para as empresas, a contratação de uma pessoa jurídica é extremamente vantajosa, visto que “o emprego dito típico (com carteira de trabalho assinada) é cada vez mais raro, o trabalho subcontratado, ou de tipo PJ (Pessoa Jurídica), se dissemina” (Oliveira, L. M., 2013, p. 11).

Pode parecer que o jornalista PJ é o único prejudicado nessa relação, mas o fenômeno de pejotização também causa “danos irreparáveis [...] ao Estado como, por exemplo, uma redução no recolhimento de contribuições previdenciárias e de imposto de renda. Fato que pode acarretar um déficit nas contas públicas e até mesmo no pagamento futuro desse mesmo trabalhador” (Lagassi, V., 2018, p. 32).

É de se questionar o motivo que leva os trabalhadores a aceitarem empregos PJ. O fato é que há necessidade de sobrevivência, e isso faz com que jornalistas acabem cedendo e se tornem pessoas jurídicas. Então, é papel do sindicato proteger o trabalhador, mas os sindicatos perderam força com a reforma trabalhista e só atuam junto a empresas que trabalham com contratos CLT, ficando as PJ desprotegidas dessa entidade representativa da categoria.

Taveira (2022) fala sobre a necessidade de os trabalhadores arranjam mais de um emprego para se sustentar, o que torna as condições da categoria precárias e exaustivas, pois a redução dos salários e outros benefícios obrigam os profissionais a trabalharem mais.

O cenário da precarização leva à consequente diminuição da sindicalização dos jornalistas, afetando, inclusive, os trabalhadores com vínculos CLT. Silva (2013) mostra que, em sua maioria, os jornalistas que acabaram de se formar e conseguiram um emprego, sendo submetidos a salários baixos e com condições indignas acabam por não contribuírem com o sindicato.

Uma possível saída para tornar a pejotização um formato de trabalho mais vantajoso é o empreendedorismo dos jornalistas. Entretanto, nem todos concordam. Oliveira diz que “nestas condições, é bastante plausível que tais saídas empreendedoras possam ser muito mais casos de precarização, aproximando o empreendedor-jornalista de um “virador”, isto é, aquele que recorre a uma série de “bicos” para poder sobreviver.” (2013, p. 12)

2. Metodologia

Esta pesquisa pretende investigar o fenômeno da *pejotização* no mercado de trabalho do jornalismo em Goiânia, buscando compreender o atual cenário profissional e as estratégias adotadas pelos jornalistas para se manterem ativos na profissão. Para alcançar esses objetivos, optou-se por uma abordagem qualitativa e descritiva, visando uma compreensão aprofundada dos fenômenos em questão.

A amostra da pesquisa é composta por sete entrevistas, cada uma representando diferentes perspectivas dentro do mercado jornalístico goianiense: Maitê, advogada trabalhista; Denise, jornalista PJ da área esportiva; Bárbara, jornalista CLT em um programa de TV e freelancer PJ como social media; Caio, presidente de sindicato trabalhista de jornalistas; Alícia, jornalista PJ da área esportiva; Cássia e Josy, jornalistas autônomas, PJ e empresárias.

As entrevistas foram conduzidas de forma presencial e virtual, conforme a conveniência dos participantes. Optou-se por entrevistas individuais e semiestruturadas, garantindo uma abordagem aprofundada e flexível para explorar suas experiências e percepções. O anonimato dos entrevistados foi mantido a partir do uso de nomes fictícios, como mencionado no parágrafo anterior.

O roteiro de entrevistas abordou tópicos como experiências profissionais, desafios enfrentados, percepções sobre a pejotização e estratégias adotadas para se manterem ativos na profissão. A análise dos dados foi realizada por meio de métodos qualitativos, incluindo a categorização de temas emergentes.

Adicionalmente, conduziu-se uma revisão bibliográfica abrangente, explorando conceitos relacionados à pejotização, mudanças no mercado de trabalho jornalístico e estratégias profissionais adotadas em contextos similares. Essa revisão compôs sinteticamente a fundamentação teórica do item 1 deste trabalho.

3. Jornada de Trabalho e Questão Salarial dos Jornalistas

A partir das entrevistas realizadas foi possível notar uma clara desorganização em relação à jornada de trabalho em regime PJ. Os jornalistas entrevistados contratados como pessoas jurídicas não possuem horário de entrada e saída definida. Nesse sentido, uma das jornalistas entrevistadas atribui essa realidade como um aspecto positivo, uma vez que lhe é concedida “flexibilidade” em sua rotina de trabalho. Denise, redatora no ramo de jornalismo esportivo, diz:

Por exemplo, eu posso trabalhar seis horas por dia, duas horas de manhã, duas horas de tarde e duas horas à noite. [...] ou

you can work half a period in one company and another period in another company and not have this employment link can be good for you to work in two companies.

Por outro lado, os demais jornalistas entrevistados enxergam nessa falta de atribuição de carga horária permitida pelos contratos PJ como uma margem para cumprimento de horas extras não remuneradas. A jornalista Bárbara afirma que em seu trabalho como Social Media para uma empresa goianiense de marketing, é contatada por clientes exigindo demandas fora do seu horário de trabalho. A empresa onde ela trabalha, além de não pagar horas extras, não lhe dá nenhum respaldo com o fim de barrar essas procuras indevidas. Ela afirma ainda que: “[...] eles têm muito disso de mandar mensagem à noite. Eu virei para a dona e falei: ‘Olha, não vou fazer isso. Então, dá 6 horas da tarde se não postou, se a pessoa não aprovar, o problema é dela. Eu não posto e nem abro o grupo de WhatsApp no final de semana também não”’.

Existem também aqueles jornalistas que, além de não possuírem carga horária definida e terem a sua rotina de trabalho determinada pela demanda do empregador, não possuem nenhum contrato de prestação de serviços. Por exemplo, a Alícia, jornalista PJ no ramo esportivo, conta que em seu trabalho, em uma das grandes emissoras do eixo jornalístico, não ganha por hora extra e também não tem contrato. Tudo é feito a partir da nota fiscal emitida, como Microempresada Individual (MEI).

Em relação às férias remuneradas, os jornalistas entrevistados afirmam não possuir esse direito nas empresas onde eles trabalham. Bárbara, por exemplo, que trabalha de carteira assinada numa emissora de televisão e como PJ numa agência de marketing

goianiense, faz um comparativo dessa dicotomia que ela vivencia em seus trabalhos: “[...] no meu trabalho na agência de marketing como PJ eu não possuo férias remuneradas, não possuo férias de modo geral né. Já na emissora de televisão onde eu trabalho de carteira assinada eu tenho férias remuneradas tudo certinho”.

Desse modo, o fenômeno da pejotização além de tornar recorrente violações trabalhistas, incide também sobre as normas tributárias e previdenciárias, já que não há o recolhimento habitual dos tributos empregatícios. De acordo com Couto e Renault (2008, p. 6), “a disparidade de ganhos financeiros e a demanda pela subsistência do empregado conduzem-no a tolerar condições trabalhistas precárias, incluindo a prática de pejotização”. O trabalhador se posiciona como hipossuficiente na dinâmica laboral, tornando sua vontade efetiva menos significativa na formulação de decisões. De acordo com Martinez (2019, p. 293):

A simulação é um vício que produz uma proposital e bilateral discrepância entre o querer interno do empregado e a vontade por eles declarada [...] O mesmo acontece quando empregado e empregador, de comum acordo, criam uma aparência de prestação de serviços via pessoa jurídica (pejotização) [...]

Assim, na prática da pejotização, verifica-se uma circunstância que muitas vezes mascara uma conduta ilícita. Nesse sentido, trabalhadores PJ se colocam em situações abusivas de condições de trabalho em razão daquilo que foi pactuado entre o empregador e o empregado. Contudo, segundo Cueva (1996, p. 92), a presença de uma relação laboral está juridicamente condicionada, por conseguinte, não ao que as partes tenham acordado, mas à efetiva situação em que o trabalhador se encontra, uma vez que o que foi

estipulado contratualmente pode não refletir a realidade e, assim, não possuir validade.

Nesta presente pesquisa foi possível verificar que o trabalho dos jornalistas exercido sob regime de contratação via CLT dá menos margem para violações trabalhistas. Isso ocorre uma vez que esses trabalhadores são assegurados pelo art. 9º da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), que dispõe: “Serão nulos de pleno direito os atos praticados com o objetivo de desvirtuar, impedir ou fraudar a aplicação dos preceitos contidos na presente Consolidação”.

Dessa maneira, a jornalista Bárbara que também trabalha numa emissora de televisão como CLT afirma que “Nessa emissora, por meu trabalho ser de carteira assinada é bem definido os horários aqui, [...] eu trabalho de segunda a sexta das 7:30 às 13:30”. Ela afirma ainda que na TV quando há necessidade de realização de horas extras esse serviço é feito de forma remunerada.

Como um regime alternativo de trabalho, alguns jornalistas, todavia, buscam no empreendedorismo uma forma de não se verem refém de jornadas de trabalho abusivas impostas pelos empregadores do ramo de comunicação. Montar o seu próprio negócio é visto como sinônimo de autonomia. A jornalista Cássia decidiu criar a sua própria empresa de Assessoria de Comunicação, principalmente devido aos baixos salários que são pagos aos jornalistas de um modo geral, independente se é com carteira assinada ou como prestadora de serviços via CNPJ.

“Um dos motivos que me fez sair assim da redação é a questão salarial, se paga muito baixo hoje nas redações”, diz Cássia. Ela completa dizendo que até mesmo para ela que ocupava um cargo de chefia dentro da redação, o salário era baixo. Essa realidade,

segundo ela, acaba forçando muitas vezes os jornalistas a buscarem um segundo emprego *freelancer* para complementar a renda.

Não há como o empregado se impor de forma individual frente à empresa exigindo melhores salários, visto que até na proteção coletiva (sindicato ou outras associações trabalhistas), os direitos básicos estão passíveis de atropelamento. A jornalista do ramo esportivo, Denise, relata: “Acredito que se eu ficar pedindo aumento vão querer colocar outra pessoa no meu lugar [...], então eu realmente tenho receio de pedir aumento, uma atualização do valor do salário”.

4. Mercado digital aumentou número de Pjs

O mercado de trabalho para profissionais de jornalismo em Goiás reflete as dinâmicas e desafios enfrentados pela indústria da comunicação em todo o país. Goiás possui uma economia diversificada e uma sociedade em constante transformação, o que impacta diretamente a demanda por profissionais de jornalismo.

No contexto da mídia tradicional como jornais, revistas e emissoras de televisão, os profissionais de jornalismo em Goiás enfrentam a transição para o digital. Os vínculos do tipo CLT eram mais frequentes antes da internet se consolidar no campo jornalístico. Mas com o avanço do webjornalismo e o surgimento de empresas nativo-digitais, os vínculos PJ aumentaram.

Com o aumento do acesso à internet, as oportunidades no jornalismo online têm se expandido. Portais de notícias locais, blogs independentes e iniciativas digitais têm surgido, oferecendo novas perspectivas e oportunidades para jornalistas que buscam explorar diferentes formatos de storytelling e conteúdos.

Para Cássia, antigamente, a maioria dos empregos era em redações, rádio, TV, jornal e revista. Então, esses eram os locais que os jornalistas tinham para trabalhar. Nos anos 2000, foi a época em que houve um “boom” de assessoria de imprensa e as empresas começaram a contratar massivamente. Então, começou a surgir mais pessoas para assessoria de imprensa, que sempre pagou um pouco mais, e à medida que foi evoluindo com o marketing digital, muitas pessoas preferem não optar por redação ou áreas correlatas, se tornando PJ.

Setores específicos da economia goiana, como agronegócio e mineração, demandam profissionais especializados em jornalismo para cobertura de assuntos específicos. O jornalismo especializado pode oferecer oportunidades para aqueles com conhecimento aprofundado em áreas determinadas.

Como exemplo, temos a área esportiva do jornalismo, onde Denise considera muito difícil encontrar vagas CLT para profissionais da comunicação. Por outro lado, a entrevistada gosta da flexibilidade de horários que o trabalho PJ possui, mas claro, se pudesse escolher hoje, optaria pelo trabalho CLT. O fato de não precisar ter o registro de trabalho de jornalista também ampliou muito os casos onde pessoas que não possuem formação em jornalismo atuam como tal. Para Alícia, que atua na mesma área, hoje em dia, acha que é necessário ser PJ para conseguir ser jornalista. Sendo MEI, a entrevistada enxerga que os trabalhos CLT são bem raros.

A assessoria de comunicação é outra área em crescimento, especialmente à medida que empresas e organizações reconhecem a importância da gestão da reputação. Profissionais de jornalismo desempenham um papel crucial na comunicação entre organiza-

ções e o público. Essa área, para Josy, é o melhor cenário dentro do jornalismo regional atualmente.

Por ser uma servidora pública, possui a estabilidade e a flexibilidade de tempo para poder atender seus clientes. Para a jornalista, a pejotização é muito positiva, pois a condição de servidora lhe dá as garantias básicas, mas pode conseguir aumentar a sua remuneração por meio da prestação de serviços extras, mesmo que na condição de PJ. Nesse sentido, considera ter mais liberdade.

Nota-se que muitos jornalistas em Goiás têm optado por carreiras freelance e empreendedorismo. Isso permite maior flexibilidade e a oportunidade de explorar diversos projetos, desde reportagens independentes até a criação de conteúdo para redes sociais. Assim como no mercado nacional, enfrentamos desafios semelhantes aos observados em termos nacionais, como a busca por modelos de negócios sustentáveis, combate à desinformação e adaptação às mudanças tecnológicas. No entanto, esses desafios também abrem espaço para inovação e criatividade por parte dos profissionais.

Para Cássia, jornalista e empresária autônoma, caso fosse uma recém-formada, passaria por uma experiência de trabalhar CLT numa empresa, pois dá uma preparação e um desenvolvimento profissionais muito bons. E, se for o caso da pessoa depois realmente querer abrir empresa, terá alguma experiência. Ela recomenda estudar, pois não é nada fácil. Além disso, ela lembra que “não é tudo que você recebe que você ganha”. Além dos gastos comuns que temos no dia-a-dia, temos que tirar os impostos, gastos com contador, se você vai contratar alguém ou emitir a nota fiscal.

Com todos os empecilhos e desafios, muitos, às vezes, optam pela informalidade em trabalhos mais autônomos. O profissional

trabalhando como CLT tem os descontos que faz com que receba menos. Mas, você está assegurado, com FGTS e outros benefícios. Por isso, Cássia possui sua própria empresa, onde ela estipula os valores que cobra de seus clientes pelo seu trabalho e assim, adiciona aos seus preços todos os custos. Sendo assim, a microempresária confirma que hoje ganha mais do que quando trabalhava como CLT.

Em resumo, o mercado de trabalho para jornalistas em Goiás reflete as transformações globais nos negócios de comunicação. A habilidade de se adaptar às novas demandas e a busca por oportunidades inovadoras são cruciais para os profissionais que desejam prosperar nesse ambiente dinâmico.

Nesse contexto de inovação, o Presidente do Sindicato dos Jornalistas, Caio, aborda um levantamento feito pela Federação Nacional dos Jornalistas. Dos 5.500 municípios brasileiros, temos 3.000 onde não há qualquer jornalista trabalhando – que é o chamado deserto de notícias –, mostrando, assim, um grande mercado no interior para ser desbravado, de cidades médias e pequenas. Mas, por outro lado, conforme o entrevistado, os jornalistas querem se concentrar na capital goiana.

De acordo com Caio, o jornalista tem que entender que pode buscar outros mercados de trabalho, ter uma renda satisfatória e fazer jornalismo, sem necessariamente estar em Goiânia que, evidentemente, tendo um quarto da população do estado, deveria ser todo o mercado de trabalho, mas não é a realidade.

Com relação ao mercado de Goiânia, considera um mercado saturado, onde hoje, basicamente, se abre muita oportunidade em assessoria de comunicação. A Lei de Acesso à Informação (LAI) veio dar um impulso ao trabalho de assessoria, que precisa responder com informações checadas a partir de empresas, e responder as redes

sociais. Por ser um mercado novo, onde há uma empresa que tenha a produção de informações, deve-se ter, também, a produção de respostas com informações a questionamentos de consumidores, associados e quaisquer outros interessados.

Considerando o atual cenário, o sindicalista afirma que as empresas querem aumentar o lucro em cima da redução do custo de mão de obra, utilizando a pejotização, que, juridicamente, é equivocada. A tendência para Caio, infelizmente, é essa porque os jornalistas a aceitam de forma “muito passiva” essa situação, pois o profissional tem as mesmas obrigações de um CLT, mas não os benefícios.

5. Jornalistas e Sindicato

Conforme abordado em tópicos anteriores deste artigo, a Reforma Trabalhista – concebida pela Lei 13.467/2017 –, flexibilizou a Consolidação das Leis do Trabalho. Além de disso, potencializou o uso da pejotização como manobra que gera instabilidade nas relações de emprego (Doná; Remédio, 2018). Do ponto de vista das entidades de representação das categorias profissionais, Krein (2018, p. 78) considera que:

(...) há uma tentativa de esvaziamento da organização sindical dos trabalhadores entendida como classe, pois tende a predominar uma organização mais descentralizada e articulada com os interesses da empresa. É a constituição de um padrão de regulação social mais afeita com as características do capitalismo contemporâneo, que proporcionou uma situação desfavorável aos trabalhadores.

Faquin (2016, p. 52) delinea que, “já nos casos de pejotização, a atuação de um sindicato para representar os trabalhadores se torna impossível, a priori, considerando que assim como a terceirização,

a pejotização atinge várias categorias de trabalhadores”. Diante desse contexto, o presidente do Sindicato dos Jornalistas de Goiás expressa seu ponto de vista sobre a dinâmica das redações e veículos de imprensa goianienses:

Bom, esse fenômeno é uma tendência que veio incrementada após a reforma trabalhista do Governo Temer. [A Pejotização] já vinha antes, mas acelerou depois da reforma, que tirou o direito dos trabalhadores. [...] Eu vejo que é um equívoco: você tem um ganho imediato, mas, se o jornalista, daqui a três anos, entrar na justiça e ganhar, tudo o que ele não recebeu ele vai ter que receber de uma vez e isso pode, inclusive, quebrar a empresa. Então é um fenômeno, sim: há jornais, assessorias de imprensa que estão forçando as pessoas a migrarem para Pessoa Jurídica – ou PJ –, no intuito de aumentar o lucro, apenas isso, não vejo como outra alternativa. (Caio)

Além disso, o dirigente afirma que, a fim de melhorar este cenário – que, segundo ele, “pode virar uma tendência” –, o Sindicato

[...] tem buscado contato com as faculdades, para convencer os futuros jornalistas, a gente tem feito ações em redes sociais para explicar isso, estamos buscando na virada do ano agora¹, iniciar visitas às redações e aquilo que te falei no início: buscar, ainda em dezembro, uma conversa com o Conselho Regional de Contabilidade [CRC GO] e com a OAB, para ver se a gente consegue orientar advogados trabalhistas e contadores a orientar clientes sobre a balela, sobre a mentira que é a empresa ganhar mais contratando [o jornalista] como PJ, [...]. (Caio)

Por outro lado, a perspectiva da jornalista Bárbara sobre as ações da entidade contrasta com os relatos do dirigente do SINDJOR.

