



Para citar este artículo: Immig, T. E., Wobeto, S., & Borelli, V. (2025). Rotinas jornalísticas e redes sociais: a cobertura do futebol feminino numa redação integrada. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 18(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.14300>

ROTINAS JORNALÍSTICAS E REDES SOCIAIS: A COBERTURA DO FUTEBOL FEMININO NUMA REDAÇÃO INTEGRADA

Rutinas periodísticas y redes sociales: cobertura del fútbol femenino en una redacción integrada

Journalistic Routines and Social Networks: Covering Women's Football in an Integrated Newsroom

Thais Eduarda Immig, Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

thais.immig@acad.ufsm.br

Samara Wobeto, Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

samara.wobeto@acad.ufsm.br

Viviane Borelli, Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

viviane.borelli@ufsm.br

Recebido: 15 de março de 2024

Aprovado: 28 de agosto de 2024

Data de pré-publicação: 23 de outubro de 2024

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar transformações nas rotinas jornalísticas de uma editoria esportiva numa redação integrada de um veículo de comunicação localizado em Porto Alegre (Rio Grande do Sul, Brasil). São discutidos conceitos que entrelaçam questões relativas ao jornalismo, ao futebol e ao gênero. A investigação foi realizada a partir de um estudo de caso (Braga, 2008; Yin, 2005) na editoria de esporte, especialmente com as responsáveis pela



cobertura do futebol feminino. Os procedimentos metodológicos foram a observação participante (Winkin, 1998; Angrosino, 2009), a elaboração de protocolos para a observação das rotinas produtivas e as entrevistas semiestruturadas (Duarte, 2012), técnica que foi usada para entrevistar duas jornalistas. Entre os resultados, figuram as transformações do jornalismo a partir da inserção de redes sociais midiáticas como estratégia para ampliar a circulação de informações. Além disso, observou-se que as jornalistas são reconhecidas pelos públicos que acompanham a cobertura do futebol feminino, ocorrendo protagonismo e atorização (Fausto Neto, 2012). A observação e a entrevista evidenciaram a precarização do trabalho jornalístico —seja na produção de conteúdo em distintos formatos, seja no fato de a produção ocorrer em horário posterior ao qual as jornalistas trabalham na redação—.

Palavras-chave: rotinas jornalísticas; redação integrada; redes sociais; futebol feminino.

RESUMEN

El objetivo del artículo es analizar las transformaciones en las rutinas periodísticas de un editor deportivo en una redacción integrada de un vehículo de comunicación ubicado en Porto Alegre (Rio Grande do Sul, Brasil). Se discuten conceptos que entrelazan cuestiones relativas al periodismo, al fútbol y al género. La investigación se realizó a partir de un estudio de caso (Braga, 2008; Yin, 2005) en la redacción de deportes, especialmente con los responsables de la cobertura del fútbol femenino. Los procedimientos metodológicos fueron: la observación participante (Winkin, 1998; Angrosino, 2009), el desarrollo de protocolos de observación de rutinas de producción y las entrevistas semiestruturadas (Duarte, 2012), técnica que se utilizó para entrevistar a dos periodistas. Entre los resultados se encuentran las transformaciones en el periodismo tras la inserción de las redes sociales como estrategia para ampliar la circulación de información. Además, se observó que los periodistas son reconocidos por el público que sigue la cobertura del fútbol femenino, lo que genera protagonismo y actuación (Fausto Neto, 2012). La observación y la entrevista resaltaron la precariedad del trabajo periodístico, ya sea en la producción de contenidos en diferentes formatos o porque la producción ocurre en un momento posterior al que los periodistas trabajan en la sala de redacción.

Palabras clave: rutinas periodísticas; escritura integrada; redes sociales; fútbol femenino.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the changes in the journalistic routines of a sports editor in an Integrated Newsroom of a communication vehicle located in Porto Alegre (Rio Grande do Sul, Brazil). Concepts linking issues related to journalism, football and gender are discussed. The research was carried out based on a case study (Braga, 2008; Yin, 2005) in the sports newsroom, particularly involving those responsible for covering women's football. The methodological procedures were as follows: participant observation (Winkin, 1998; Angrosino, 2009), the development of observation protocols for production routines and semi-structured interviews (Duarte, 2012). The latter technique



was used to interview two journalists. Results include journalism changes after introduction of social networks as a strategy to expand the circulation of information. Furthermore, it was observed that journalists are recognized by the public that follows the women's football coverage, thus generating prominence and action (Fausto Neto, 2012). The observation and interview highlighted the precariousness of journalistic work, whether for producing content in various formats or because production occurs after the journalists work in the newsroom.