1 Esta entrevista ocorreu no dia 29 de novembro de 2023.

“Então, o sindicato, assim, para mim, eu não posso falar muito porque eu nunca precisei. Não vejo muito benefício e não vejo que eles fazem muita coisa. Embora Bárbara relate que não possui familiaridade com a entidade, ela afirma que percebe a ineficácia do sindicato e prossegue: “[...] eu nunca fui sindicalizada e não tenho interesse de ser, [...]. E também já vi pessoas que precisaram e não resolveram nada do problema, então acho que é um dinheiro meio que, sei lá, desperdiçado.”

Em concordância com Bárbara, Alícia, em breve relato, argumenta que o sindicato não se mobiliza como deveria: “eu enxergo o sindicato da minha profissão um pouco silencioso, e não sou sindicalizada”. A partir destes dois relatos, portanto, é evidente o desinteresse das profissionais pela associação ao sindicato, além da percepção de que a entidade se mostra ineficaz na resolução de problemas concernentes à categoria.

No entanto, Cássia classifica o sindicato goiano como “atualte”, mas ressalta que a entidade carece de mais associados. “Nosso sindicato é muito pequeno. Pouquíssimos associados. E muito sem força. Apesar dessa pouca força que a gente tem, o sindicato até tem conseguido, por exemplo, reajustes, alguns benefícios, algumas coisas”, destaca. Entre os fatores que dificultam o fortalecimento do SINDJOR, Cássia também cita a “falta de união” da categoria de jornalistas: “Eu acho que se a gente tivesse mais associados ao sindicato, [...] a gente conseguiria uma força maior. [...] eu vejo que o sindicato tenta atuar, mas precisa mais de apoio”.

Em complemento a este ponto de vista, o dirigente do SINDJOR afirmou que não há vontade, por parte do jornalista, em conversar com o Sindicato:

[...] houve casos de eu ir na porta de uma televisão e o jornalista sequer querer pegar um folheto que estava na minha mão. E eu sei que lá eles ganham muito mal. O trabalhador não querer conversar com seu Sindicato – eu não estou ali para me defender, para tomar o dinheiro de nenhum jornalista –, eu estou ali para lutar por aquele jornalista, aí ele se recusa a entender e, até, a conversar com o Sindicato, aí fica essa situação ruim. (Caio)

Logo, é possível observar, com base nos depoimentos dos entrevistados, uma acusação de negligência mútua. Do ponto de vista do sindicato, o jornalista não se associa à entidade nem reclama seus direitos por via coletiva; ao passo que, do ponto de vista das profissionais, com exceção de Cássia, a visão de impotência do sindicato se faz presente.

Ainda nesse sentido de descompasso do jornalista com o Sindicato, o dirigente justifica que há um estado de alienação da categoria enquanto trabalhadora, em relação às demais profissões:

E isso chegou a um agravante para o jornalista, que não se vê como trabalhador – como um motorista de ônibus, como outro segmento de trabalhador – e aí ele não faz greve, ele se sujeita a receber um péssimo salário, mas não reclama [...] Então, ainda há esse agravante de muitos jornalistas não se verem enquanto trabalhadores. (Caio)

Em retomada ao fenômeno da pejotização, o dirigente sindical chama atenção para a necessidade de consciência, a partir da categoria, sobre a importância da luta coletiva dos jornalistas, a fim de combater a violação às leis do trabalho impostas em redações de jornais e veículos do município. Ele defende:

[...] se o jornalista não tiver noção de que ele precisa ter uma luta coletiva, a médio prazo, daqui cinco anos, as empresas podem se juntar e falar: “agora o piso vai ser um salário mínimo”; e os jornalistas, sem se unirem ao sindicato, vão ter que aceitar isso. (Caio)

Essa noção dialoga com Faquin (2016, p. 53), para quem “[...] a atuação dos sindicatos no que concerne ao enfrentamento da pejotização, consiste em apurar e denunciar este tipo de irregularidade quando flagrado”. A respeito das denúncias de irregularidades no formato de trabalho, o presidente do SINDJOR também relata que “já chegaram informações, [mas] denúncias, não, porque o pessoal fica com medo de falar contra a empresa, [...]”.

Por fim – dado o cenário de fragilidade das Leis do Trabalho após a Reforma Trabalhista e a espoliação da categoria por parte das empresas do município –, a posição adotada pelo Sindicato de Jornalistas é realizar trabalhos de orientação e conscientização do jornalista e do empregador sobre os prejuízos ocasionados pela pejotização. Porém, a imagem do sindicato perante as profissionais entrevistadas revela um afastamento da entidade, na medida em que o sindicato acusa a categoria de estar alheia à necessidade de união e luta por direitos. Paralelo a esse quadro geral, há um avanço da pejotização sobre o mercado de comunicação, enquanto que o jornalista receia denunciar casos de desrespeito aos direitos trabalhistas.

6. Empreendedorismo como terceira via

Em nossa pesquisa, duas jornalistas não se enquadram nos moldes de PJ observados na maioria dos profissionais com as rotinas de trabalho analisadas: Josy e Cássia. Ambas prestam serviço de assessoria de comunicação e não possuem vínculo empregatício

com nenhuma empresa, podendo estas serem, de fato, chamadas de empreendedoras.

Vale ressaltar que tanto Josy quanto Cássia já passaram pela experiência de trabalhar em redação. Cássia relata: “eu acho muito baixo o salário e mesmo eu, que estava no cargo de chefia, achava um pouco baixo. É umas das coisas que me fizeram sair do CLT: salário, carga horária, você ter que trabalhar feriado, domingo e final de semana”. Esses foram os motivos que a levaram ao empreendedorismo.

Apesar de possuir bastante tempo de experiência em redação e estando em cargos de chefia que deram a ela autoridade na área, Cássia optou por abrir uma empresa de assessoria de comunicação. Josy, por outro lado, já era assessora CLT de um shopping de Goiânia quando o novo administrador “entendeu que assessoria deveria ser um serviço terceirizado”. Assim, seu empregador se tornou seu principal cliente.

Mesmo que, segundo os relatos dos outros entrevistados, o trabalho de um PJ com vínculos empregatícios seja muito parecido do CLT (com exceção dos direitos), quando o jornalista se torna o empreendedor, a configuração de trabalho muda bastante. Segundo Cássia, “Trabalho muito mais, de certa forma, porque você tem que captar cliente, são mais coisas. Porém, eu consigo organizar a minha rotina, e monto ali meu horário.” Ela também afirma trabalhar em finais de semana e feriados, mas muito menos do que trabalhava em redação.

Josy ainda diz que para manter seus clientes, ela precisa ter o “compromisso de prestar bem o serviço. “Para isso, eu preciso ser *top*, estou presente nos eventos, eu acompanho algumas entrevis-

tas.” Considerando que as duas entrevistadas representam uma microempresa, nota-se que todo o trabalho, desde a gestão até a prática, é feito por elas. Por isso, o horário de trabalho pode extrapolar as comuns oito horas de um PJ com vínculo empregatício ou CLT comum – tendo em vista uma realidade majoritária em que jornalista é contratado como radialista e trabalha mais que as cinco horas máximas asseguradas pelo sindicato, como Cássia relatou. Entretanto, para elas, trabalhar mais compensa, pois o salário de PJ/empreendedor é condizente à carga.

Outro aspecto interessante do empreendedorismo em contraste com o PJ com vínculo do tipo empregatício está nos contratos. Josy diz que: “o contrato não prevê tempo, hora, nada... Mas sim a prestação, o que eu vou prestar, como será esse serviço, as ações que eu vou realizar...”. Ela ainda afirma que estes podem ou não serem renovados todos os anos, de acordo com as novas demandas e metas estipuladas pelas empresas contratantes.

O fato de haver um serviço muito bem descrito em contrato tem duas principais vantagens: evita, até certo ponto, que os profissionais tenham funções acumuladas, e garante uma certa independência, pois geralmente o jornalista atende mais de uma empresa e, portanto, não depende exclusivamente de nenhuma delas para tirar o sustento mensal.

Dessa forma, apesar de apenas duas entre dos seis entrevistados terem uma rotina trabalhista como empreendedor, tornou-se evidente que esse é um caminho melhor do que a pejotização dos jornalistas. Ainda assim, devemos considerar dois aspectos importantes: ambas empreendedoras precisaram adquirir anos de experiência antes de serem PJ e as duas são assessoras de comunicação.

O primeiro aspecto é importante tendo em vista o fato de Josy e Cássia terem microempresas, não havendo funcionários além delas. O tempo de experiência foi crucial para que elas ganhassem credibilidade no mercado e para conhecer pessoas que facilitaram a prospecção de clientes.

Por se tratar de microempresas, não houve necessidade de investimentos altos para abrir o negócio. Elas precisam pagar os impostos para manter o CNPJ, mas, segundo Josy e Cássia, esses custos não são pesados considerando que 1: os lucros são todos delas e 2: o mercado hoje praticamente exige jornalistas PJs e esses têm praticamente os mesmos custos que as empreendedoras entrevistadas. Ademais, Josy e Cássia demonstram que a assessoria de comunicação possibilita mais receita na empresa e um número maior de clientes, principalmente porque redações independentes não costumam ter publicidade - a principal fonte de entrada monetária em jornais.

Considerações Finais

Diante da análise, entende-se que a exigência do regime PJ tem impactos profundos e multifacetados nas condições de trabalho dos jornalistas em Goiânia. A tendência crescente de aderir à pejotização, motivada pela escassez de vagas CLT e a promessa de flexibilidade, revela um cenário no qual os profissionais se veem confrontados com desafios de alcançar o sucesso na carreira.

O fenômeno da pejotização, ao oferecer uma aparente flexibilidade na jornada de trabalho, acaba por criar uma desorganização que prejudica os jornalistas contratados sob esse regime. A ausência de horários definidos pode ser percebida de maneira positiva por alguns,

mas representa, na prática, uma ilusão de autonomia, comprometendo a qualidade de vida e a previsibilidade nas rotinas profissionais.

Além disso, a pejotização implica violações trabalhistas, uma vez que não há o recolhimento habitual dos tributos empregatícios, resultando em uma precarização das condições laborais. A disparidade do custo de vida, aliada à necessidade de subsistência, conduz os jornalistas a aceitarem condições precárias, perpetuando esse modelo prejudicial.

A busca pelo empreendedorismo, embora se apresente como uma alternativa para contornar jornadas abusivas, revela-se, muitas vezes, inacessível para recém-formados. A necessidade de conquistar experiência e autoridade no mercado, seja como CLT ou PJ, antes de empreender, destaca a complexidade do cenário e a dificuldade de estabelecer-se como empreendedor logo após a formação.

Nesse contexto, a atuação do Sindicato de Jornalistas é fundamental na conscientização sobre os prejuízos da pejotização, embora exista uma percepção de afastamento por parte dos profissionais. A necessidade de uma abordagem coletiva, envolvendo uma maior conscientização e engajamento sindical, torna-se crucial para assegurar condições dignas de trabalho para os jornalistas CLT em Goiânia e tornar esse modelo de trabalho atrativo novamente.

Referências

BARBOSA, A. M. e S.; ORBEM, J. V. **“Pejotização”: precarização das relações de trabalho, das relações sociais e das relações humanas.** Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM, [S. l.], v. 10, n. 2, p. 839–859, 2015. DOI: 10.5902/1981369420184. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/revistadireito/article/view/20184>. Acesso em: 24 out. 2023.

COUTO FILHO, Eduardo Soares do; RENAULT, Luiz Otávio Linhares. **A “pejotização” e a precarização das relações de trabalho no Brasil.** Faculdade 12 Mineira de Direito, PUC Minas. 2008. Disponível em: https://fmd.pucminas.br/Virtuajus/1_2009/Docentes/Pejotizacao. Acesso em: 16 jan. 2024.

CUEVA, Mario de La apud RODRIGUEZ, Américo Plá. **Princípios de Direito do Trabalho.** São Paulo: LTR. 4ª Ed. 1996.

DONÁ, S. L.; REMÉDIO, J. A. **A Pejotização do Contrato de Trabalho e A Reforma Trabalhista.** Revista de Direito do Trabalho e Meio Ambiente do Trabalho, v. 4, n. 2, p. 61-79, 2018. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistadtmat/article/view/4731>. Acesso em: 23 out. 2023

FAQUIN, GIULIA. **Precarização e mundo do trabalho: as formas atuais de precarização trabalhista e os instrumentos jurídicos para o seu enfrentamento nos casos de terceirização, pejotização e condição análoga ao escravo.** 2016. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, Santa Catarina, 2016. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/4756>. Acesso em: 16 jan. 2024.

KREIN, J. D. **O desmonte dos direitos, as novas configurações do trabalho e o esvaziamento da ação coletiva: consequências da reforma trabalhista.** Tempo Social, [S. l.], v. 30, n. 1, p. 77-104, 2018. DOI: 10.11606/0103-2070.ts.2018.138082. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ts/article/view/138082>. Acesso em: 16 jan. 2024.

LAGASSI, Veronica. A PEJOTIZAÇÃO NA MÍDIA: LESÃO DO DIREITO AO TRABALHO OU UM INCENTIVO À LIVRE INICIATIVA?. **DIREITO, MÍDIA E SOCIEDADE**, p. 23-33, 2018. Disponível em: <https://entropia.slg.br/index.php/entropia/article/view/372/395>. Acesso em: 19 out. 2023.

MARTINEZ, Luciano. **Curso de direito do trabalho: Relações individuais, sindicais e coletivas do trabalho**. 10. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

OLIVEIRA, Laura Machado. **Pejotização e a precarização das relações de emprego**. Revista Atitude, Porto Alegre, n.º 14, p. 25-31, 2013. Disponível em: https://antigo.faculadadedombosco.net/wp-content/uploads/2016/05/1400625866_atitude14.pdf#page=25. Acesso em: 25 out. 2023.

ORBEM, Juliani Veronezi. A (re) construção de uma “nova” modalidade de trabalho denominada “pejotização” no contexto sociocultural brasileiro. **Áskesis-Revista des discentes do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar**, v. 5, n. 1, p. 143-143, 2016.

SILVA, M. L. M. da. **Formação profissional e mercado de trabalho de jornalistas e radialistas em Goiás**. Comunicação & Informação, Goiânia, Goiás, v. 1, n. 1, p. 167-193, 2013. DOI: 10.5216/c&i.v1i1.22756. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/22756>. Acesso em: 25 out. 2023.

SOUZA, Andreza Ramos et al. **A pejotização e sua influência na precarização do trabalho**. Repositório Universitário da Ânima (RUNA), [s. l.], 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/56efc183-ee59-4265-be3e-08b0af4614be>. Acesso em: 16 jan. 2024.

TAVEIRA, Leise. A Corrosão do Jornalismo no Brasil. **Entropia**, Rio de Janeiro, v. 02, p. 05 -20, 4 jun. 2022. Disponível em: <https://entropia.slg.br/index.php/entropia/article/view/372/395>. Acesso em: 19 out. 2023.

JORNALISMO: A PROFISSÃO ESTÁ SE DETERIORANDO?

Adan Filipi de Jesus Neto | Anna Letícia Epaminondas Saraiva

Lara Fabian Costa e Silva Guimarães | Maria Eduarda Arruda de Sousa

Valto Alves Leão Filho

Introdução

Historicamente, o jornalismo tem enfrentado diversas transformações. A profissão acompanhou todo o processo de inserção de diferentes tecnologias em suas práticas, em diferentes momentos ao longo de sua existência. Seja a partir do instrumento de escrita, dos tipos de inscrição da tinta no papel ou nos tecidos, nas máquinas de escrever até o computador ou celular, a profissão sempre se reinventou.

É comum que, com as atualizações digitais, sobretudo com o intenso uso das redes sociais, a profissão se modifique mais uma vez, de modo a acompanhar o processo de adaptação e demandas do seu público. No caso do jornalismo, isso vem acompanhado de sobrecarga em horas trabalhadas e em uma atuação multifuncional,

o que afeta diretamente a saúde física e mental dos seus trabalhadores. Em consequência, isso também impacta diretamente os conteúdos disponibilizados à sociedade, uma vez que o jornalista depende tanto da qualidade quanto da agilidade da informação.

Desse modo, como trazido por Lopes (2011), apesar dos avanços da esfera tecnológica, esses vieram acompanhados de uma precarização do trabalho, com maiores exigências por conteúdos imediatos e uma jornada mais extensa de atuação. Assim, um dos fatores abordados é o estresse na profissão que, aliado às condições de trabalho, refletem uma possível queda no rendimento qualitativo do produto jornalístico. A credibilidade se vê ameaçada em consequência, especialmente devido às não condições mínimas adequadas para o exercício da profissão

Esta pesquisa traz a análise de psicólogos e sociólogos diante desta nova transformação do jornalismo, com análises desses especialistas sobre a precarização do trabalho, o ritmo frenético e as condições de trabalho cada vez mais desfavoráveis do ponto de vista dos direitos e da saúde. Assim, será possível avaliar os desafios da contemporaneidade e como enfrentá-los.

1 Jornalismo: profissão forte ou fraca?

Para fazer uma análise sobre a profissão de jornalismo, é necessário trazer à luz alguns conceitos que melhor ajudem a pesquisa a entender os desafios atuais. Para tal, utilizaremos a abordagem de outro campo de estudo, que é a de Ciências Sociais, mais precisamente no que diz respeito à sociologia das profissões.

De acordo com Machado (1995), existe um consenso entre diversos teóricos como Moore, Wilesnky e Larson, de que há a necessidade de ter um corpus definido, que mescle o conhecimento

e uma determinada orientação de serviços como características imprescindíveis para se definir profissão. Alinhando esse conceito com o de Freidson (1973), se tem uma classificatória das profissões; estão divididas internamente em segmentos que disputam a autoridade sobre a sua área de atuação.

Esses segmentos são divididos entre os ¹*praticantes*, os ²*administradores* e os ³*acadêmicos*, cada qual desempenhando um papel crucial para a consolidação e manutenção da profissão. A legitimidade profissional, portanto, é construída a partir de um equilíbrio entre essas forças internas e sua relação com a sociedade em geral. Ainda, em sua abordagem sobre o assunto, ele propõe que uma profissão é uma forma distinta de organização do trabalho, marcada pela posse e controle de um conhecimento especializado.

Nessa mesma direção, o autor afirma que uma profissão pode ser considerada forte ou bem estruturada quando há equilíbrio na distribuição de poder entre esses três segmentos. Ele destaca que a aplicação de um corpo especializado de conhecimento na prática, sustentada por conceitos abstratos e teorias, confere à profissão um status elevado no mercado formal de trabalho. Para Freidson

1 **Praticantes:** Dentro do campo do jornalismo, são os profissionais que atuam diretamente na produção jornalística, como repórteres, editores, correspondentes e outros envolvidos no dia-a-dia da apuração e publicação de notícias. Lidam com a prática técnica do jornalismo, aplicando o conhecimento especializado em contextos reais.

2 **Administradores:** No jornalismo, representam os gestores e líderes organizacionais no campo jornalístico, como diretores de redação e executivos de empresas de comunicação. Eles têm o papel de organizar, supervisionar e garantir que as operações jornalísticas atendam tanto aos padrões profissionais quanto aos objetivos econômicos ou estratégicos das organizações.

3 **Acadêmicos:** Na área do jornalismo, são os teóricos e pesquisadores do campo, como professores universitários e estudiosos que analisam, questionam e desenvolvem o conhecimento sobre o campo.

(1973), essa organização pressupõe que os integrantes do campo profissional possuam jurisdição tanto sobre o conhecimento necessário à prática quanto sobre a divisão particular do trabalho, assegurando maior controle e legitimidade à profissão.

Além disso, ele ainda argumenta que a força de uma profissão está diretamente relacionada à existência de mecanismos de proteção no mercado, como a concessão de credenciais que atestem a competência dos praticantes. Ele também enfatiza a importância de programas de treinamento e cursos oferecidos fora do mercado de trabalho, geralmente em universidades, onde os currículos são estabelecidos e controlados pelos membros da própria profissão. Para o autor, essas características reforçam a autonomia profissional e consolidam sua relevância social e econômica.

Já para Collins (1979), o poder de uma profissão deriva de dois fatores principais. Primeiramente, as profissões criam seus próprios problemas, desenvolvendo um conhecimento abstrato para resolvê-los, o que as torna indispensáveis para lidar com questões específicas. Em segundo lugar, elas conseguem monopolizar o desempenho de atividades especializadas, atendendo a demandas externas da sociedade. Essa combinação permite que as profissões consolidem sua autoridade e legitimidade, garantindo sua relevância tanto no mercado de trabalho quanto no campo social.

Trazendo os conceitos para o jornalismo, essa estrutura apresenta características que reforçam sua classificação como uma profissão fraca. Isso porque não é necessário o diploma de curso superior para se tornar um jornalista, embora isso seja desejável. Também não existe um Conselho Federal de Jornalismo que poderá estabelecer condições mais severas de exercício, capaz de zelar mais fortemente

pelos princípios deontológicos e assegurar melhores salários aos jornalistas, além de fiscalizar suas condições de trabalho. Algo semelhante ao Conselho Federal de Medicina.

Os praticantes desempenham uma função central no contato com o público, todavia, o profissional jornalista enfrenta desafios como a crescente precarização do trabalho. Um dos fatores mais evidentes é a transformação dos jornalistas em pessoas jurídicas (PJs), o que tem enfraquecido vínculos trabalhistas e reduzido direitos. Outro motivo a ser considerado, é o fato de os sindicatos e associações possuírem pouca influência efetiva no controle e regulamentação da profissão, uma vez que eles têm baixa força organizacional e inexistem conselhos formais que normatizem a atividade do jornalismo, como dito acima.

A academia se sobressai como o pilar mais forte dessa estrutura. As universidades brasileiras, por serem autônomas, mantêm a prerrogativa de formular e ministrar os currículos que formam novos jornalistas, mantendo uma linearidade significativa sobre o conhecimento formal da profissão. Ainda assim, essa força foi sucateada, visto que o ensino superior não é mais um requisito obrigatório para atuar na área desde a revogação da obrigatoriedade do diploma pelo STF em 2009, mesmo que a preferência ao emprego seja de pessoas graduadas. Essa decisão evidenciou uma lacuna no controle sobre a jurisdição profissional, minando a valorização do conhecimento especializado.

Além disso, Lopes (2015) destaca que o jornalismo enfrenta crises estruturais derivado às transformações tecnológicas e organizacionais, o que prejudica sua identidade enquanto profissão. Segundo ela, o impacto da centralidade da tecnologia na prática

jornalística ampliou as exigências do mercado, reduzindo as condições de autonomia e precarizando as relações de trabalho. Esse cenário reforça as observações de Collins (1979), que aponta a dificuldade de o jornalismo em monopolizar a atividade jornalística, já que as novas tecnologias democratizaram a produção de informações, permitindo outros atores sociais no processo de geração de conteúdo.

Nesse sentido, Neveu (2006) argumenta que o jornalismo ocupa uma posição híbrida no campo profissional, sendo afetado tanto pela dependência de mercados como pela crescente desvalorização da sua função social. Embora as universidades tenham um papel importante na formação do jornalista, seu impacto é limitado por pressões externas, como a busca por audiência e os interesses de grupos econômicos – operadores centrais dos meios de comunicação. Essa tensão se alinha às crises apontadas por Lopes (2015), revelando que o jornalismo sofre não apenas com desafios internos, mas também com as dinâmicas do capitalismo contemporâneo.

Portanto, nota-se que os desafios do jornalismo, enquanto profissão, incluem a ausência de mecanismos robustos de proteção, como uma regulamentação unificada e salários que assegurem dignidade aos seus praticantes. Lopes (2015) e Neveu (2006) enfatizam que a fragmentação do campo e a flexibilização laboral dificultam a consolidação da profissão. Para Freidson (2001), essa fragilidade está diretamente ligada à falta de jurisdição e dependência de interesses externos, características que limitam o status da profissão em questão.

2 A nova precarização

No século XIX, durante a Revolução Industrial, a classe trabalhadora iniciou um processo de conscientização sobre os seus direitos e as suas condições de vida, desenvolvendo novas relações de trabalho. Agora, já no século XXI, com o advento de novas tecnologias, as circunstâncias trabalhistas estão passando por novas mudanças, e se tornaram cada vez mais frágeis e incertas. Essa realidade resultou na criação de novos termos, como uberização, economia de compartilhamento e precarização.

A precarização do trabalho pode ser definida como a perda de direitos trabalhistas e sociais, ao permitir que trabalhadores enfrentem uma série de situações que negligenciam os seus direitos, como baixos salários e condições de serviço instáveis. Sá (2009) traz um dado da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) que estima que 60% da força de trabalho mundial seja precária.

Jornadas de trabalho intensas, salários reduzidos, horários indefinidos e terceirização são alguns dos aspectos encontrados nesse conceito. Para Braga (2012), a precarização do trabalho abrange vários tipos de serviços, como call centers, freelancers e trabalhos terceirizados. Nesse sentido, percebe-se que esse movimento atinge classes sociais mais baixas, tendo em vista que são trabalhadores desprotegidos e desregulamentados no mercado. Dessa forma, essas pessoas levam uma vida insegura e cheia de incertezas.

Esse modelo se diferencia da economia compartilhada e da uberização pois não se limita apenas aos aplicativos de transporte, delivery ou aos aparelhos tecnológicos. Apesar da flexibilidade de horário e do fato de “não se ter um patrão”, a realidade é que

esses trabalhadores estão em ocupações vulneráveis, tendo em vista que não possuem vínculos formais ou benéficos. Enquanto esse movimento oferece conveniência ao consumidor, ele impõe desafios ao trabalhador.

Para a profissão de jornalista, a precarização vai além dos avanços das novas tecnologias. A área passou por várias melhorias ao longo dos anos que ofereceram prestígio e melhores condições de trabalho e de salário aos profissionais, como a criação da Associação Brasileira de Imprensa, em 1908. No entanto, “foi somente em 1938 que a legislação trabalhista em prol da formalização dos direitos do jornalista foi criada, a partir do Decreto-Lei no . 910, de 30 de novembro de 1938” (Souza e Teston, 2021, p. 2).

A partir desse momento a profissão de jornalismo se desenvolveu cada vez mais no Brasil. Segundo Lopes (2013), em 1947 foi criado o primeiro curso na área, na faculdade Cásper Líbero. “A obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalista veio a ser instituída por meio do Decreto Lei n. 972, de 17 de outubro de 1969, durante o período da ditadura militar no Brasil” (Souza e Teston, 2021, p. 2). Todavia, apesar de anos de avanço, a partir de 2009 a profissão começou a retroceder em relação aos seus direitos.

Neste ano, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu que é inconstitucional a exigência do diploma do curso de jornalismo para exercer a profissão. Para os ministros da Corte, o entendimento foi de que a obrigatoriedade ia contra a liberdade de expressão e de imprensa, pois o decreto-lei 972/69, que estabelecia as regras para exercício da profissão, era incompatível com a Constituição Federal de 1988.

Foi a partir desse momento, com a mudança da exigência do diploma e aliado ao avanço das novas tecnologias, que a profissão começou a se precarizar e o profissional precisou se reinventar para se encaixar no mercado de trabalho.

3 Os impactos das tecnologias digitais

Até os anos 1990, os profissionais do jornalismo estavam acostumados com a máquina de escrever, com a experiência de apurar as notícias nas ruas e com o jornal impresso. Era uma época em que as informações chegavam mais devagar, em que a população esperava o papel ser entregue na porta de casa ou saía para comprar nas bancas. No entanto, hoje em dia, o jornalista precisou se adaptar às mudanças que a tecnologia trouxe.

Se, anteriormente, a chegada dos computadores e a aposentadoria das máquinas de escrever nas redações assustaram os jornalistas experientes dos anos 90, os profissionais de hoje tem como desafio de atuarem sob novas e avançadas tecnologias digitais, fundamentais para a construção e divulgação da notícia. (Bonisem e Lopes, 2019, p.4)

Com a revolução digital e o advento das novas tecnologias, um novo espaço surgiu para mudar as formas de trabalho e de circulação das notícias e informações, a internet. Esse sistema possibilitou a criação das redes sociais que distribuem conteúdo de maneira quase instantânea. Nesse contexto, também impeliu a apuração mais rápida das informações e o contato mais fácil com as fontes, além de mais modelos e formas de divulgar as notícias. No entanto, para Lopes (2011), “a tecnologia, embora tenha trazido avanços, também ampliou a precarização do trabalho, com

jornalistas submetidos a jornadas mais longas e a uma constante exigência por conteúdo imediato.”

Esses novos meios de comunicação alteraram a maneira como a sociedade consome notícias, tendo em vista que, hoje, se preza pela rapidez e pela necessidade de estar por dentro do que está acontecendo. Para (Bertolini, 2017, p. 220) “Tais tecnologias impactam no jornalismo porque reconfiguram o perfil e a rotina profissional do jornalista, e redefinem o modelo de negócio das empresas do setor, baseado na pluralidade de atividades.” Agora, o jornalista precisa apurar as informações e divulgar a notícia de maneira rápida e sem deixar que a qualidade e a veracidade dos dados se percam pelo caminho.

Para agradar e manter o seu público, o profissional necessita ser mais rápido que os portais de “fofoca” e os blogueiros que, devido às redes sociais, também assumem a função de transmitir notícias, mas sem a responsabilidade que os profissionais carregam. No entanto, não vale apenas transmitir a informação, mas agregar valor e um teor diferencial dos outros que também estão divulgando. De acordo com Neveu (2006), a produção jornalística, além de acelerada de informações, compete com amadores e blogueiros, desafiando a legitimidade do jornalismo tradicional.

Devido à diversidade das redes sociais e dos novos meios de comunicação, e à necessidade de se manter no mercado, o jornalista precisou desenvolver e se concentrar em mais de uma habilidade. Hoje, é possível encontrar um único profissional exercendo mais de uma função, como: assessor, repórter, editor de vídeo, social media e redator. Além disso, precisa transformar a mesma matéria para inseri-la em um site de notícias, Instagram e jornal de TV.

O repórter multimídia, precisado produzir conteúdo para várias plataformas, faz com que não se aprofunde em nenhum deles, perdendo em profundidade e contextualização (Bonisem e Lopes, 2019).

Além da rapidez da produção e do acúmulo de funções, o profissional também ficou suscetível a horários indefinidos de trabalho. Com o celular e a internet, os jornalistas ficam constantemente online, sempre com atenção às notícias e até mesmo com fontes que podem entrar em contato a qualquer hora do dia. Ainda de acordo com Neveu (2006), embora, no passado, a criação de cursos universitários e entidades de classe tenham contribuído para a profissionalização do setor, o jornalismo brasileiro ainda sofre com a precariedade das condições de exercício profissional e com as pressões políticas e econômicas que afetam as empresas.

As mudanças que vieram com a internet e com as redes sociais impactaram tanto as condições de trabalho do jornalista, quanto a qualidade do produto que ele faz. É possível perceber cada vez mais notícias falsas ou incompletas, na tentativa de atingir o parâmetro de rapidez imposto pela sociedade. De acordo com Bertolini (2017, p. 225): “Pode-se supor que o efeito mais nefasto do trabalho precário no jornalismo é o impacto que tem em seu produto mais nobre: a informação.”

4. O estresse do jornalista

A atual configuração exploratória da jornada de trabalho dos profissionais da comunicação, sobretudo, dos jornalistas, motiva não somente as anomalias nas contratações e o árduo exercício da profissão, como também influencia a saúde física e mental dos trabalhadores. (Bertolini, 2017)

O uso da internet como um aparato fundamental à comunicação foi um dos principais motivadores para degradar a qualidade de vida dos jornalistas, já que as jornadas estendidas, o aumento da exigência da agilidade ao lidar com o fato, bem como a sobrecarga de informações, tornam as jornadas de trabalho estressantes e exaustivas. (Heloani, 2006)

O neoliberalismo associado às novas concepções de trabalho fomenta a manifestação das jornadas exaustivas, posto que a promessa da flexibilização e o aumento da produtividade, ao ser vinculado com o advento tecnológico, torna o panorama trabalhista nacional ainda mais precarizado. (Lopes, 2011)

A introdução dessa nova tecnologia proporcionou a fabricação de novos componentes e o desenvolvimento de novos produtos e serviços numa velocidade ainda não vista no capitalismo, dando maior variedade, dinamismo, sempre renovando produtos e tornando-os obsoletos em seguida e, não obstante, reveladores de maior sedução aos consumidores” (COSTA, 2021, p.54)

Os smartphones, notebooks e tablets permitem a conectividade em diversos lugares, tornando as jornadas de trabalho estendidas, ou seja, qualquer lugar do mundo pode se tornar um escritório (Heloani, 2006). Segundo o autor, a qualidade de vida do trabalhador-jornalista acaba por desenvolver sintomatologias de ordem psicológica.

A exigência da agilidade sempre foi um dos pilares do jornalismo. Os profissionais da área são treinados e educados para lidar com o curto prazo de tempo para produzir informações, posto que são as principais matérias-primas da profissão. Com o avanço na

internet no final da década de 1990, a relação com a informação foi mudando conforme a conectividade global (Santos, 2016). Atualmente, com o globo conectado, o jornalismo é pressionado pela urgência dos fatos, entrando numa disputa de qual veículo de comunicação publica determinada notícia primeiro, bem como o bombardeamento de informações nas redações.

Se tal sentido de urgência sempre esteve presente no jornalismo, parece ter atingido seu ápice nos dias atuais, contaminando desde a arquitetura do texto até a psicodinâmica do trabalho do jornalista que, subitamente, viu suas atividades físico/biológicas serem substituídas pelos seus equivalentes metafísico/ digitais, não sem consequências para sua saúde física ou mental (Santos, 2016, p. 5).

Desse modo, a exigência do mercado de uma maior performance no ambiente de trabalho, torna-se um dos principais fatores para a degradação da saúde mental dos jornalistas, surgindo a manifestação de doenças, distúrbios e síndromes, como a ansiedade, o estresse, a depressão e principalmente a Síndrome de Burnout, que é vinculado ao desgaste mental devido, exclusivamente, ao trabalho.

No caso da profissão no Brasil, há outros elementos específicos que configuram o caráter precário da profissão além das tecnologias, como jornadas estendidas, falta de controle da jornada de trabalho, contratação por Pessoa Jurídica, contratos temporários, contratos de produção multimídia, contratos empobrecidos de direitos legais, trabalho sob pressão, instabilidade do emprego, pressão política e comercial, risco de processo, renda baixa, risco de vida, descontrole da vida pessoal, e a responsabilidade sobre a produção. (Bertolini, 2017).

Logo, nota-se que o estresse dos jornalistas vincula-se não somente à pressão da internet, posto que a estrutura degradante dos contratos, ambientes de trabalho e dinâmicas da empresa colaboram para o adoecimento mental do profissional.

O desgaste do quadro mental do jornalista prejudica, sobretudo, a qualidade da informação, posto que com essas condições, o rendimento do profissional, bem como sua motivação em desenvolver sua função de forma plena, são prejudicados. “Nesse contexto, pode-se supor que o efeito mais nefasto do trabalho precário no jornalismo é o impacto que tem em seu produto mais nobre: a informação. E a informação é um bem precioso ao desenvolvimento das sociedades.” (Bertolini, 2017, p.225)

A glamourização das rotinas de trabalho do jornalista, imposta pela concepção comercial da notícia durante o século XX, propicia a aceitabilidade dos profissionais frente às exaustivas jornadas de trabalho. Silva e Heloani (2007), no artigo “Aspectos teóricos e metodológicos da pesquisa em saúde mental e trabalho: reflexões a partir de uma análise comparativa do estresse em jornalistas e guardas municipais” assimila as duas profissões, e estabelece quadros que relacionam a degradação de ordem psicológica dos profissionais, levando ao questionamento da atual normalização da precarização da profissão.