Keywords: Journalistic routines; integrated writing; social networks; women's football.

O Brasil vence o Panamá na estreia da Copa do Mundo Feminina de 2023, com *hat-trick*¹ de Ary Borges e um gol de Bia Zanerato. O fato, que tem valor-notícia, é repercutido de diferentes formas: em uma matéria para o site, a partir de uma reportagem em vídeo com os melhores momentos para o telejornal ou em um boletim para a rádio. Também pode virar pauta para distintos perfis em redes sociais midiáticas, com um *reels* para o Instagram, uma *trend* no TikTok sobre atletas que fizeram *hat-trick* em copas do mundo e, ainda, ser pauta em um *podcast* que debate os principais acontecimentos do mundo esportivo daquele determinado dia ou semana. São inúmeras possibilidades. O acontecimento não se restringe mais aos chamados “meios tradicionais massivos”, como impresso, radiofônico e televisivo, mas ganha novos contornos, especialmente a partir das redes sociais. Ou ainda é comum que um mesmo profissional seja responsável pela produção de conteúdo em diferentes formatos.

O cenário descrito acima exemplifica funções exercidas nas rotinas de uma redação integrada. Para autores como Christofolletti (2019) e Souza (2018), a integração das redações é usualmente justificada como iniciativa de reestruturação para agregar conhecimento e experiência para os profissionais e, principalmente, como forma de oferecer às audiências conteúdos inovadores e de qualidade. Contudo, esse modo de atuação e organização está, também, aliado à necessidade de transformação e renovação do jornalismo ante a crise que é vivida pelas empresas de comunicação, como será desdobrado a seguir. Assim, nas redações, a reestruturação é geral, os sistemas de dados e os bancos de informação são interligados e, com isso, a pesquisa e a apuração mudam de ritmo, de forma e de estrutura. Muitas funções desaparecem, como problematiza Fígaro (2015, p. 31). A figura do pauteiro, por exemplo, era comum no quadro de perfis profissionais do jornalismo e hoje já não existe: são os próprios jornalistas e editores que pensam e planejam as pautas. Esse elemento também indica a centralização de funções em um mesmo profissional, que antes eram divididas de melhor forma entre mais pessoas.

1 Termo utilizado para se referir a três gols marcados por um mesmo jogador ou jogadora em uma partida de futebol.



Nessas transformações da profissão, o jornalismo esportivo, por exemplo, deixou de ser restrito aos jornais impressos, revistas, emissoras de rádio e de televisão, ganhando infinitas possibilidades na internet (Ritter, 2021). Surgiram canais de notícias on-line, webrádios especializadas, canais no YouTube, programas de mesa redonda com transmissões em *lives* nas redes sociais midiáticas (Cátedra Carlon, 2021), coberturas fotográficas no Instagram e agências de notícias esportivas. E, mais do que isso, a ascensão do conteúdo produzido para a internet introduziu novos formatos aos veículos de comunicação tradicionais, já que parte dos públicos se encontra nas plataformas digitais (Van Dijck et al., 2018), não mais reféns da grade fechada de uma rádio ou das páginas do jornal impresso.

Considerando essa perspectiva, o objetivo deste artigo é analisar as transformações nas rotinas jornalísticas da editoria esportiva em uma redação integrada —especialmente acerca da crescente ampliação de plataformas digitais, da inserção de perfis em redes sociais midiáticas e da atuação de jornalistas nesse cenário—. Para isso, optou-se por estudar a cobertura do futebol feminino realizado por um veículo jornalístico brasileiro² localizado no Rio Grande do Sul.

A escolha do objeto inspirou-se no entendimento da comunicação como disciplina indiciária (Braga, 2008). O autor defende que, “apesar da proximidade com o concreto, o indiciário não corresponde a privilegiar exclusivamente o empírico” (Braga, 2008, p. 78). Para ele, a pesquisa na área da comunicação implica a aproximação com o campo para não apenas colher e descrever indícios, mas também para extrair pistas e fazer inferências a partir dele. Assim, antes de construir a problemática de pesquisa, houve observação preliminar de coberturas de competições femininas da editoria esportiva de um veículo de comunicação do estado do Rio Grande do Sul. Nessa aproximação com o objeto, notou-se que as práticas jornalísticas não estavam centradas apenas no exercício jornalístico e na hierarquização das editorias, visto que havia um protagonismo muito forte das jornalistas. Nesse contato inicial, também se observou que era crescente a inserção de redes sociais midiáticas na tematização do esporte feminino.

Diante disso, a questão-problema da pesquisa centrou-se em analisar as transformações nas rotinas jornalísticas, especialmente diante do impacto da inserção de redes sociais midiáticas na cobertura do futebol feminino numa redação integrada. O artigo integra investigação mais ampla, realizada para o trabalho de conclusão de curso em jornalismo, sobre a cobertura do futebol feminino no veículo jornalístico analisado, que foi defendida em dezembro de 2023.

O objeto foi escolhido por, atualmente, ser um dos únicos veículos brasileiros a ter uma página, dentro do site, dedicada ao esporte praticado por mulheres. Nesse espaço, denominado “Futebol feminino”, diversos assuntos são pautados —desde os tradicionais serviços de jogo até reportagens especiais—. Em meio às últimas notícias, dois aspectos iniciais chamam atenção: o maior número de matérias sobre a modalidade do futebol e a autoria centralizada, principalmente, em duas jornalistas. Logo, uma das características da iniciativa é a presença de jornalistas especializadas nesse tipo de cobertura.

2 Nesta pesquisa, optou-se pela escolha de referenciar a empresa e as jornalistas de forma anônima, com o princípio ético de anonimização dos dados da pesquisa para que tanto veículo quanto jornalistas não fossem identificados.



A temática foi escolhida pelo histórico milenar de violência e perseguição às mulheres na sociedade e que, décadas mais tarde, também se manifesta no cenário esportivo. O movimento de caça às bruxas, que iniciou no século 15, na Europa, com o pretexto de que as mulheres “que sabiam demais” estavam envolvidas com magia e, por isso, tornavam-se uma ameaça para a sociedade ainda vigora (Federici, 2019), mas em outros moldes. Naquele período, milhares de mulheres foram torturadas, presas ou queimadas em praça pública. Com o passar do tempo, outras formas de perseguição foram impostas a elas, como a proibição da prática esportiva em voga no Brasil por mais de 40 anos (1941-1972), as violências no ambiente de trabalho, o “não” ao divórcio e aos métodos contraceptivos, o julgamento pela saia curta demais ou a invisibilidade das mulheres nas mídias —seja no papel de fonte, seja na ocupação de jornalista—.

Aspectos que ainda permanecem fortes no cenário atual se refletem tanto no esporte (Bourdieu, 2003; Ritter, 2021; Franzini, 2022; Pisani, 2022) quanto no jornalismo (Veiga, 2014; Vasconcellos, 2021) e em suas interrelações (Bueno, 2018) na medida em que jornalistas mulheres sofrem violências e preconceitos ao realizar uma cobertura esportiva, em que há assédio às mulheres no esporte, em que há violência dentro e fora de campo. São pontos como estes que justificam, também, o estudo de questões que interseccionam o esporte, o gênero e o jornalismo.

Além disso, as transformações das rotinas jornalísticas com a inserção das redes sociais na cobertura esportiva —foco deste artigo— ganham destaque. Isso porque as plataformas têm se tornado fonte de informação a respeito da modalidade e espaço de visibilidade para mulheres —sejam elas jornalistas, sejam elas atletas—. Para compreender esse movimento, na revisão teórica, a partir de Couldry e Hepp (2020) e de Fausto Neto (2012), discorre-se sobre as processualidades da midiatização e implicações na sociedade e em práticas específicas, como o jornalismo. Além disso, discutem-se aspectos relativos à precarização do trabalho jornalístico, questão problematizada por Christofolletti (2019) e Vasconcellos (2021). A partir disso, busca-se entender como essas questões repercutem nas rotinas da editoria esportiva analisada neste trabalho.