Eles trabalham em quase todos os finais de semana, mas, em compensação, resistem bem ao estresse. Dedicam-se, inclusive, com paixão à profissão e nutrem por ela uma relação de amor e ódio. Nas redações, o ritmo de trabalho a que se submetem é estafante, com jornadas de doze horas (às vezes até mais), estando expostos a assédio moral, sexual e ao rígido controle social.” (Silva e Heloani, 2007, p.115)

O estresse associado ao jornalista é uma das principais linhas de pesquisa de Heloani. Em 2003, o autor desenvolveu um estudo com profissionais no qual constou a manifestação do estresse em 34 dos 43 entrevistados. E, apesar da afirmação de que os jornalistas resistem ao estresse, a literatura das ciências naturais apresenta evidências contrárias a essa ideia. Atualmente, o impacto do estresse na saúde física e psicológica é extensivamente estudado, sendo associado a, por exemplo, a doenças cardiovasculares (Sadir et al, 2010) e a síndrome de *burnout*. Assim, nota-se que a qualidade de vida do jornalista é afetada pela estrutura comercial exploratória.

5. Metodologia e análise dos dados

Para o desenvolvimento desta pesquisa, que deseja compreender o cenário precarizado da profissão de jornalismo, buscando analisar desde a concepção sociológica da profissão até as suas consequências na saúde mental dos jornalistas. Assim, ela configura-se como de caráter qualitativo, utilizando a entrevista em profundidade como fonte de coleta de dados. Todos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Entrevistamos uma socióloga do trabalho para trazer contribuições acerca das configurações contemporâneas do trabalho, e duas psicólogas que podem explicar a manifestação da degradação mental dos profissionais frente à precarização.

Primeiramente, analisando o âmbito da sociologia do trabalho, entrevistamos uma socióloga com doutorado na área e atual professora de Ciências Sociais da Universidade Federal de Goiás. Será referida a entrevistada como Socióloga A.

Questionamos sobre as recentes mudanças trabalhistas no Brasil. A entrevistada afirmou que as mudanças em tipologias de contra-

tos, a flexibilização e o avanço da internet são consequências do neoliberalismo econômico. O fenômeno da precarização, que se relaciona a flexibilização e vulnerabilidade de vínculos trabalhistas não é um fator exclusivo dos profissionais da comunicação, como os jornalistas por exemplo, e sim um resultado global das relações fluídas contemporâneas. A socióloga esclarece:

Então começa como um aplicativo de motoristas, mas hoje a gente tem essa operização em vários outros setores das relações de trabalho, do mercado de trabalho, inclusive naquelas profissões que exigem nível superior e que há uma operização, por exemplo, entre agentes do sistema judiciário. (Socióloga A)

A socióloga A também defende que a internet modificou a concepção de trabalho, bem como a configuração da sociedade, equiparando a uma revolução do nível industrial do século XIX:

A internet e também as inovações tecnológicas mudaram radicalmente as relações e as dinâmicas de trabalho. Mudam totalmente as hierarquias, as relações entre patrão e empregado, o vínculo empregatício, as dinâmicas das empresas. [...] Então, sem dúvidas, essa é a grande transformação do mundo do trabalho vivida nos últimos 20 anos, mais ou menos, e que é tão drástica que nos últimos 100 anos do século XX a gente não percebeu mudanças tão significativas como essas dos últimos 20 anos (Socióloga A).

Desse modo, após perceber os impactos que a internet e o neoliberalismo apresentam para a configuração da precarização do jornalismo, bem como em outras áreas de trabalho, a entrevista se direcionou para as condições físicas e mentais desses profissionais que usufruem dessa realidade precarizada.

Ademais, por meio da internet, nota-se que o ambiente de trabalho recebeu uma extensão, permitindo que diversos ambientes tornem-se locais para atendimento e exercício da profissão. “Essas dinâmicas diferentes na nossa comunicação, essa era de uma informação intensa, faz com que a gente tenha uma dificuldade muito maior de discernir esse momento do descanso do momento do trabalho”, disse a Socióloga A.

A entrevistada acrescenta que “momentos de lazer, momentos de descanso estão cada vez mais raros e cada vez são mais privilégios de alguns poucos grupos em detrimento de outros grupos que, nessa uberização intensa do trabalho, não têm o direito ao descanso, ao lazer”.

Frente ao cenário da ausência do lazer, da qualidade de vida e da separação entre o pessoal e o profissional, a pesquisa quis saber sobre as consequências mentais e físicas dos profissionais precarizados do jornalismo. Para isso, entrevistamos duas psicólogas do trabalho que atuam como docentes em universidades federais do país e desenvolvem pesquisas que analisam as relações trabalhistas e a qualidade de vida da sociedade.

Nomeamos as profissionais como psicóloga G e psicóloga T. A psicóloga G atua há mais de 20 anos em pesquisas na área da psicologia do trabalho, analisando com o olhar marxista da psicologia social. Já a psicóloga T desenvolveu trabalhos e grupos de pesquisa que analisam a saúde mental dos trabalhadores que são expostos ao uso da internet como ferramenta de trabalho, bem como os profissionais da pandemia da Covid-19.

A psicóloga G afirma que a relação do adoecimento dos profissionais com o trabalho é um produto oriundo do capitalismo

industrial. Porém, a reformulação do capitalismo proporcionou que a manifestação das adversidades psicológicas dos trabalhadores ainda vingasse socialmente. “É possível acompanhar diferentes momentos do percurso histórico do capitalismo e associá-los a diferentes processos de desgaste e adoecimento nos/as trabalhadores.”

Já a psicóloga T afirma que as mudanças do mundo do trabalho, no final da década de 1990, permitiu que as produções fossem, cada vez mais, vinculadas ao intelectual do que, necessariamente, ao braçal. Essa mudança, de acordo com a concepção da psicóloga, permitiu que a discussão sobre os impactos da saúde mental dos trabalhadores ganhasse espaço no âmbito da psicologia.

A questão da internet como o gatilho para o quadro desgastante dos atuais profissionais, sobretudo os jornalistas, também foi questionada. A psicóloga T comenta que “O advento da internet, da flexibilização, das relações de trabalho, como home office, freelancer, apontam que os níveis de estresse aumentaram.”

Já a psicóloga G comenta que as atuais configurações trabalhistas são as principais motivadoras da precarização trabalhista. A internet, neste caso, entra como um fator extra que intensifica a precarização do trabalho, ou seja, a manifestação de sintomas à saúde e integridade dos trabalhadores. “A adoção de novas tecnologias e métodos gerenciais facilita a intensificação do trabalho que, aliada à instabilidade no emprego, modifica o perfil de adoecimento e sofrimento dos trabalhadores, expressando-se, entre outros, pelo aumento da prevalência de doenças relacionadas ao trabalho.”

A psicóloga T complementa que “atualmente, existem algumas categorias profissionais que, por conta dessa questão da disponibilidade imediata, devido às redes sociais, como o WhatsApp, elas

precisam ficar em estado constante de vigilância e de urgência. Elas se cobram e são cobradas para poder responder, mesmo que não estejam no seu expediente de trabalho. Então é um novo formato de trabalho, que colabora com a questão da disponibilidade contínua”.

Dessa maneira, compreende-se que a relação do trabalho com a psicologia caminham de forma conjunta, já que a precarização, aliada ao neoliberalismo trabalhista e à internet, instigam o panorama precário dos profissionais, neste caso, os jornalistas. A entrevistada G declara:

Longas jornadas, competitividade, excesso de cobranças de metas e produtividade são características presentes no trabalho “plataformizado”, bem como a insegurança da “pejotização” do trabalho e da ilusão do empreendedorismo, que contraditoriamente pregam a ideia de liberdade mas, se aproximam muito mais de uma forma de controle disfarçado análogo aos mais primitivos modelos de fiscalização, vigilância e controle – ou, a chamada auto-exploração no trabalho, sem menosprezar a competitividade estimulada (Psicóloga G)

Os efeitos à integridade mental dos profissionais que vivenciam a precarização no ambiente de trabalho mantêm-se os mesmos. De acordo com as entrevistadas, o estresse, a ansiedade, a depressão e as consequências físicas, como dor de cabeça, palpitações e fadigas são recorrentes nos relatos e estudos.

A psicóloga G, em suas pesquisas e estudos, afirma que a comunicação está cada vez mais sofrendo com as alterações trabalhistas e com a exigência da agilidade da internet. “É comum nessa categoria laboral queixas como a) sensação de exaustão ou esgotamento de energia, cobrança excessiva; b) maior distanciamento mental da atividade laboral ou negativismo ou cinismo em relação ao trabalho,

desinteresse por tarefas e atividades sociais cotidianas; e c) sensação de ineficácia e falta de realização, mudanças de comportamento.”

De acordo com os textos e pesquisas analisados neste trabalho, a Síndrome do Burnout é um dos principais relatos dos jornalistas que vivenciam a precarização na profissão. “Ela se caracteriza como uma doença efetivamente relacionada ao trabalho.”, comenta a psicóloga T.

A manifestação do Burnout em profissionais da comunicação torna-se presente devido à sobrecarga e à multitarefa desenvolvida pelos trabalhadores, sendo combinado com cargas horárias desgastantes, como os plantões em redação, salários baixos, e a ausência de reconhecimento por parte das empresas.

A psicóloga T complementa que “A Síndrome de Burnout é o que a gente chama de síndrome do esgotamento profissional. Geralmente, ela comete pessoas que se dedicavam muito à organização, ao trabalho, que eram muito intensas e muito envolvidas. Assim, é como se ela não conseguisse mais ter energia para fazer isso, porque ela já se desgastou demais e não tem o reconhecimento e o retorno por parte do trabalho por esse alto desempenho e mobilização que ela tem se dedicado.”

Logo, nota-se que o desgaste da saúde mental dos jornalistas pode ser associado à pressão exercida pela internet, bem como à flexibilização trabalhista. A psicóloga T afirma que a consciência coletiva dos trabalhadores da classe é uma das maneiras iniciais de combater e promover o diálogo sobre trabalho e integridade mental.

Já a psicóloga G percebe o panorama como uma análise de várias áreas sociais e da psicologia. “Pensando em produção de saúde é preciso considerar componentes sociais, afetivos, econômicos que

atravessam as formas de vida, trabalho e potências de interferir no mundo, ou seja, é preciso considerar as determinações sociais do processo de saúde/adoecimento e não buscar respostas unicasais para fenômeno tão complexo.

Considerações Finais

Assim como a falta de uma regulamentação que garanta os direitos trabalhistas, a autonomia profissional e a legitimidade do jornalista interferem no exercício livre da profissão, as condições de trabalho têm uma interferência direta na condição que o jornalista possui para cumprir sua função.

O trabalho jornalístico, sob influência das constantes mudanças tecnológicas, é outro importante fator a ser considerado sobre a deteriorização do jornalismo na atualidade. Com novos meios de comunicação, a sociedade passa a ter mais acesso ao que é notícia e o jornalista perde poder de exclusividade sobre a informação. Além disso, o tempo de apurar, publicar e o público ter o contato físico com aquele acontecimento são etapas cada vez mais céleres. Isso contribui para que haja exigências mercadológicas extremas que culminam na jornada intensa, nos salários baixos e, cada vez mais, no risco de perda de credibilidade, por causa da qualidade de conteúdo comprometida.

Assim, pensando na qualidade de vida do profissional de jornalismo, tivemos a evidência por relatos de que, cada vez mais, as estruturas exploratórias se relacionam com a precarização do jornalista de modo a definir a qualidade do trabalho do profissional e, também, da notícia. Isso porque a informação é produção humana, e precisa de que um profissional se insira entre o acontecimento

e a sociedade, exigindo uma formação adequada, mas também condições de apuração.

Não é possível a existência segura da profissão sem a regulamentação e condição condizente ao seu exercício. Os jornalistas não têm conseguido escapar do estresse, da ansiedade e do burnout sem uma jornada de trabalho digna. É possível, todavia, o debate acerca das condições que tornam o jornalismo uma profissão fraca ou forte e o impacto das relações trabalhistas nesse resultado.

Posto isso, temos como conclusão central deste estudo a fragilidade do profissional de jornalismo, que sofre com a subjugação às relações trabalhistas e à ausência de uma jurisdição que assegure condições de trabalho que fujam à exploração. Os profissionais, portanto, não tem força, a priori, de condicionar sua jornada e qualidade de vida, a não ser em raras exceções como empreendedores, cuja autonomia também é relativa, devido à alta concorrência no mercado da informação. Aos que

Referências

BRAGA, Ruy. **A política do precariado: do populismo à hegemonia lulista**. São Paulo: Editora Boitempo, 2012.

COLLINS, Randall. **The Credential Society: An Historical Sociology of Education and Stratification**. New York: Academic Press, 1979.

COSTA, Marcus Wallerius Gesteira da. **O neoliberalismo e a degradação do trabalho no Brasil: o pejetismo como instrumento precarizante do trabalho**. 2021. 100 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Profissional em Saúde) - Fundação Oswaldo Cruz, Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Rio de Janeiro, 2021.

FREIDSON, Eliot. *Professions and their Prospects*. Beverly Hills: Sage Publications, 1973. FREIDSON, Eliot. **Professionalism: The Third Logic**. Cambridge: Polity Press, 2001.

HELOANI, José Roberto. **Mudanças no mundo do trabalho e impactos na qualidade de vida do jornalista**. 2003. Disponível em: https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/P00254_1.pdf. Acesso em: 18 nov. 2024.

HELOANI, Roberto. O trabalho do jornalista: estresse e qualidade de vida. **Interações**, v. 12, n. 22, p. 171-198, 2006. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35402208>. Acesso em: 24 set. 2024. ISSN 1413-2907.

LIMA LOPES, Fernanda. A centralidade da tecnologia e seus efeitos sobre o trabalho jornalístico. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 12, n. 1, p. 183-195, 2015.

LOPES, F. L. “Jornalismo: Uma profissão em crise?”. *Intexto*, nº 24, julho de 2011, p. 58-72. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/19186>.

LOPES, Fernanda. **Ser jornalista no Brasil: Identidade Profissional e formação acadêmica**. São Paulo: Paulus, 2013.

MACHADO, M.H.. **Sociologia das profissões: uma contribuição ao debate teórico**. In: MACHADO, M.H. (Org). *Profissões de saúde: uma abordagem sociológica* [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 1995, p. 13-33. ISBN: 978-85-7541-607-5.

NEVEU, Erik. *Sociologia do Jornalismo*. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

SÁ, T. **Precariedade e trabalho precário: consequências sociais da precarização laboral**. Configurações. Lisboa, 2010.

SADIR, M, et al. **Stress e qualidade de vida:** influência de algumas variáveis pessoais”. Paidéia (Ribeirão Preto), vol. 20, no 45, abril de 2010, p. 73–81.

SANTOS, Jeana Laura da Cunha. A liquidez do tempo e seus reflexos para o jornalista. **RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 1-9, jan./mar. 2016.

TESTON, Luci Maria; SOUZA, Laryssa. O jornalista no Acre: uma análise sobre a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão. *In* : SEACOM, X Semana Acadêmica de Comunicação, 2021, Rio Branco. **Anais da X Semana Acadêmica de Comunicação** . Rio Branco: Universidade Federal do Acre, 2021. p. 84-96. Disponível em: https://seacomufac.wordpress.com/wp-content/uploads/2022/04/anais_seacom2021.pdf#page=84NEVEU, Erik. *Sociologia do Jornalismo*. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

A RELAÇÃO DE PODER ENTRE CONTRATANTES E CONTRATADOS: AS DIFERENÇAS DE ACORDO COM O VÍNCULO DE TRABALHO

Amanda Gabriele Souza Lima | Hayane Rafaela Bonfim Cardoso Oliveira
lara Brito de Souza | Isis Borges Figueira
Otávio Augusto Ribeiro dos Santos | Samanta Silva do Nascimento

Introdução

O jornalismo desempenha um papel fundamental na sociedade contemporânea, sendo um pilar essencial para a democracia e a disseminação de informações de qualidade. Entretanto, nas últimas décadas, o mercado de trabalho jornalístico tem passado por transformações significativas, impulsionadas por fatores como o avanço tecnológico, a digitalização e a crise econômica global. Essas

mudanças estruturais acarretaram a diversificação dos vínculos de trabalho, incorporando, além dos tradicionais contratos regidos pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), modalidades como a prestação de serviços por meio de pessoas jurídicas (PJ) e o regime de Microempreendedor Individual (MEI), e comissionados públicos (Figaro, 2014; Rosa, 2015).

Essa pluralidade de vínculos laborais tem implicações diretas nas relações de poder entre empregadores e empregados, impactando não apenas a dinâmica das redações e a segurança dos trabalhadores, mas também a prática jornalística como um todo. Por um lado, vínculos como PJ e MEI oferecem maior flexibilidade tanto para as empresas quanto para os profissionais; por outro, suscitam preocupações sobre a precarização do trabalho, a perda de direitos trabalhistas e o aumento da vulnerabilidade dos empregados frente aos empregadores (Dantas et al., 2017; Bertolini, 2016). Essa nova configuração do mercado levanta questões sobre como o poder é distribuído e exercido nas relações de trabalho dentro do jornalismo (Figaro, Kinoshita e Barros, 2019).

Ademais, a digitalização e a plataformização do jornalismo brasileiro têm causado mudanças significativas nesse cenário, contribuindo para a precarização do trabalho jornalístico. A multiplicidade de funções atribuídas aos profissionais – o jornalista multimídia – e os baixos salários resultantes dessas mudanças são reflexos claros da adaptação do setor a essas novas demandas e tecnologias (Nicoletti e Figaro, 2022). Em paralelo, a pressão por resultados imediatos dentro das redações também tem gerado desafios adicionais, comprometendo a qualidade do trabalho jornalístico e afetando a vida dos trabalhadores de forma direta (Moretzsohn, 2014).

Dessa forma, este trabalho busca analisar como os diferentes vínculos trabalhistas no jornalismo, principalmente CLT, PJ e MEI – influenciam as relações entre empregadores e empregados. O objetivo é analisar os impactos dessas transformações, destacando as implicações para a segurança laboral, a autonomia profissional e a qualidade da produção jornalística. Além disso, busca-se compreender como as profundas transformações pelas quais o jornalismo brasileiro passou, especialmente no que se refere aos vínculos empregatícios, se refletem nas dinâmicas profissionais no cenário atual (Ferreira et al., 2023).

Para atingir esses objetivos, a pesquisa se apoia em uma revisão de literatura abrangente sobre relações profissionais e suas implicações sociais e trabalhistas, bem como em entrevistas semiestruturadas com profissionais da área e especialistas em direito do trabalho (Figaro e Nonato, 2017). Essa investigação se justifica pela necessidade de compreensão dos desafios contemporâneos enfrentados por jornalistas e empregadores, especialmente em um contexto em que as pressões econômicas e a competitividade moldam as práticas de mercado de forma ainda mais intensa que no passado. Ao analisar as relações de poder sob diferentes modalidades de contratação, este artigo também pretende investigar de que forma essas transformações afetam a qualidade de vida e o bem-estar dos profissionais, elementos essenciais para a sustentabilidade da prática jornalística.

Esta pesquisa adota uma abordagem do tipo qualitativa, com foco na captação das experiências, percepções e opiniões dos profissionais entrevistados, enriquecendo a compreensão das dinâmicas e dos desafios enfrentados no setor.

1. Os diferentes vínculos

A precarização das relações laborais é um conceito central nas transformações do mercado de trabalho jornalístico. Esse termo refere-se à perda de direitos e garantias trabalhistas, afetando diretamente a segurança, a estabilidade e a qualidade de vida dos trabalhadores. Com a plataformização e a digitalização do jornalismo, surgem novos modelos de contratação, como o PJ e o MEI, que oferecem menos garantias trabalhistas em comparação ao regime CLT.

Outra característica do mercado de trabalho na área é a denominada ‘pejotização’, ou seja, os contratos realizados pelas empresas com os jornalistas, tendo-os como pessoa jurídica e eximindo-se dos tributos relativos aos direitos sociais dos trabalhadores. (Figaro, 2014, p. 33).

A plataformização no jornalismo é um conceito essencial, referindo-se à adaptação das atividades jornalísticas a uma lógica digital e multifuncional. Nesse contexto, o jornalista é continuamente monitorado e controlado pelas demandas de produção e pelas plataformas de distribuição de conteúdo (Bertolini, 2016). A combinação desses fatores gera um quadro de intensificação do trabalho e redução na autonomia dos jornalistas, colocando desafios para a manutenção da ética e da qualidade da informação.

No jornalismo, a plataformização opera na precarização dos vínculos de trabalho e no redesenho das rotinas produtivas, muda os processos de trabalho e dá prevalência às lógicas da monetização das audiências. (Nicoletti e Figaro, 2022, p. 4).

Para a construção deste referencial teórico, foram consultadas fontes acadêmicas e artigos científicos que abordam a precarização do trabalho, o fenômeno da pejetização, a plataformização e os impactos desses fatores no jornalismo. Autores como Roseli Figaro oferecem uma base sólida sobre a flexibilização do trabalho e suas consequências para a autonomia do trabalhador, enquanto estudos de Nicoletti (2019) e Bertolini (2016) analisam especificamente as mudanças na profissão jornalística e as dinâmicas de trabalho no ambiente digital.

Roseli Figaro (2014) contribui para o debate ao abordar a juvenilização das redações e o fenômeno da pejetização, observando que a precarização, ao transformar jornalistas em prestadores de serviço (PJ), compromete sua independência e qualidade de vida. Sylvia Moretzsohn (2014), por sua vez, analisa como a digitalização das redações intensificou essas mudanças ao alterar as rotinas de trabalho e aumentar o ritmo das atividades, especialmente em grandes veículos como *O Globo*.

Ainda assim, acumulam-se as reclamações quanto ao excesso de trabalho, à falta de condições adequadas para realizá-lo, à falta de compensação salarial pelo acréscimo de atribuições e mesmo à inutilidade de certas tarefas. (Moretzsohn, 2014, p.69).

Nicoletti e Figaro (2022) exploram o conceito de plataformização no jornalismo, destacando como a digitalização e as novas plataformas exigem maior flexibilidade e adaptação por parte dos jornalistas.

A jornada de trabalho é ampliada e intensificada porque o mesmo profissional é multitarefa, produz ao mesmo tem-

po para mídias diferentes: impresso, online, redes digitais, atendendo aos diferentes affordances de cada plataforma. (Nicoletti e Figaro, 2022, p. 4).

Por fim, Bertolini (2016) analisa a convergência midiática e seus impactos na organização do trabalho jornalístico. Ele aponta como a pressão pela rapidez na produção de conteúdo e a exigência de atuação em múltiplas plataformas alteram as rotinas das redações, afetando a qualidade do jornalismo e a saúde mental dos profissionais.

Essa afirmação reflete o cenário atual do jornalismo e do mercado de trabalho em geral, no qual a flexibilização e a intensificação das atividades são características marcantes.

O processo de digitalização do jornalismo, ao mesmo tempo em que amplia as possibilidades de alcance e diversificação de plataformas, implica uma redução na qualidade das condições de trabalho, sendo um problema que impacta a ética e a integridade da informação transmitida ao público. (Figaro e Nonato, 2017, p. 5).

Como dito, a pejetização refere-se à prática de contratar trabalhadores sob a condição de Pessoa Jurídica (PJ), ou seja, caracterizando-os como prestadores de serviços autônomos e não como empregados. Nesse modelo, os trabalhadores perdem as garantias e os benefícios trabalhistas previstos pela legislação, como férias, 13º salário e aposentadoria. Essa forma de contratação, embora legal, reduz a proteção social do trabalhador, colocando-o em uma posição de vulnerabilidade, com menos estabilidade e direitos (Figaro, 2014).

A plataformização, no contexto do jornalismo, envolve a adaptação dos processos produtivos para operar em plataformas digitais,

como sites de notícias, redes sociais e outras ferramentas tecnológicas. Esse fenômeno exige uma nova forma de gerenciamento e controle do trabalho, com foco na produção de conteúdos rápidos e em tempo real. No entanto, esse modelo de trabalho raramente oferece garantias de estabilidade ou proteção trabalhista, o que frequentemente resulta em jornadas exaustivas e pouco previsíveis (Nicoletti e Figaro, 2022).

Por fim, o conceito de flexibilização abrange mudanças nas condições de trabalho que visam oferecer maior “autonomia” e “liberdade” ao trabalhador, mas, na prática, muitas vezes esses conceitos são utilizados para justificar a precarização. A flexibilização implica uma redução de direitos trabalhistas, resultando em um trabalho mais instável e sem as garantias de uma relação formal de emprego. Apesar de parecer oferecer mais liberdade para os trabalhadores, na realidade, muitas vezes leva à insegurança, baixa remuneração e ausência de benefícios como seguro saúde, aposentadoria e estabilidade. Pesquisas apontam dados alarmantes sobre as consequências da pejetização e plataformação.

O estudo indica o aumento da precarização laboral e altos índices de adoecimento. Para se ter uma ideia, 40,6% já sofreram assédio moral, enquanto 32,7% relataram terem sido alvo de violência verbal e 11,1% foram vítimas de assédio sexual no seu local de trabalho. (Nicoletti e Figaro, 2022, p. 5).

Segundo Figaro e Nonato (2017), mais de 60% dos jornalistas entrevistados relataram trabalhar como PJ, enfrentando jornadas exaustivas sem benefícios sociais. Além disso, estudos de Nicoletti (2019) indicam que a adaptação às plataformas digitais resulta em aumento das horas trabalhadas, com profissionais sendo cons-

tantemente monitorados e avaliados conforme as demandas das empresas, o que impacta negativamente sua saúde e bem-estar.

Isso é corroborado ainda por Rosa (2015), que expõe de forma clara como a digitalização impactou o jornalismo, especialmente nas grandes redações. Desse modo, ao mesmo tempo que a integração de freelancers e PJs refletiu a flexibilidade que as novas tecnologias trouxeram, também evidenciou os novos desafios enfrentados pelos profissionais.

A sobrecarga de trabalho e a necessidade de estar sempre disponível para atualizações rápidas são destacados pela autora como pontos críticos, que podem afetar tanto a qualidade da produção jornalística quanto o bem-estar dos profissionais. Rosa (2015) reitera ainda como a pressão por cliques e a fragmentação da audiência muitas vezes sacrificam a profundidade e o valor da informação.

Apesar das facilidades advindas dessas ferramentas de trabalho, empresas de comunicação têm cada vez mais contratado apenas um profissional, como PJ, para cumprir múltiplas tarefas, sobrecarregando o trabalhador, diminuindo a qualidade do trabalho, e privando-o de direitos trabalhistas. (Rosa, 2015, p. 2)

Fica claro que o jornalismo enfrenta uma fase de transição complexa, em que se busca equilibrar a inovação tecnológica com a preservação da integridade profissional. Além disso, Dantas et. al. (2017) ressalta também a concentração midiática, que, ao reduzir o número de empresas controlando a informação, auxiliou na intensificação da crise no setor, além de limitar a diversidade de vozes e perspectivas, essenciais para um jornalismo de qualidade

— comprometido pelo excesso de multitarefas a que o profissional jornalista é submetido no contexto atual.

Tudo isso acaba por influenciar na maneira como contratados e contratantes se relacionam. A princípio, o jornalista só é “empregado” de fato, se o regime for CLT, o da carteira assinada que implica mais formas de controle como registro de ponto e chefia imediata, por exemplo. Todavia, a fixação de metas e cobranças nas relações do tipo Mei e PJ também representam um outro tipo de poder, por mais que se queira dar o nome de empreendedorismo.

2. Procedimentos metodológicos

Neste trabalho, baseado principalmente em relatos obtidos por entrevistas, a metodologia utilizada foi de natureza qualitativa. Nessa abordagem, o foco foi direcionado para compreender as experiências, percepções, opiniões ou os comportamentos de indivíduos sobre o trabalho. Foram entrevistas foram semiestruturadas — com subtemas previamente definidos, mas um roteiro flexível. A escolha desse método se deu por ele permitir que cada resposta tivesse pertinência com a realidade do entrevistado.

A escolha da amostra foi feita a fim de captar a experiência dos jornalistas em diferentes tipos de vínculos empregatício: CLT, Pessoa Jurídica (PJ), Microempreendedor Individual (MEI) e comissionados no serviço público, além de entrevistar também um advogado trabalhista, a fim de apresentar os aspectos legais dentro de cada condição apresentada. O intuito foi abordar de forma mais abrangente diferentes perspectivas na rotina do trabalho de múltiplos profissionais.

As questões foram elaboradas de forma semiestruturada para todos os entrevistados, e embora todas as questões tenham sido previamente

definidas, elas foram adaptadas conforme o tipo de vínculo trabalhista de cada participante. Essa abordagem permitiu uma análise comparativa entre as diferentes formas de contratação, abordando aspectos como características do vínculo (CLT, PJ, MEI), benefícios trabalhistas, carga horária, flexibilidade e pressão por resultados.

As entrevistas foram realizadas conforme a disponibilidade dos entrevistados, tanto de forma presencial quanto online, com todos os participantes assinando um termo de consentimento para garantir a transparência e evitar quaisquer problemas éticos, além de terem seus nomes preservados. Cada relato teve uma duração média de 20 a 40 minutos, permitindo que se sentissem à vontade para responder no seu próprio tempo.

Esse processo possibilitou identificar as principais questões levantadas pelos jornalistas e entender como essas questões podem se conectar, mesmo em contextos de vínculo trabalhista distintos, proporcionando uma visão detalhada das condições de trabalho e da precarização enfrentadas por esses profissionais no setor.

3. Resultados

Para este artigo, foram entrevistadas pessoas que se encaixam nos diferentes tipos de contrato, como o vínculo empregatício estabelecido pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), o modelo de Pessoa Jurídica (PJ), Microempreendedor Individual (MEI), comissionados em instituições públicas, além de também contar com entrevista com advogado trabalhista. O modelo seguido foi semiestruturado, com adaptação das perguntas ao entrevistado.

3.1 Contrato CLT

Foram entrevistadas três pessoas que se encaixam no vínculo trabalhista CLT. Entre esses entrevistados, percebeu-se uma variedade de respostas. O primeiro entrevistado, que chamaremos de Entrevistado CLT 1, trabalha como Editor-Chefe em um programa de telejornalismo e relatou que faz, em média, 1h30 de hora extra por dia e que não recebe por isso, devido ao seu cargo não precisar de registro de ponto. Enquanto isso, o *Entrevistado CLT 3*, repórter em uma plataforma de jornalismo on-line, relata que é ressarcido em horas extras.

Quanto às folgas, ambos os entrevistados relataram que em fim de semana depende da escala e que podem pegar folgas quando precisam. O Entrevistado 1 consegue pegar folga sem precisar justificar, já o *Entrevistado 3* consegue as folgas, mas precisa compensar o horário em outros dias.

Dos três entrevistados, dois deles já trabalharam em regime de PJ, sendo que o Entrevistado 2 ainda está inserido nos dois vínculos e o Entrevistado 1 só trabalhou como CLT durante toda a sua vida. Dentro do vínculo atual, o Entrevistado 1 conta que exerce 12 funções e o *Entrevistado 3* diz que suas obrigações são as de qualquer CLT, com o diferencial que tem contrato de exclusividade na empresa em que trabalha.

As vantagens mencionadas pelos entrevistados foram maiores do que as desvantagens. Entre as vantagens, estão: ter o período obrigatório de férias e receber por elas, toda quinta-feira útil receber pelo trabalho, ter direito ao décimo terceiro, o respaldo no atestado e em acidente de trabalho, seguro desemprego e licença maternidade. As desvantagens apresentadas são: ter um horário

para ser cumprido, perder oportunidades de outras áreas devido ao horário e estar preso a um local físico.

Quando perguntados se trocariam de contrato, o Entrevistado 1 respondeu que só trocaria o CLT se fosse para “empreender em algo próprio/abrir uma empresa”, o Entrevistado 2 seguiu a mesma linha, dizendo que gostaria de ter uma agência de jornalismo independente, mas que vê mais benefícios trabalhando de acordo com a CLT, e o Entrevistado 3 diz que não gostaria de mudar.

Ao perguntar se a empresa disponibiliza os recursos necessários para o bom exercício da profissão, o Entrevistado 1 conta que “sim, a empresa que trabalha se empenha muito nisso. Mas acho que é o mínimo, já que é uma troca da mão de obra”. O Entrevistado 2 conta que tem bons computadores, tem fones de ouvido, tem cursos da empresa, então tem vários recursos que possibilitam ter um bom trabalho executado. O Entrevistado 3 relata que sim, consegue exercer a profissão com os recursos oferecidos, mas que existem coisas supérfluas que poderia querer para um ambiente de trabalho mais aconchegante, como melhores computadores e mais modernos, mas o que oferecem para trabalhar é o suficiente.

Quando se trata de saúde mental, o Entrevistado 1 acha que o “esgotamento é meio que inevitável para a área”. As principais fontes de esgotamento são a pressão pela notícia, já que é uma empresa comercial, depende da visibilidade para recursos, e também coordenar uma equipe grande e lidar com os problemas pessoais dessas pessoas, além das tragédias noticiadas. O Entrevistado 2 fala que as principais razões para o esgotamento mental são o acúmulo de funções, já que são poucas pessoas, a exigência por agilidade e credibilidade.

3.2 Pessoa Jurídica

Para falar sobre o regime de Pessoa Jurídica, foram entrevistadas três pessoas que trabalharam como PJ, todas com atuação em redação de jornal impresso. A Entrevistada 1 relata que, mesmo não sendo necessário para PJ, ela tinha que cumprir horário fixo e que houve casos em que, mesmo com seu contrato sendo integralmente home office, teve que trabalhar presencialmente. Ela também nunca conseguiu pegar período de férias ou folga no seu período de 1 ano e 4 meses trabalhados, que havia solicitado 15 dias de folga e que, apesar das promessas, acabou saindo do lugar sem que realmente conseguisse tirá-las.

A Entrevistada 2 diz que também tinha que cumprir horário e que, já que trabalhava em escala 6x1¹, precisava cumprir horário em dias de semana e finais de semana, a depender do revezamento. Ela também conta que não conseguiu pegar férias propriamente, já que, em uma ocasião, conseguiu fazer acordo para poder visitar a mãe, mas teve que ficar os 20 dias escrevendo remotamente. De acordo com ela, “era um PJ que não tinha nada de PJ”, pois não podia escrever de casa, trabalhar em outro lugar ou mandar outra pessoa para que a substituísse, caso precisasse.

Quanto às experiências anteriores, a Entrevistada 1 teve experiência anterior como freelancer e estagiária, que, segundo ela, pagava muito mais e era mais flexível; A Entrevistada 2 já trabalhou informalmente; o Entrevistado 3 já fez trabalhos avulsos para outros jornais.

A Entrevistada 1 tinha como obrigações em seu trabalho como PJ de “entregar 8 matérias por dia, fazer um plantão de final de

1 A escala 6x1 é um modelo de jornada de trabalho em que o funcionário trabalha seis dias consecutivos e tem um dia de folga. A numeração “6x1” identifica essa escala, em que o “6” representa os dias de trabalho e o “1”, o dia de folga.

semana e agendar as matérias que eram publicadas no impresso no site”. A Entrevistada 2 diz que, quando era PJ, suas obrigações eram praticamente as obrigações de uma pessoa do CLT, com quatro horas trabalhadas por dia, escrevia por volta de seis textos por dia, tinha que estar na empresa presencialmente e não conseguia transporte. Já para o Entrevistado 3, mesmo regime que um CLT como horário e trabalho presencial.

Quando se trata das vantagens do regime, para a Entrevistada 1 é a flexibilidade que existe em relação ao trabalho, conseguir fazer algo em qualquer horário e de qualquer lugar sem ter a pressão de alguém vistoriando e cobrando a cada 5 minutos sobre algo, além de não ter todos os grandes descontos na hora do pagamento.

As desvantagens, para a Entrevistada 1, são “muito maiores”:

A falta de benefícios e 13º, muitas empresas ainda não entendem o que é a prestação de serviços e um contrato PJ. Pensando em valores, imaginam que sairão em vantagem por estar pagando “menos” para um funcionário que não é CLT e que pode prestar os mesmos serviços. Com esse pensamento, elas acreditam que o prestador deve cumprir um horário fixo de trabalho e exigem muito mais do profissional.

O Entrevistado 3 não consegue ver vantagens e as desvantagens são os bônus trabalhistas que ele não recebe, salário muito reduzido do piso atual (segundo ele, pela metade) e 6x1 sem hora extra.