Dessa maneira, as partes seguintes apresentam de forma mais aprofundada os objetivos e a metodologia utilizada na pesquisa. Em um primeiro momento, apresenta-se o aporte teórico da pesquisa, que encontra fôlego nas discussões sobre gênero (Beauvoir, 1949; Federici, 2019), esporte (Bourdieu, 2003; Bueno, 2018; Ritter, 2021; Pisani, 2022) e jornalismo (Veiga, 2014; Fígaro, 2015; Souza, 2018; Christofolletti, 2019), além da discussão das transformações e modernizações do jornalismo (Harvey, 2008; Fausto Neto, 2012; Fígaro, 2015; Souza, 2018; Christofolletti, 2019; Vasconcellos, 2021). Partindo da hipótese de que as plataformas digitais alteram as rotinas jornalísticas, como dito, foi realizada observação em uma redação integrada, a partir do acompanhamento das atividades relativas à cobertura esportiva. Para tal, a pesquisa se constitui em estudo de caso (Braga, 2008; Yin, 2005), cujos procedimentos metodológicos abrangeram observação participante (Winkin, 1998; Angrosino, 2009), realizada de forma presencial na editoria esportiva de uma redação integrada de 21 a 23 de agosto de 2023, elaboração de protocolos, entrevistas semiestruturadas (Duarte, 2012) e análise dos dados coletados. Por fim, apresentam-se as considerações finais que apontam para os resultados da análise, bem como reflexões a respeito das alterações nas rotinas jornalísticas, atuação de jornalistas e necessidade de inserção da cobertura nas plataformas digitais.



Gênero, esporte e jornalismo

Conforme a historiadora e pesquisadora feminista Silvia Federici (2019), a caça às bruxas não surgiu por acaso. Foi e ainda é uma mobilização focada em controlar todos os aspectos de ser mulher. Em sua obra *Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva* (Federici, 2019), a autora mostra que a figura da bruxa situa-se nessa discussão por simbolizar “um mundo de sujeitos femininos que o capitalismo precisou destruir: a herege, a curandeira, a esposa desobediente, a mulher que ousa viver só, e a mulher que envenenava a comida do senhor escravo e incitava os escravos à rebelião” (Federici, 2019, p. 24). Outras escritoras —como Simone de Beauvoir no livro *O segundo sexo*, publicado em 1949— também falam da perseguição imposta às mulheres nesse período. Para a autora, os mesmos homens que cultivavam a ideia da caça às bruxas alegando que, desse jeito, protegiam o mundo das forças do mal, percebiam a mulher apenas como dano colateral, que seria facilmente crucificada pelo menor dos atos e transformada na vilã universal. Assim, “o homem define a mulher não em si, mas relativamente a ele. Elas estão integradas na coletividade governada pelos homens e na qual ocupam um lugar de subordinadas” (Beauvoir, 1949, p. 363).

Apesar de 600 anos separarem a queima de mulheres na fogueira e os dias atuais, esse histórico de violências deixou marcas que podem ser observadas em alguns números. Em julho de 2023, o Fórum Brasileiro de Segurança Pública publicou o *Anuário Brasileiro de Segurança Pública de 2023*, que traz dados atualizados sobre o quadro de violência no país. Segundo o Anuário, 2022 foi o ano que teve mais casos de estupro registrados desde o início da produção do documento, em 2011. Foram, em média, 205 estupros por dia, totalizando 74 930 vítimas. Os feminicídios também tiveram aumento de registros entre 2021 e 2022, sendo de 6,1 %, ao passo que as tentativas de feminicídios aumentaram em 16,9 %. Entre os casos de violência doméstica, o número cresceu de 237 659 em 2021 para 245 713 em 2022.