A Entrevistada 1 saiu do seu trabalho com laudo de burnout² e completamente doente do seu trabalho com vínculo PJ. A *Entre-*

2 Burnout é um distúrbio emocional, também conhecido como síndrome do esgotamento profissional, que se caracteriza por exaustão extrema, estresse e esgotamento físico. É causado por situações de trabalho desgastantes, que demandam muita competitividade ou responsabilidade.

vistada 2 relata impactos na saúde mental e física, que o trabalho era muito cansativo principalmente por estar em uma escala 6x1 com plantão durante fim de semana, e por sentir que não ganhava o suficiente, pois eles poderiam dispensá-la a qualquer momento. O principal motivo de estresse para ela eram as demandas. O Entrevistado 3 sente, sobretudo, impacto na saúde mental, já que se estressa muito e é pouco remunerado.

Quanto à estrutura oferecida para que executassem seus trabalhos, a Entrevistada 1 fala que precisava se virar com o que tinha para poder entregar o melhor resultado; a Entrevistada 2 diz que não tinha os recursos necessários naquele momento para que pudesse fazer um bom trabalho, raramente tinha os materiais que precisava para trabalhar, como veículos de locomoção; o Entrevistado 3 conta que fornecem os recursos necessários para trabalhar, que seriam computador e internet.

Perguntados se gostariam de mudar de vínculo, a Entrevistada 1 diz que não mudaria o vínculo de PJ e que, para ela, compensa mais do que se tornar CLT, mas que mudaria o local que presta serviços para um que sabe a diferença entre vínculos e que tratasse o profissional de forma honesta e respeitosa. A Entrevistada 2 diz que não gostaria de trabalhar como PJ. O Entrevistado 3 gostaria de trocar de vínculo e não trabalhar mais como PJ.

3.3 Comissionados e MEI

Foram entrevistados quatro comissionados em órgãos do Governo de Goiás, sendo que um deles também é MEI, que será o Entrevistado 4. O Entrevistado 1 diz trabalhar neste vínculo por não ter tido outra opção, pelas vagas de CLT serem raras; o Entrevistado 2 diz que não teve outra opção; o Entrevistado 3 fala

que escolheu ser comissionado; e o *Entrevistado 4* diz estar neste vínculo por necessidade, dele e do empregador.

Todas as experiências do Entrevistado 1 foram por contrato CLT ou PJ; o Entrevistado 2 já trabalhou como PJ e CLT, contrato que ele relata ter tido mais segurança; o Entrevistado 3 já foi PJ e CLT; o *Entrevistado 4* já teve outros vínculos, como terceirizado, prestador de serviços.

Quanto às obrigações, o Entrevistado 1 cumpre carga horária completa, contribui com o IR e o INSS, além de realizar todas as funções de jornalista na comunicação setorial da pasta em que está lotado; Entrevistado 2 cumpre carga horária de 6 horas, porém não trabalha final de semana e feriado; Entrevistado 3 tem como obrigação a produção de conteúdo de comunicação institucional.

Sobre as vantagens, o Entrevistado 1 sente que é mais valorizado, tanto como pessoa quanto como profissional do jornalismo, dentro do setor público, e o salário pago é acima do piso salarial para a categoria. Para o Entrevistado 3, tem como vantagem poder trabalhar em algo que tem completa ligação com sua área de formação. O Entrevistado 4 diz que a vantagem do seu trabalho comissionado é que a escala de trabalho é justa, o que dá a oportunidade de continuar seus trabalhos pessoais, como o de MEI na empresa de fotografia que possui. O terceiro entrevistado disse não sentir sobrecarga no cargo atual.

A desvantagem apresentada pela Entrevistada 2 é que não tem nenhum benefício a receber caso seja exonerado, e para o Entrevistado 4 é que, em grande parte das vezes, o horário se estende e ultrapassa o período combinado, mas diz que não atrapalha a sua vida. Os Entrevistados 1 e 3 não apresentaram desvantagens.

Quando perguntado se mudariam de vínculo, o Entrevistado 1 optaria pelo vínculo CLT e diz que embora seu vínculo atual (ao contrário do PJ) ofereça direitos trabalhistas como 13º salário, férias remuneradas e contribuição ao INSS, ele considera que as leis trabalhistas representam um grande avanço na dignidade e nos direitos dos trabalhadores. O Entrevistado 2 diz que não gostaria de mudar. O Entrevistado 3 mudaria para o regime estatutário. O Entrevistado 4 diz que não gostaria de mudar, mas mudaria a depender das circunstâncias.

Nesta categoria, percebe-se nitidamente a carência de relatos de entrevistados MEI. O único que aceitou responder as perguntas da pesquisa foi o Entrevistado 4, que possui uma empresa de fotografia em paralelo ao seu trabalho no órgão público.

3.4 Questão jurídica

Foi realizada a entrevista com um advogado trabalhista, que atua como no sindicato de jornalistas. De acordo com ele, a Reforma Trabalhista de 2017, realizada durante o governo Temer, trouxe diversas mudanças que afetaram o trabalho de forma ampla. Entre as principais alterações, destacam-se: a terceirização foi ampliada para todas as atividades da empresa, inclusive atividades-fim; convenções coletivas e acordos passaram a ter prevalência sobre a legislação, permitindo maior flexibilidade em negociações trabalhistas; a jornada parcial foi regulamentada e houve flexibilização na jornada 12x36, além da criação do trabalho intermitente; contribuição sindical deixou de ser obrigatória, o que afetou a receita dos sindicatos; e passou a ser permitida a rescisão por comum acordo entre empregado e empregador.

Quanto às mudanças, o advogado diz que os jornalistas eram amparados por um regime mais rígido de proteção de direitos, com uma jornada de trabalho limitada a 5 horas diárias, salvo acordos coletivos que permitiam a extensão. Também havia forte atuação sindical e fiscalização de contratos para evitar a precarização. Ele explica que “com a flexibilização de contratos e a possibilidade de contratação intermitente, o vínculo formal de emprego foi substituído em muitos casos por contratos temporários ou terceirizados. A perda da obrigatoriedade da contribuição sindical também enfraqueceu a representação da categoria”.

O advogado trabalhista elucida que a flexibilização trouxe vantagens e desvantagens:

Por um lado, ela permitiu maior dinamismo no mercado de trabalho, especialmente em setores que demandam mão de obra temporária ou em picos de demanda. Por outro lado, ela resultou em precarização de algumas profissões, com menor estabilidade, perda de benefícios tradicionais (como férias e 13º salário) e incerteza em relação à renda mensal. Muitos trabalhadores passaram a ter vínculos informais ou contratos intermitentes, o que impacta negativamente a previsibilidade financeira e segurança no trabalho”.

O advogado diz que, para a proteção de jornalistas, seria necessário mudar na legislação: regras mais claras e restrições para evitar que contratos temporários sejam usados como substituição permanente de vínculos formais; criação de mecanismos que garantam a continuidade de benefícios como aposentadoria, férias proporcionais e seguro-desemprego, mesmo em vínculos flexíveis; intensificar a fiscalização de vínculos trabalhistas para evitar fraudes, como a contratação de jornalistas como MEI ou freelancer quando

o vínculo real é de emprego; e estabelecer pisos salariais compatíveis com a categoria, mesmo para trabalhadores terceirizados ou intermitentes, evitando a desvalorização salarial.

Considerações finais

Este estudo evidenciou a diversidade de experiências e desafios enfrentados pelos jornalistas conforme os diferentes tipos de vínculos trabalhistas. As entrevistas destacaram aspectos tanto vantajosos quanto desvantajosos de cada tipo de contrato, refletindo a precarização crescente nas condições de trabalho dos jornalistas, como apontado por Ferreira et al. (2023).

A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) mostrou-se um vínculo mais seguro e com mais benefícios garantidos, como atestado por Bertolini (2016), que discute as proteções e vantagens do trabalho formal. Os relatos dos entrevistados destacam uma sobrecarga de funções e pressões constantes para a produtividade, especialmente em cargos de responsabilidade editorial. Figaro (2014) já havia alertado para o esgotamento e a multitarefa que afetam os jornalistas contemporâneos, tornando o trabalho ainda mais extenuante.

O regime de Pessoa Jurídica (PJ), por outro lado, apresentou relatos de menor segurança e falta de benefícios tradicionais, como férias remuneradas e 13º salário. Os entrevistados mencionaram que a pressão e a exigência de horários fixos são práticas comuns, o que ressoa com as observações de Nicoletti e Figaro (2022) sobre a plataformização e as novas formas de exploração no ambiente de trabalho jornalístico. O aumento do uso de contratos PJ como substituição do vínculo formal também é um reflexo das mudanças pós-Reforma Trabalhista de 2017, conforme discutido pelo advogado entrevistado e apoiado por Figaro, Kinoshita e Barros

(2019), que destacam as condições de produção e comunicação nos arranjos econômicos alternativos.

Na categoria de comissionados e MEI, observou-se certa flexibilidade e reconhecimento do trabalho, mas também a falta de segurança em casos de exoneração ou mudanças de gestão. Essa precariedade é ressaltada por Rosa (2015) ao discutir as relações de trabalho de jornalistas autônomos, que muitas vezes enfrentam dificuldades em garantir direitos como a aposentadoria e o seguro-desemprego. Destaca-se, ainda, a ausência de mais relatos de jornalistas MEI, o que gerou uma lacuna na compreensão acerca deste vínculo empregatício em específico neste trabalho.

Já o advogado entrevistado destacou as consequências da flexibilização proporcionada pela Reforma Trabalhista de 2017, que, embora tenha introduzido maior dinamismo nas contratações, impactou negativamente a estabilidade dos profissionais de jornalismo. Essa visão é alinhada à análise de Dantas et al. (2017), que refletem sobre as tendências de precarização e as mudanças estruturais que afetam a profissão.

Portanto, fica evidente que a precarização do trabalho jornalístico, com vínculos cada vez mais flexíveis e incertos, traz impactos diretos à saúde mental e à segurança profissional dos jornalistas, como observado em vários dos relatos. A análise dos diferentes tipos de contratos expôs a necessidade de maior regulamentação e garantias mínimas, como proposto por Figaro (2017) e pelo advogado entrevistado, que sugerem mudanças na legislação para proteger melhor os profissionais e evitar que contratos mais informais se tornem a norma, substituindo vínculos formais com direitos consolidados.

Assim, o presente artigo reforça a importância da discussão sobre os modelos de contratação e as suas consequências na prática jornalística, esperando contribuir para futuras pesquisas que abordem soluções viáveis para melhorar a proteção e a qualidade de vida dos profissionais da área quando se trata da relação entre empregadores e empregados no jornalismo.

Referências

BERTOLINI, Jeferson. **Jornalismo multimídia e multitarefa: o perfil contemporâneo do trabalho precário no jornalismo**. ANIMUS, Universidade Federal de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, v. 16, n. 31, p. (213 - 228), novembro, 2016.

DANTAS, Juliana Bulhões Alberto et al. **Crise, Precarização e Mudanças Estruturais no Jornalismo: reflexões sobre Tendências Teóricas**. Mediapolis: Revista de comunicação, jornalismo e espaço público, v. 5, p. (39 - 49), 2017.

FERREIRA, Fernanda Vasques et al. **A precarização do trabalho da(o) jornalista na região Centro-Oeste**. In: ANAIS DO 21º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2023, Brasília. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2023.

FIGARO, Roseli. **Jornalismo e trabalho de jornalistas: desafio para as novas gerações no século XXI**. Revista Parágrafo, São Paulo, v.2, n. 2 , p. 23-37, 13 de out. de 2014.

FIGARO, Roseli, KINOSHITA, Jamir; BARROS, Janaina. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais [...] Universidade Federal de Goiás, Goiânia, novembro, 2019.

FIGARO, Roseli. NONATO, Cláudia. **Novos ‘Arranjos Econômicos’ Alternativos para a Produção Jornalística.** Dossiê Temático Inovação no Jornalismo: escopo e percursos, v. 15, n. 1, 2017.

MORETZSOHN, Sylvia. **O Novo Ritmo da Redação de O Globo: a prioridade ao jornalismo digital e seus reflexos nas condições de trabalho e produção da notícia.** Revista Parágrafo, v. 2, n. 2, p. 59-79, 2014.

NICOLETTI, Janara. **Apontamentos sobre a correlação entre condições de trabalho e as escolhas editoriais dos jornalistas.** In: 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais [...] Universidade Federal de Goiás, Goiânia, novembro, 2019.

NICOLETTI, Janara; FIGARO, Roseli. **A plataformização do trabalho dos jornalistas: uma outra face da precarização.** In: 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2022, Fortaleza – Ceará. Anais [...], Fortaleza: SBPJor, 2022.

ROSA, Carina Kunze. **Relações de trabalho de jornalistas autônomos.** Salão de Iniciação Científica, UFRGS, Porto Alegre, RS. 2015.

O CONSUMO DE NOTÍCIAS JORNALÍSTICAS: UM RECORTE REGIONAL POR FAIXAS ETÁRIAS

Ana Júlia da Cruz Costa | Anna Clara Pereira Rodrigues

Guilherme Gonçalves Borges | João Vitor de Jesus Pimentel

Julia Ayumi Kuramoto Kubo | Luanna Oliveira Souza

Introdução

O questionamento “Como vocês consomem notícias hoje?” é quase um ritual dos docentes em todo início de semestre no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás (UFG). Redes sociais e sites de notícias dominam as respostas fornecidas pelos discentes, seguido por televisão, podcasts, revistas físicas, digitais e até jornal impresso. Mesmo fora do ambiente acadêmico e das responsabilidades do profissional jornalista, a realidade de consumo é igualmente questionada. A incerteza quanto ao consumo de notícias por parte da população, somada à preocupação com a

credibilidade e confiabilidade do jornalismo atual, inquietam os profissionais da comunicação.

Segundo Kuschick e Hauser (2015, p. 131), o jornalismo sofreu inúmeras transformações ao longo da história – tecnológica e simbolicamente. Afinal, narra passado e presente de diferentes modos e linguagens. “As transformações não se configuram somente através do impacto causado pelas tecnologias, mas também no contexto social, histórico e cultural dos usos da informação”.

Mídias tradicionais outrora dominantes como TV, impresso e rádio tiveram que se adaptar “[...] devido às possibilidades emergentes dos avanços das telecomunicações nas últimas décadas. Estes processos ocasionaram mutações tecnológicas que resultaram na hibridização e nos constantes processos de trabalhos e recursos técnicos das plataformas digitais”, (Colombo, Varela, Biazotti, 2023, p. 112). Contudo, a forma de consumo também foi transformada. Estar online se tornou essencial para a comunicação contemporânea.

O computador e o uso da internet vêm se difundindo ao longo do tempo e o estar online se mostra uma tecnologia de informação essencial para a comunicação entre pessoas. Para quem nasceu em meio a essa realidade se torna mais fácil a compreensão e o uso dessas ferramentas, mas para os idosos de hoje, que só tiveram contato com a tecnologia da internet recentemente, é um desafio se adaptar (Foletto, Fiepke, Wilhelm, 2018, p. 505).

Surge, então, uma necessidade de ampliar as discussões sobre como se realiza o consumo de notícias na atualidade, levando em consideração uma população de diferentes faixas etárias. Em Goiás, especificamente, não há vastos estudos referentes ao tema, o que

intrigou e motivou a pesquisa que antecedeu a escrita deste artigo. O objetivo de entender sobre a relação entre indivíduo e notícia é uma forma de identificar como o jornalismo se estabelece atualmente.

A disciplina de Iniciação Científica, ministrada para o curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG, durante o segundo semestre do ano de 2024, foi a oportunidade de pesquisar o tema “O mercado de trabalho jornalístico: configurações contemporâneas”, sob o recorte “Jornalismo e o consumo de notícias na atualidade”. Para viabilizar um estudo, definimos a questão-problema “Como as diferentes faixas etárias consomem e constroem a imagem do jornalismo?”.

A partir de então, foi concebida uma pesquisa exploratória quantitativa com um questionário estruturado, produzido no *Google Forms* e disponibilizado online, à luz, também, de referencial teórico pertinente. Este artigo é, portanto, a apresentação dos resultados obtidos quanto à análise de jovens, adultos e idosos que moram na cidade de Goiânia e os seus hábitos de consumo de notícias jornalísticas.

Foram consideradas variáveis como idade, gênero, nível de escolaridade, renda e região de moradia, com o objetivo de compreender a frequência de consumo, tipos de conteúdo e meios de comunicação mais consumidos por respectiva faixa etária, bem como os critérios de confiabilidade para cada indivíduo e de que maneira isso influencia no seu consumo e, conseqüentemente, molda a imagem do jornalismo atualmente.

1. Comunicação, socialização e identidade

No conceito de *bios* midiático ou virtual, a partir da ideia de Sodré, capturada por Sodré Colombo, Varela, Biazotti (2023), há

a ideia de que vivemos em uma nova forma de vida, na qual o ser humano e sua relação com o mundo estão diretamente ligados às experiências comunicacionais – compostas por informações, que circulam sem fronteiras e que, por conseguinte, constroem a identidade do indivíduo, sempre sujeitas a modificações e influências externas.

Bios virtual é a prótese, não apenas uma maquinaria comunicacional que permite ao cidadão inteirar-se das coisas do mundo, e sim uma ‘atmosfera’ magnética (um ethos feito de hábitos e afetos) onde, por um lado, ‘respira-se’ o consumo programado pela socialização latente do mercado e da ordem tecnológica; por outro, ‘habita-se’ um mundo de imponderabilidade, ubiquidade e interatividade (Colombo, Varela, Biazotti, 2023, p. 121).

Ao nos depararmos com as redes sociais cada vez mais intrínsecas às relações sociais do século XXI, as mídias tradicionais (jornal impresso, rádio e televisão) – que antes definiam o tempo de circulação de informações e possuíam estrutura hierarquizada –, e o consumo linear se transformaram. Essa transformação se deu em decorrência da crise dos meios impressos e o advento da tecnologia, consolidando o meio digital para diferentes gerações e faixas etárias.

Ao longo do processo de pesquisa em que se baseia este artigo, foram notadas as diferentes percepções sobre o jornalismo e a forma que os indivíduos interagem e constroem a sua imagem, sendo os meios de comunicação não apenas ferramentas, mas agentes formadores de uma nova realidade social. A sociedade contemporânea está regida pela midiatização, conceito este associado aos impactos que os meios de comunicação têm sobre as estruturas sociais, po-

líticas, culturais e econômicas (Colombo, Varela, Biazotti, 2023). Essas mídias, para além de participarem do cotidiano das pessoas, também influenciam as relações sociais e experiências humanas, tendo o poder de alterar comportamentos e identidades.

Dessa forma, é possível afirmar que as evoluções tecnológicas, somadas à modernização dos meios comunicacionais, impactaram diretamente a sociedade e seu modo de socialização, mesmo que de formas diferentes. A interpretação e a percepção do mundo e das experiências ocorrem de maneiras diversas, principalmente quando dividimos indivíduos em faixas etárias, suas interações, a forma como acessam as informações e o contexto em que estão inseridos.