Parte desses casos de violência contra a mulher podem ser relacionados com o esporte. Isso porque, em 2022, o número de registros de boletins de ocorrência de ameaça contra mulheres sobe 23,7 % em dias de jogos no campeonato brasileiro.³ Apesar de o dado não sugerir que a causa da violência seja o futebol, aponta-se como os jogos podem funcionar como catalisadores das desigualdades de poder entre homens e mulheres, ao interagirem com valores ligados à masculinidade, à competitividade, à rivalidade, à hostilidade, ao pertencimento, à virilidade e, por vezes, à frustração, em especial quando o time tem resultados negativos.

Assim, não é à toa que, historicamente, o esporte se constituiu em espaço para as demonstrações de proezas físicas (Bueno, 2018) que asseguravam a permanência no grupo de verdadeiros homens (Bourdieu, 2003). Por esse motivo, as mulheres sempre seguiram à margem da participação do esporte em si. Até o ano de 1920, quando mencionadas nas crônicas esportivas e nas colunas sociais, as mulheres apareciam como meras espectadoras que traziam beleza e charme para as arquibancadas (Pisani, 2022).⁴ Quando se inserem no jogo e ganham certo espaço

3 A pesquisa foi realizada pelo Instituto Avon em parceria com o Fórum Brasileiro de Segurança Pública. O levantamento foi feito com dados de Rio de Janeiro, Porto Alegre, Salvador e Belo Horizonte. <https://forumseguranca.org.br/publicacoes/anuario-brasileiro-de-seguranca-publica/>. Acesso em: 11 out. 2023.

4 Um exemplo em produções audiovisuais são as *cherleaders* (animadoras de torcida), geralmente meninas que vestem uniformes e atuam em jogos de esportes variados, na maioria das vezes, praticados por homens.



nas modalidades, são perseguidas. Um marco é o Decreto-Lei 3199, de abril de 1941. Sob o pretexto de preservar a saúde reprodutiva das mulheres, o Conselho Nacional de Desportos (CND) decretou que alguns esportes não seriam compatíveis com a natureza feminina. Acreditava-se que o futebol, por exemplo, colocaria em risco a integridade física das mulheres brasileiras.

Conforme Franzini (2022), a proibição só veio a ser revogada na década de 1980 e se fez acompanhar da criação de departamentos de futebol feminino em vários clubes do país, bem como do surgimento de equipes como a do Radar, do Rio de Janeiro. Mesmo assim, segundo o autor, as dificuldades culturais e materiais persistiram, fazendo com que a prática ora se expandisse, ora entrasse em refluxo. Tanto que nem a conquista do quarto lugar nas Olimpíadas de Atlanta (1996) e de Sydney (2000) ou a medalha de bronze na Copa do Mundo de 1999 por parte da seleção brasileira feminina bastaram para fixar uma estrutura que guardasse alguma semelhança com a do masculino.

A inserção tardia das mulheres no esporte não se limitou apenas ao campo ou às quadras, mas também pôde ser percebido no jornalismo. Para Márcia Veiga (2014), o gênero do jornalismo é masculino. A autora ressalta a diferença entre as pautas repassadas para homens e mulheres: “Na hierarquia das notícias, as principais matérias eram as fortes, relacionadas ao investigativo, ao risco. Isto é, aos assuntos ‘sérios’. E para este tipo de notícia, os jornalistas propostos eram preferencialmente os do sexo masculino” (Veiga, 2014, p. 254). De acordo com Veiga (2014), cada pauta corresponde a certo perfil predeterminado. Ou seja, “as adjetivações das notícias em forte/leve, risco/cuidado, quente/morna, etc., revelavam consonância com atributos convencionais ao gênero masculino/feminino” (Veiga, 2014, p. 244).