Os jovens de hoje, diferentemente das gerações anteriores, cresceram em um ambiente digital e altamente interativo, caracterizado pela imponderabilidade e interatividade, no qual o consumo de informações é mais fluido e imediato. Para Schlaucher (2012), os jovens – que exercem papel de protagonismo no que diz respeito ao domínio da linguagem dos meios digitais – passaram a migrar dos meios tradicionais para novas mídias que lhes oferecem maior liberdade e autonomia para se expressarem e interagirem.

Por outro lado, para as gerações mais velhas – que vivenciaram e consumiram o auge da televisão e dos demais meios de comunicação tradicionais – o surgimento da tecnologia e das mídias sociais impactaram não apenas a rotina, mas também os processos comunicacionais já anteriormente familiarizados. Enquanto alguns idosos se aventuram no mundo digital, outros ainda preferem os veículos tradicionais. “Existe uma progressiva inserção do idoso na comunicação virtual, mas ainda é uma pequena parcela desse público que demonstra estar habituada e confortável com esses avanços tecnológicos” (Foletto, Fiepke, Wilhelm, 2018, p. 516).

Ainda segundo Colombo, Varela e Biazotti (2023), a comunicação – antes predominantemente unidirecional – sofreu uma transformação que possibilitou a saída do receptor da condição de consumidor passivo, que apenas recebia as informações do emissor, para tornar-se um agente ativo e crítico no processo comunicativo. Tal reconfiguração, apoiada no surgimento e na popularidade das redes sociais, permitiu um ambiente de informações quase instantâneas, no qual as informações estão sempre em movimento, sendo atualizadas e modificadas em tempo real.

1.2 Consumo na atualidade

Para pensar o consumo de notícias jornalísticas na atualidade, deve-se considerar a história dos meios de comunicação e a latente dependência da tecnologia. O jornalismo, para chegar à “audiência de massas” (Deuze, 2006), utiliza a tecnologia para recolher, editar, produzir e disseminar a informação.

Desde o aparecimento dos primeiros jornais na Europa, durante o século XVII, a tecnologia tem permitido que o jornalismo se organize em torno de uma premissa básica: a transmissão rápida e perceptível de informação. Se olharmos para a história da tecnologia na comunicação social, poderíamos afirmar que o século XIX está ligado à (aparição, crescimento e solidificação da) imprensa escrita, o século XX está ligado à radiotelevisão e o século XXI muito provavelmente irá ligar-se às plataformas multimídia digitais (sem fios). O jornalismo tem-se profissionalizado e evoluído de acordo com isto, desenvolvido especializações impressas (jornais e revistas), em rádio e televisão, bem como no jornalismo digital (Deuze, 2006, p. 17).

O novo mundo digitalizado exigiu a adaptação do jornalismo para tentar garantir o público. O advento dos novos meios de co-

municação – especialmente redes sociais, sites, blogs e plataformas de *streaming* – alterou permanentemente a forma como os produtos jornalísticos são produzidos e consumidos, além de introduzir novos critérios para determinar o valor e a relevância do conteúdo.

A Teoria do Agendamento ou *Agenda Setting* considera que os meios de comunicação predeterminam os assuntos a serem abordados pela produção jornalística, corroborando a tese do poder de influência dos *media*. Nelson Traquina (2000), posteriormente, afirma que a imprensa “pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre” (Traquina, 2000, p. 7). Dessa forma, o consumo de notícias jornalísticas na era digital é influenciado não só pela tecnologia, mas também pelos modos como os meios de comunicação direcionam a atenção pública.

1.2 Representação, interesse e papel do jornalismo

Ao longo dos anos e do avanço da sociedade, a cultura, os costumes e os hábitos vão se moldando e transformando. O jornalismo acompanha essas mudanças e passa a ser compreendido de diferentes formas em suas diversas plataformas, sejam impressas, digitais ou televisivas. A imagem do jornalismo é de suma importância para despertar o interesse da sociedade e incentivar seu consumo – não apenas por sua credibilidade, mas também por seu papel como mediador social. Essa identidade, no entanto, é percebida de maneiras distintas entre as diferentes faixas etárias, como jovens, adultos e idosos.

Os jovens estão cada vez mais conectados ao mundo da comunicação, seja como telespectadores ou na exuberante tentativa

de conquistar um espaço como porta-vozes dos seus interesses nas redes sociais. Já os idosos ainda costumam acompanhar os meios de comunicação mais tradicionais, seja para assistir a um telejornal ou uma novela. Por outro lado, os adultos estão meio a meio nessa jornada de acompanhar o avanço tecnológico e ainda acompanhar rádio, TV e todos os veículos informativos existentes. Buckingham (2006) explica como a diferença geracional reflete na relação com as mídias.

As mídias contemporâneas preferidas pelos jovens têm qualidades fundamentalmente diferentes daquelas da geração de seus pais. As novas mídias são vistas como mais democráticas que autoritárias; mais diversificadas do que homogêneas; mais participatórias do que passivas. Avalia-se que elas engendram novas formas de consciência entre os jovens, que os levam além da limitada imaginação de seus pais e professores (Buckingham, 2006, p. 31).

Para Morin (1999), a sociedade é produzida pelas interações entre indivíduos, mas, uma vez produzida, retroage sobre estes mesmos, também produzindo-os. Nesse sentido, as faixas etárias se conectam pela frequente interação entre os sujeitos deste mesmo grupo e, a partir disso, a identidade de veículos informativos para a sociedade é construída, considerando, também, múltiplas premissas como poder, responsabilidade e credibilidade.

De fato, a imagem do jornalismo é socialmente construída e, de certa forma, a partir de seus profissionais. Para compreender como essa identidade é vista para cada geração, é preciso um diálogo entre comunicação, sociologia e psicologia, onde são analisadas questões socioeconômicas, de gênero e cultura. Para Souza e Aze-

vêdo (2018, p. 4), “as pessoas estão construindo suas identidades a todo o momento, na contemporaneidade os espaços midiáticos auxiliam nessa construção”, assim, a representação do jornalismo tem um papel fundamental na construção identitária dos cidadãos, o que reforça a importância de os próprios jornalistas ajudem a construir uma imagem representativa e confiável do jornalismo.

O jornalismo cumpre um papel vital na sociedade, as diferentes gerações entendem e observam essa responsabilidade de modos distintos. E diante do vasto catálogo de informações publicadas diariamente, somado à tecnologia que permite a filtragem de conteúdos, consumir informações que dialogam especificamente com seus próprios interesses é, sobretudo, desejável. Para todas as faixas etárias, a construção da imagem do jornalismo é moldada por suas preferências ideológicas, políticas e culturais.

2. Metodologia

Por se tratar de uma pesquisa exploratória, cujo objetivo é o de fornecer algumas respostas para a questão-problema que norteia este artigo – “Como as diferentes faixas etárias consomem e constroem a imagem do jornalismo?”, foram realizados dois procedimentos metodológicos: (a) levantamento bibliográfico, com a função de ampliar os conhecimentos acerca dos estudos já desenvolvidos sobre o consumo de notícias ante às transformações tecnológicas e geracionais; (b) aplicação de um questionário tipo *Survey*, instrumento de pesquisa que fornece descrições estatísticas de uma amostra do universo a ser analisado (Mineiro, 2020). A partir desse último instrumento, organizou-se o estudo em “sub-etapas”.

2.1 Elaboração e aplicação do questionário

A elaboração do formulário considerou variáveis que se interseccionassem, isto é, que se relacionam de algum modo com o objeto escolhido. Ao delimitar isso, foi elaborado um questionário no Google Forms, e foi priorizada a transparência, por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), além da clareza em cada seção e diferentes variáveis, como o uso de escalas, ordenação e múltiplas escolhas.

O questionário foi elaborado e aplicado pela internet devido ao custo baixo, obtenção de respostas imediatas e tabulação automática das respostas, além do alcance maior à amostra escolhida. Em razão do prazo limitado para a elaboração da pesquisa, foram obtidas 90 respostas no decorrer de 15 dias e, como critério para a finalização dessa etapa, levamos em consideração a pirâmide etária de Goiânia do Censo do IBGE de 2022.

Entre as 90 respostas obtidas: 27 (30%) foram da faixa etária de 15 a 25 anos, 18 (20%) de pessoas com mais de 65 anos; e, 45 delas (50%) de adultos com 30 a 50 anos. Em todas as faixas etárias escolhidas, foi maior a participação de Mulheres Cisgênero¹. Dessa forma, a amostra obtida demonstrou-se alinhada à proporção da população goiana sob a ótica do gênero e da idade.

A partir dessas informações, o critério utilizado para a categorização das faixas etárias relacionou-se com a divisão presente na pirâmide etária citada e às transformações tecnológicas, que afetaram não somente o fazer jornalismo como também o consumo e a imagem deste. Kérley e Winques (2016) destacam a importância de

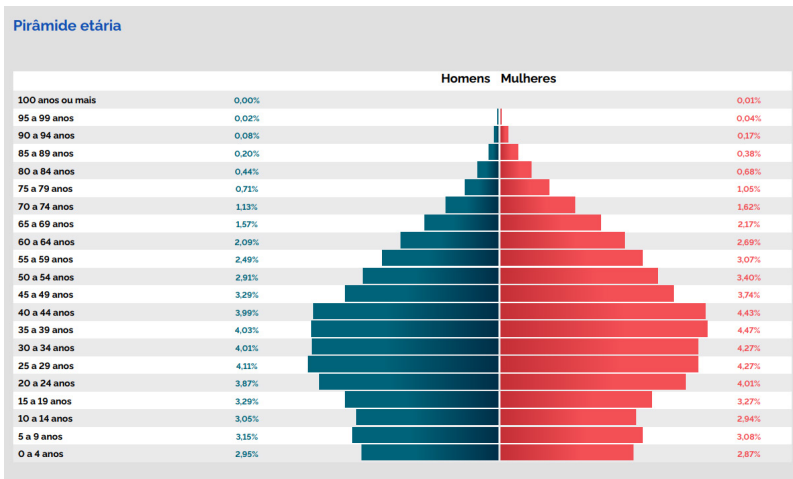
1 O termo cisgênero refere-se às pessoas que se identificam com o gênero que lhes foi atribuído ao nascer, enquanto transgênero seria o que foge dessa visão marcada pelo determinismo biológico (Silva, Souza, Bezerra, 2019, p. 4).

considerar a pluralidade de conceitos sobre gerações, entendendo-as como práticas coletivas moldadas por um contexto sócio-histórico.

3. Análise e discussão dos dados

Com o fechamento do questionário, os dados obtidos foram tabulados e analisados com o auxílio da ferramenta *Google Sheets*. A amostra obtida é proporcional à pirâmide etária da população de Goiânia (gráfico 1), não havendo, assim, a necessidade de igualar o número de respostas das faixas etárias ou realizar um cálculo de margem de erro.

Gráfico 1 - Pirâmide etária de Goiânia



Fonte: IBGE (2022)

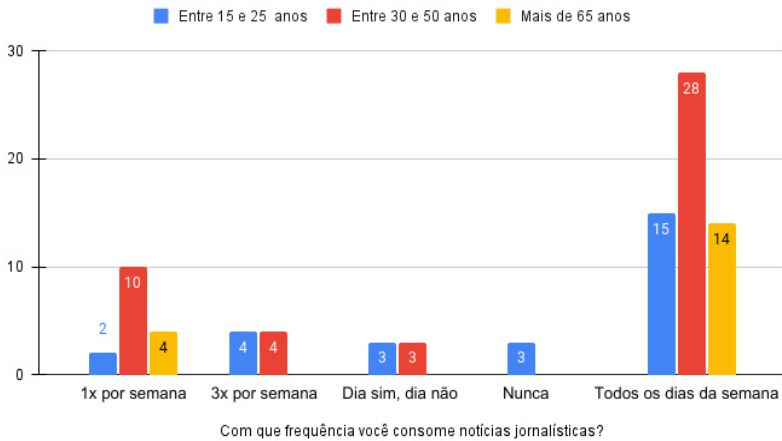
As categorias utilizadas para tratamento e a análise das respostas recolhidas são: o consumo e a imagem do jornalismo em Goiânia.

3.1 Consumo do jornalismo em Goiânia

Para compreender a rotina de consumo de produções jornalísticas dos moradores de Goiânia, foram propostas questões a respeito de:

- a. Frequência de consumo de notícias jornalísticas;
- b. Editoriais mais e menos consumidas;
- c. Tipos de consumo de notícias, se locais, nacionais e internacionais;
- d. Meios de comunicação mais e menos consumidos;
- e. Confiança na apuração dos diferentes meios de comunicação.

Inicialmente, verificamos que a maioria populacional de todas as faixas etárias consome notícias todos os dias da semana, até mesmo os jovens, entre 15 a 25 anos. Além disso, os jovens apresentaram o menor número de respostas “1 vez por semana”, embora seja a única a apresentar respostas (3) “Nunca”. Na faixa etária de mais de 65 anos, nota-se uma polarização: 14 pessoas responderam que consomem notícias todos os dias da semana, enquanto as 4 restantes alegam consumir apenas 1 vez por semana. A semelhança entre as faixas etárias jovem e adulta está na predominância de respostas variadas dentro de cada grupo, evidenciando a diversidade nos padrões de consumo de produções jornalísticas.

Gráfico 2 - Frequência de consumo de notícias**Frequência de consumo**

Fonte: Elaborado pelos autores

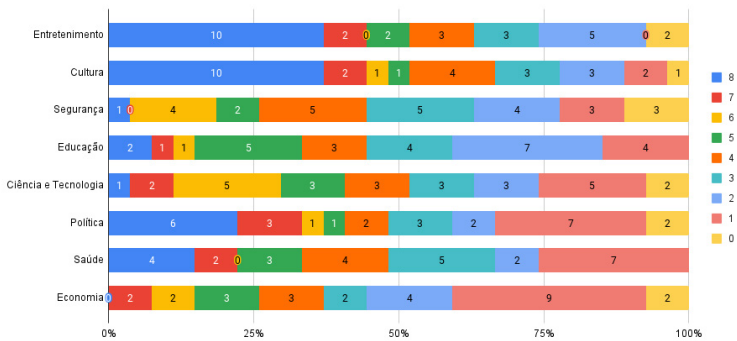
Portanto, após o entendimento da frequência de consumo, mostrou-se necessário compreender quais eram os conteúdos – editoriais – mais consumidos. Desse modo, podemos traçar a identidade cultural das diversas faixas etárias, seguindo a ideia de Winques (2016, p. 148) de que “qualquer ato de consumo é essencialmente cultural”. O autor defende, portanto, que:

[...] o fato de consumir e utilizar produtos como subsídios de construção e afirmação de identidades, exclusão e diferenciação, são universais. Ainda, mediante a visualização do consumo é possível identificar atos locais e mundanos que têm conexão com a produção, circulação e inovação tecnológica (Winques, 2016, p. 148).

Pedimos então, para que se enumerasse de 0 a 8 (8 sendo o mais consumido e 0 o menos consumido) as editoriais de: Entretenimento,

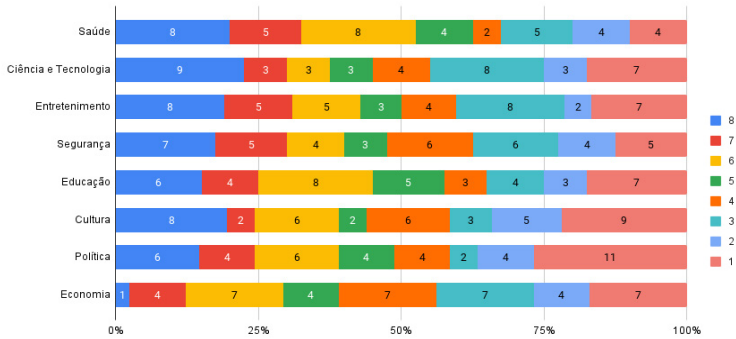
Cultura, Segurança, Educação, Ciência e Tecnologia, Política, Saúde e Economia. Na faixa etária jovem – dos 15 aos 25 anos – percebe-se uma predominância no consumo pelas editorias de Entretenimento e Cultura, enquanto áreas como Economia e Saúde despertam menor interesse. A editoria de Educação apresentou uma discrepância maior de respostas, bem espalhadas por entre o espectro.

Gráfico 3 - Editorias mais consumidas (15-25 anos)



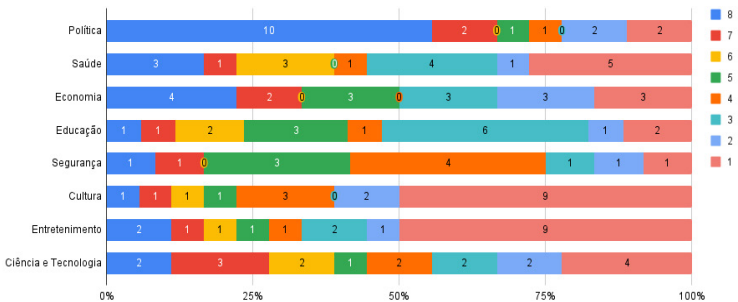
Fonte: Elaborado pelos autores

Os adultos de 30 a 50 anos tiveram um equilíbrio de consumo por entre todas as editorias, com exceção de economia, cuja apenas um entrevistado relatou consumir com maior frequência. Podemos ver também, interessante, que a editoria com menor consumo é a de política, registrando 11 respostas de grau “1”.

Gráfico 4 - Editorias mais consumidas (30-50 anos)

Fonte: Elaborado pelos autores

Por fim, o público acima dos 65 anos apresenta um forte - e quase exclusivo - interesse pela temática da Política, enquanto as demais áreas, especialmente Cultura e Entretenimento, revelam maior desinteresse.

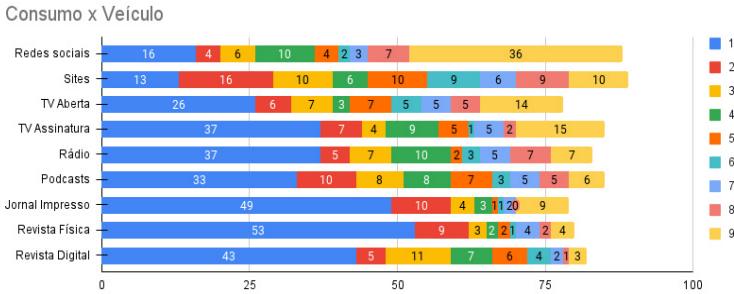
Gráfico 5 - Editorias mais consumidas (65+ anos)

Fonte: Elaborado pelos autores

Também buscamos compreender quais meios de comunicação estavam sendo utilizados para consumo das produções jornalísticas,

chegando a duas variáveis: os meios de comunicação mais consumidos e os meios de comunicação considerados mais confiáveis.