Dados do estudo *Mulheres e liderança na mídia: evidências de 12 mercados*, elaborado pelo Instituto Reuters, em 2023, revelam que a desigualdade se manifesta, também, em cargos de liderança. A pesquisa aponta que, no Brasil, apesar de as mulheres representarem quase 50% da categoria, apenas 13% ocupam cargos de chefia nas redações. Como consequência, o jornalismo esportivo por muito tempo também foi o jornalismo masculino. Isso porque, conforme Byerly e Ross (2008), houve a ausência ou marginalização das mulheres em cargos de alto escalão ou em assuntos considerados do “universo masculino”, como esporte, política e economia. Até os anos 1960, de acordo com Abreu e Rocha (2006), as mulheres ocupavam espaços que confirmavam o seu papel feminino, como seções de moda, culinária, comportamento feminino e demais assuntos voltados exclusivamente a outras mulheres. Os assuntos “sérios” ou os cargos de poder eram reservados aos homens. Foi apenas em 1972 que uma mulher ocupou espaço de liderança em um veículo jornalístico. Trata-se de Betsy Wade,⁵ primeira chefe da editoria internacional do *New York Times* (2020).⁶

5 Betsy chegou ao jornal americano depois de ter sido demitida do *The New York Herald Tribune* por estar grávida. No *New York Times* (2020), ela começou a trabalhar no jornal em 1º de outubro de 1956. <https://www.nytimes.com/2020/12/03/business/media/betsy-wade-dead.html>. Acesso em: 28 nov. 2023.

6 A inserção tardia de mulheres em cargos de lideranças em veículos jornalísticos reflete realidade ainda presente no cenário atual. De acordo com um relatório sobre o perfil do jornalista brasileiro em 2021, realizado pela Federação Nacional dos Jornalistas, as mulheres representam 58% dos jornalistas. Porém, ao olhar para os cargos de liderança nos veículos, esse cenário não se repete: apenas 13% dos cargos de chefia nas redações são ocupados por jornalistas do gênero feminino. O dado é do estudo *Mulheres e liderança na mídia: evidências de 12 mercados*, elaborado pelo Instituto Reuters. Portanto,



Assim, a inserção feminina no jornalismo esportivo enfrenta essa marginalização citada por Abreu e Rocha (2006) em dobro, por estar em dois campos considerados originalmente masculinos: o jornalismo e o esporte. Curiosamente, somente na Era Vargas (1930-1945) —período em que o futebol feminino foi proibido no país—, as mulheres conquistaram o direito de ingressar em escolas técnicas e universidades, além da conquista do direito ao voto. No âmbito da imprensa, eram contratadas por serem mão de obra barata e, geralmente, direcionadas para editorias jornalísticas que abordavam temas vistos como “femininos”, por exemplo, moda, casa, família e culinária —o que vai ao encontro dos resultados da pesquisa de Veiga (2014). Já nos anos 1970 surgiu a chamada “Rádio mulher”— pioneira por ter uma equipe formada totalmente por mulheres, desde a motorista até as técnicas de som e as locutoras. A iniciativa ainda tinha programas que traziam comentários futebolísticos com um formato mais informal.

A partir desse entendimento, o papel do jornalista entra em jogo quando pensamos no processo de criação das notícias e, em consequência, na construção da realidade. Eles são fundamentais para “a compreensão dos valores circulantes em uma sociedade e, mais do que isso, permeiam a formação de uma normatividade” (Veiga, 2014, p. 68). Portanto, a visão de mundo dos e das jornalistas é norteador ao pensar naquilo que é produzido nos veículos jornalísticos. Logo, é importante que esses perfis sejam plurais para que os sentidos não se restrinjam apenas a um determinado ponto de vista sobre a realidade.

As transformações do jornalismo

O ponto inicial desta discussão está no entendimento de que o jornalismo sofre transformações —no que diz respeito a formatos e distribuição— apesar das tradicionais etapas de produção, como apuração, redação, edição e publicação, que permanecem como centrais durante décadas. Para entender esse movimento, recorreremos à midiatização —um conceito que, segundo Andreas Hepp e Nick Couldry (2020), nos permite compreender como, com o passar do tempo, “as consequências dos múltiplos processos de comunicação tem se modificado com o surgimento dos diferentes tipos de mídias e dos diferentes tipos de relação entre as mídias” (Couldry & Hepp, 2020, p. 55)—. Ou seja, o que se propõe é um olhar para transformações na mídia e na sociedade de forma conjunta, como algo que não pode ser visto de forma isolada.

Para compreender as mudanças no ambiente das mídias ao longo das décadas, os autores pensam a midiatização a partir de quatro ondas: a mecanização, a eletrificação, a digitalização e a datificação. Seguindo a conceituação de Couldry e Hepp (2020), a mecanização dos meios de comunicação pode ser rastreada até a invenção da prensa tipográfica, inicialmente baseada em formas ainda mais antigas de manipulação dos documentos escritos e seguida pela crescente industrialização dos processos de comunicação, resultando no que chamamos “mídia de massa impressa”. Segunda, temos a eletrificação dos meios de comunicação —que começa principalmente com o telégrafo eletrônico e culmina com a chegada dos vários meios de transmissão—. A terceira onda é a digitalização, diretamente relacionada ao computador, à internet e a uma vida cotidiana cada vez mais atrelada aos vários

essas pesquisas alertam para a desigualdade de gênero nos cargos de liderança. Assim, ocupar não tem significado as mesmas oportunidades em um cenário que compara a inserção de homens e mulheres no jornalismo.



meios digitais. Os autores também citam uma quarta onda, chamada “datificação”, em que os dados oriundos das redes sociais, por exemplo, estão presentes no cotidiano. Esse período também se caracteriza pelos algoritmos que interferem no campo jornalístico, como colocam Van Dijck et al. (2018) ao abordarem a plataformação das notícias. Para eles, as notícias foram transformadas por meio do desenvolvimento das plataformas no final dos anos 1990. “Esta é efetivamente uma história de ‘separação’ e ‘recombinação’ de conteúdo de notícias, audiências e publicidade. É importante traçar essa história para entender como o ecossistema noticioso contemporâneo se constitui por meio de diversas plataformas” (Van Dijck et al., 2018, p. 51). Logo, cada uma dessas plataformas apresentou diferentes desafios e oportunidades aos veículos jornalísticos no que diz respeito ao alcance da publicação e à geração de receita.

Portanto, as plataformas digitais, como as redes sociais midiáticas, alteram não só o cotidiano da sociedade —a partir de interações possibilitadas pelas redes ou pela adesão de robôs assistentes—, mas também a produção e a prática jornalísticas. Para que a informação encontre o leitor, ouvinte e/ou telespectador, o jornalismo transforma-se: desde a elaboração de portais de notícias e a criação de perfis em diferentes redes sociais midiáticas até a elaboração de aplicativos que acompanham a sociedade imersa num processo de midiatização profunda (Couldry & Hepp, 2020). Mais do que replicar matérias presentes tradicionalmente nas páginas do jornal impresso, os veículos também fazem uso das ferramentas próprias desses meios, como reportagens multimídias, *podcasts* e conteúdos específicos para perfis em redes sociais midiáticas. Assim, “a onda de digitalização não foi apenas uma questão das chamadas ‘novas’ mídias. ‘Velhas’ mídias impressas e eletrônicas também se tornaram cada vez mais digitais” (Couldry & Hepp, 2020, p. 73).

A partir disso, Fausto Neto (2012) percebe que a midiatização não impacta apenas as estruturas de comunicação midiática, mas também toda a sociedade na medida em que um intenso processo de transformação de tecnologias em meios afeta —ainda que de modo distinto— todas as práticas sociais. No jornalismo, o autor verifica “uma imensa e profunda mutação que afeta os ambientes jornalísticos, mexendo em suas rotinas, nas suas práticas discursivas, nos seus instrumentos e métodos de trabalho” (Fausto Neto, 2012, p. 266). Assim, as rotinas são afetadas na medida em que novos formatos exigem dos jornalistas maior envolvimento em diferentes produções de conteúdo e sobretudo protagonismo, fenômeno que o autor nomeia como “atorização”.