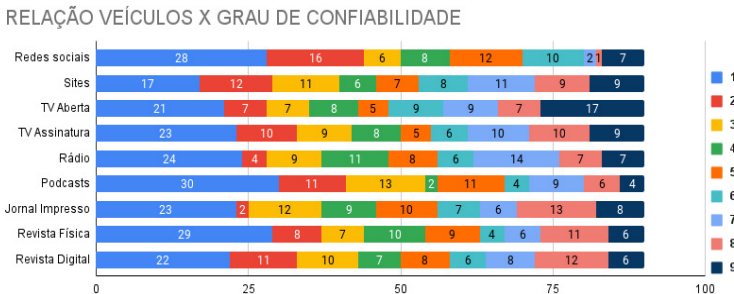
Gráfico 6 - Meios de comunicação mais consumidos



Fonte: Elaborado pelos autores

Foi possível observar, então, que os meios de comunicação mais utilizados pela população goianiense são as redes sociais, TV por assinatura e TV aberta. Por outro lado, a revista física, o jornal impresso e a revista digital são os veículos menos consumidos. É possível analisar que a maior parte dos veículos não são consumidos, havendo quase que uma monopolização das redes sociais enquanto meio primordial de disseminação de produtos jornalísticos.

Gráfico 7 - Confiança nos meios de comunicação



Fonte: Elaborado pelos autores

Em geral, nota-se um apreço maior por notícias jornalísticas produzidas por TV aberta, TV por assinatura e *sites*. Em contrapartida, os veículos menos confiados são, respectivamente, *Podcasts*, revistas físicas e redes sociais. Esta mostra-se uma contradição, visto que os meios de comunicação mais utilizados não são os mais confiados – pelo contrário, são os menos confiados – e vice-versa.

4.2 Imagem do jornalismo em Goiânia

Com o objetivo de verificar como a imagem do jornalismo é construída entre jovens de 15 a 25 anos, adultos de 30 a 50 anos e idosos de mais de 65 anos, que residem em Goiânia, foram selecionadas algumas variáveis:

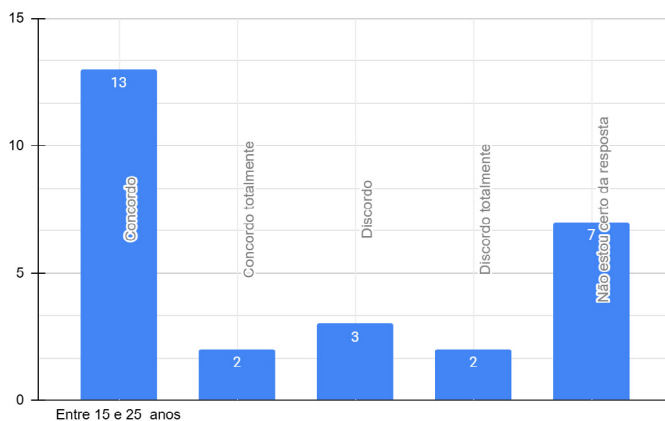
- a. Representação social nas notícias que consome;
- b. Assuntos de interesse;
- c. Papel do jornalismo;
- d. Interação com notícias jornalísticas.

Quando questionados sobre se sentem representados social, ideológica e socialmente nas notícias que consomem, pode ser verificado através dos gráficos 8, 9 e 10, que os jovens estão mais propícios a concordarem que o jornalismo os representa. Entre os entrevistados mais jovens, de 27, apenas dois discordaram totalmente e três discordaram, o número para aqueles que concordaram totalmente ainda foi baixo, com apenas dois.

Por outro lado, os idosos são o público que possui maior dúvida quanto à representação do jornalismo. De 18 idosos, apenas quatro concordaram, em contrapartida, cinco não sabiam responder. Já entre os adultos, 14 marcaram a opção “não estou certo da resposta”, 12 discordaram e 13 concordaram, ou seja, ainda há uma parcela de adultos que se veem representados no jornalismo, mas

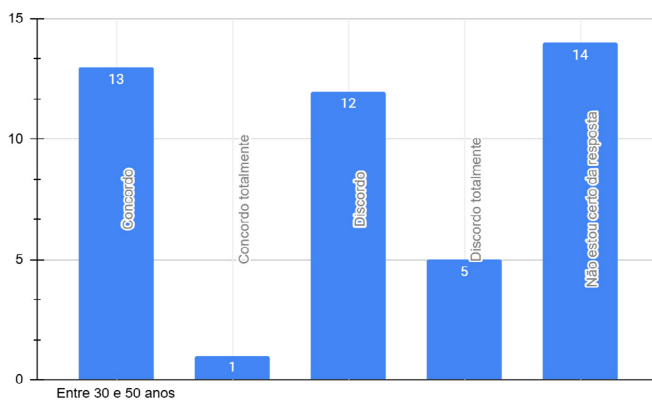
uma grande quantidade ainda não sabe se sente que o jornalismo trata de assuntos que os representam.

Gráfico 8 - Representação nas notícias (15-25 anos)

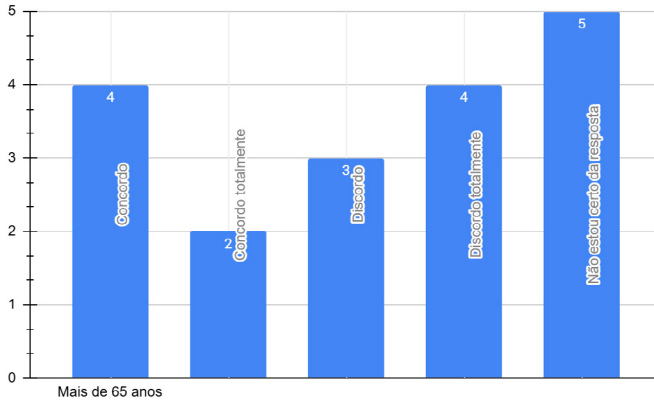


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 9 - Representação nas notícias (30-50 anos)



Fonte: Elaborado pelos autores

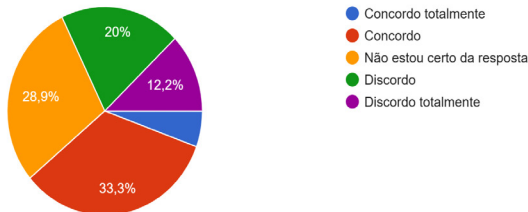
Gráfico 10 - Representação nas notícias (+65 anos)


Fonte: Elaborado pelos autores

De modo geral, de acordo com o gráfico 11, o presente estudo indica que o número de indivíduos que se sentem representados pelo jornalismo é maior. Entretanto, ainda há um número significativo que não sabe responder.

Gráfico 11 - Representação nas notícias

Você se sente representado(a) social, ideológica e socialmente nas notícias que consome?
90 respostas



Fonte: *Google Forms*

Para Vidal (2009), o interesse pode ser definido como:

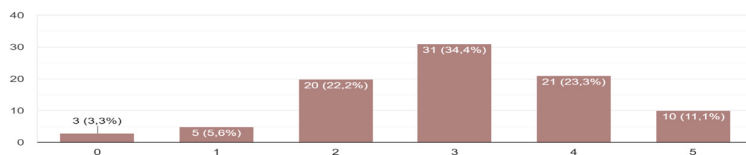
[...] conveniência, lucro, proveito, vantagem que alguém encontra em alguma coisa; atrativo, simpatia. Público, por sua vez, tem definições diversas, sendo as seguintes relacionadas ao objetivo deste estudo: que serve para uso de todo; comum; relativo ao governo do país e a suas relações com os cidadãos: notório (Vidal, 2009, p. 67).

Para compreender como as pessoas que responderam a este questionário avaliam a abordagem do jornalismo em relação a temas de seu interesse, solicitamos que atribuíssem uma nota de zero a cinco (gráfico 12). Dentre os 90 entrevistados, 34,4% marcaram o número três para essa pergunta, sendo assim, a maioria dos indivíduos que responderam a essa questão se mostraram em dúvida ou incertos quanto a isso. Em relação aos outros números, apenas 10% aprovam o jornalismo como mediador de assuntos do seu próprio interesse, 23,3% concordam parcialmente. Já de modo negativo, 20% escolheram a opção dois, 5,6% a opção um e 3,3% selecionaram zero.

Analisando os dados com as idades isoladas, a escolha em classificar o número quatro foi a maior entre os jovens. Os adultos foram 19 na opção três, ou seja, o público que mais está centralizado nesse debate. Em relação aos idosos, se mostraram bastante divididos, enquanto seis escolheram o número dois, outros seis escolheram o número quatro.

Gráfico 12 - Atenção ao interesse dos entrevistados

Em uma escala de 0 a 5, o quanto você acha que o jornalismo fala diretamente sobre assuntos do seu interesse?
90 respostas

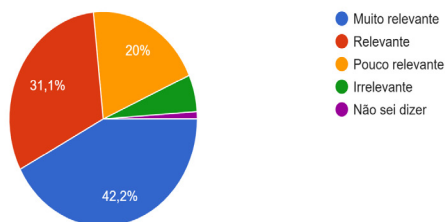


Fonte: *Google Forms*

Em relação ao papel do jornalismo, os resultados da pesquisa mostram que os jovens são um grupo que majoritariamente enxerga o jornalismo como relevante. Em sua maioria, os adultos também seguem a mesma linha de raciocínio. Em outra perspectiva, tiveram mais votantes que escolheram “pouco relevante” se considerando todos os públicos. Ao reunir todos os dados (gráfico 13), 42,2% entendem o jornalismo como muito relevante para a sociedade atual, em seguida, 31,1% acreditam que é relevante. 20% passam a ter a imagem do jornalismo como pouco relevante.

Gráfico 13 - Papel do jornalismo

Como você avalia o papel do jornalismo na sociedade atual?
90 respostas

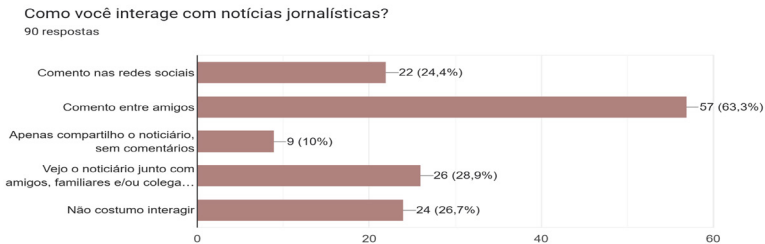


Fonte: *Google Forms*

Compreendendo as respostas obtidas é interessante buscar entender de que modo o jornalismo tem se tornado pouco relevante para os idosos. “A sociedade cobra um jornalismo de melhor qualidade. Mais honesto, mais apurado, mais explicativo, mais contextualizado” (Campos, 2009, p. 16). Nesse raciocínio, o jornalismo tem avançado juntamente com a tecnologia, constantemente há um bombardeio de informações nos veículos de comunicação, porém o público idoso é o mais prejudicado com essa nova onda digital.

Interagir com as notícias jornalísticas reflete na forma como ele é visto. Compartilhar, comentar ou até conversar com amigos sobre essas matérias é, de certa forma, demonstrar que há confiabilidade na fonte primária da informação.

Gráfico 14 - Interação com as notícias



Fonte: *Google Forms*

Neste item, foi obtido um número significativo de respostas de pessoas que interagem com as notícias (gráfico 14), seja com comentários, compartilhamentos ou consumindo juntamente com outras pessoas. O resultado da pesquisa entrega que os adultos costumam comentar mais com os amigos, enquanto a maioria dos jovens e idosos não costumam interagir.

Tendo em conta os resultados obtidos, é importante destacar as diferentes necessidades que cada faixa etária possui para consumir o jornalismo. Entretanto, é conclusivo que apesar das incongruências, a imagem é positiva para as diferentes gerações. Enquanto os idosos precisam retomar a confiança no jornalismo, os jovens têm o déficit de noticiários que falem diretamente com e para eles.

Considerações finais

Este estudo buscou compreender o consumo de notícias pelas diferentes faixas etárias da população de Goiânia, bem como captar percepções sobre a confiabilidade e relevância do jornalismo. Os resultados obtidos apresentam uma relativa ausência de consumo de produções jornalísticas tradicionais, substituído – em sua maioria – pela tecnologia digital. Esse fato revela-se contraditório sob a perspectiva de que se pode observar, também pela maioria, que as redes sociais foram definidas como “não confiáveis”. Tal percepção aponta para um cenário de oportunidades e desafios para o jornalismo: enquanto a tecnologia facilita o alcance e o consumo, a credibilidade precisa ser resgatada e fortalecida.

Além disso, evidenciou-se que as diferentes faixas etárias possuem necessidades e preferências específicas no consumo de notícias. Os jovens optam por conteúdos mais dinâmicos; os idosos tendem a consumir mais assuntos voltados à política em mídias tradicionais e os adultos ocupam uma “posição híbrida”, transitando entre meios digitais e convencionais. Outra reflexão diz respeito ao sentimento de representatividade do público nas notícias que consome, em que a maioria revelou ter uma baixa conexão com o jornalismo produzido atualmente.

Portanto, a pesquisa mostra que, apesar do papel autolegitimado como agente social e pilar da democracia, o jornalismo enfrenta desafios inerentes ao cenário contemporâneo. Os resultados aqui obtidos podem servir como base para futuros estudos que visem compreender, com maior profundidade, tópicos relacionados à confiança do público, o diálogo entre gerações e as transformações tecnológicas. Dessa forma, podendo inferir estratégias para que a área não apenas sobreviva, como também se fortaleça.

Referências

BATISTA, Cicélia Pincer; BARBOSA, Jackson da Silva. Teoria do agendamento e memória social. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - VIRTUAL, 43., 2020, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2020. Trabalho R15-1498-1. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1498-1.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2024.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na Era das Mídias: após a morte da infância**. Tradução: Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis. 2006. Título original: *After the death of childhood: growing up in the age of electronic media*. Trabalho não publicado. Buckingham Crescer na era das mídias - inteiro.doc. 1 arquivo (760 Kb). Word 2003. Disponível em: <https://doceru.com/doc/s0808ce>. Acesso em: 4 out. 2024.

CAMPOS, Pedro Celso. A Visibilidade do Idoso nos Meios de Comunicação – Estudo de caso: jornais El País e ABC - 2007. **Revista Kairós-Gerontologia**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 105-142, jun., 2008. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/2513/1598>. Acesso em: 12 nov. 2024.

COLOMBO, Macri Elaine; VARELA, Ulysses do Nascimento; BIAZOTTI, Vinicius. Jornalismo e internet: evolução e perspectivas dos processos de circulação de notícias. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 17, n. 2, p. 108–124, Mai./Ago. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ujf.br/index.php/lumina/article/view/39413>. Acesso em: 13 nov. 2024.

DEUZE, Mark. O jornalismo e os novos meios de comunicação social. **Comunicação e Sociedade**, [S.l.], v. 9, n. 10, p. 15-37, 2006. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1212>. Acesso em: 10 nov. 2024.

FOLETTTO, Rafael; FIEPKE, Rejane; WILHELM, Eduarda. USOS DA INTERNET COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO E FONTE DE INFORMAÇÃO POR IDOSOS. **Contemporanea: Revista de Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 16, n. 2, p. 504-518, Mai./Ago. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v16i2.21504>. Acesso em: 12 nov. 2024.

IBGE. Portal do IBGE, 2024. Panorama do Censo 2022. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/index.html>. Acesso em: 5 nov. 2024.

KUSCHICK, Christa Liselote Berger Ramos; HAUSER, Vanessa. A crise do jornalismo: ecos e silêncios nas práticas e nas narrativas. **Revista Observatório**, Palmas, v. 1, n. 2, p. 117-135, Set./Dez., 2015. Disponível em: doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2015v1n2p117. Acesso em: 12 nov. 2024.

MINEIRO, Márcia. PESQUISA DE *SURVEY* E AMOSTRAGEM: APORTES TEÓRICOS ELEMENTARES. **Revista de Estudos em Educação e Diversidade**, [S.l.], v. 1, n. 2, p. 284-306, Out./Dez., 2020. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/reed/issue/view/589>. Acesso em: 10 nov. 2024.

MORIN, Edgar. **Introdução ao Pensamento Complexo**. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005, p. 107-109.

SCHLAUCHER, Bárbara Garrido de Paiva. **Telejornalismo e juventude na era da convergência midiática** *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 17., 2012, Ouro Preto. **Anais [...]**. Ouro Preto: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. Trabalho 1805-1. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/r33-1805-1.pdf>. Acesso: 25 set. 2024.

SILVA, Felipe Cazeiro da; SOUZA, Emilly Mel Fernandes de; BEZERRA, Marlos Alves. (Trans)tornando a norma cisgênera e seus derivados. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 27, n. 2, p. 1-12, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/1806-9584-2019v27n254397/40717>. Acesso em: 11 nov. 2024.

SOUZA, Jayane; AZEVÊDO, Sandra Raquew Dos Santos. Construção de Identidade e Jornalismo: análise e repercussão do Caso Alexandra Gurgel e Danilo Gentili. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 20., 2018, Juazeiro. **Anais [...]**. Juazeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2018. Trabalho 150-1. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2018/resumos/R62-0150-1.pdf>. Acesso em: 9 nov. 2024.

TRAQUINA, Nelson. **O poder do Jornalismo: Análise e textos da Teoria do Agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

VIDAL, Delcia Maria De Mattos. **Imprensa, jornalismo e interesse público: perspectivas de renovação – a notícia cidadã**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade de Brasília, p. 67-73, 2009. Disponível em: <http://>

www.realp.unb.br/jspui/handle/10482/5325?locale=es. Acesso em: 11 nov. 2024.

WINQUES, Kérley. **“Tem que ler até o fim?”: O consumo da grande reportagem multimídia pelas gerações X, Y e Z nas multtelas.** Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, p. 138-174. 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/169201/342308.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 25 set. 2024.

SOBRE O E-BOOK

Tipografia: Mrs Eaves, Adobe Garamond Pro

Publicação: Cegraf UFG
Câmpus Samambaia, Goiânia-
Goiás, Brasil. CEP 74690-900
Fone: (62) 3521-1358
<https://cegraf.ufg.br>