Mais do que isso, conforme Fígaro (2015), dos jornalistas brasileiros são exigidas habilidades multimídia e adoção de novos critérios de noticiabilidade, baseados nas métricas das plataformas de difusão dos conteúdos —havendo cada vez menos tempo para pesquisa, checagem e reflexão—. Nesse contexto, o jornalismo em plataformas, a produção multimídia, profissionais multitarefas e as redações “enxugadas” foram alternativas adotadas para driblar as crises no jornalismo (Christofolletti, 2019). Estas, conforme Vasconcellos (2021), são pensadas a partir da noção de que o jornalismo passou e ainda passa por processos de crises, no plural. Uma delas, conforme a autora, refere-se a problemas financeiros que são comumente “resolvidos” com a demissão de profissionais, nesse caso, jornalistas. Conforme a autora, a solução é rápida, mas temporária, e ainda afeta o funcionamento de toda a redação, visto que, com menos profissionais trabalhando, as funções se acumulam —não há redução de conteúdo, ou seja, menos jornalistas precisam trabalhar mais para dar conta do trabalho que era realizado por colegas demitidos—. Outra solução foi a apropriação das plataformas para a produção de conteúdos jornalísticos (Vasconcellos, 2021). Ou seja, muitos veículos viram nas redes sociais “o melhor atalho para alcançar públicos impensáveis” (Christofolletti, 2019, p. 49).



Portanto, as redações integradas —pertencentes aos grandes conglomerados de mídia— protagonizam uma intensificação da situação de precarização do trabalho já em curso, evidente a partir desse cenário de transformações pelas quais o jornalismo vem passando (Harvey, 2008). Afinal, conforme pontua Figaro (2015), não é mais necessário —do ponto de vista financeiro— contratar 10 jornalistas se 5 conseguem trabalhar para o jornal impresso, para o site e para a rádio —mesmo que essa prática possa precarizar o trabalho desses profissionais—. Por isso, ao pontuar as transformações a partir da inserção das redes sociais nas rotinas jornalísticas, as crises no jornalismo aparecem como a causa e a precarização do trabalho como consequência desse movimento.

Além disso, o cenário das redações integradas também tem a ver, de acordo com Santos et al. (2019), com a convergência midiática, que impacta as transformações tecnológicas, modos de produzir e narrar, cujas fronteiras deixam de existir entre comunicações móveis e fixas. “As mudanças nas rotinas das redações é um movimento inevitável nas dinâmicas que procuram implementar a convergência não só de conteúdo mas também de processos” (Santos et al., 2019, p. 107). Os autores pontuam que essas mudanças trazem consequências na maneira de produção e comercialização dos conteúdos. Entre as formas de distribuição, as redes sociais, hoje, ocupam espaço central. “Por trás do noticiário, a expectativa em torno do retorno financeiro e o planejamento para a captação de audiências e para a modernização tecnológica preocupam os gestores e se tornam elementos fundamentais para a sobrevivência dos jornais” (Santos et al., 2019, p. 108). Por mais que as plataformas já tenham apresentado conflitos com relação à distribuição de conteúdos de páginas jornalísticas,⁷ são nesses espaços que veículos e jornalistas encontram maneiras mais dinâmicas e interativas de fazer o conteúdo chegar até o público.⁸

Procedimentos metodológicos

Como dito, o aporte teórico e metodológico desta pesquisa tem como base a coleta e reunião de indícios que vão auxiliar no entendimento das rotinas do veículo jornalístico analisado. Assim, o método do estudo de caso (Braga, 2008; Yin, 2005) nos oferece pistas para analisar as rotinas de produção jornalísticas, bem como a inserção das plataformas digitais na cobertura esportiva. Como define Robert Yin (2005), o estudo de caso se volta para indivíduos, grupos e situações particulares, com relação aos quais se faz uma indagação. Além disso, lida com “ampla variedade de evidências —documentos, artefatos, entrevistas e observação—” (Yin, 2005, p. 27).

Ainda segundo o autor, os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo “como” e “por que”. Questões essas que estão relacionadas ao objetivo da pesquisa: analisar as transformações nas rotinas jornalísticas na editoria esportiva em uma redação integrada. Assim, busca-se entender as particularidades dos fenômenos em seus contextos complexos, por isso foi o método considerado mais adequado

7 Em fevereiro de 2018, o jornal *Folha de S. Paulo* decidiu parar de postar no Facebook por conta de uma decisão da plataforma em diminuir a visibilidade de conteúdos jornalísticos, além de questões financeiras. Em 2021, no entanto, devido à mudança de política do Facebook para a restrição de *fake news* e discursos de ódio (*Poder 360*, 2021).

8 Em virtude do objetivo deste artigo, não exploraremos as nuances do conceito de convergência, mas esta se entende, aqui, como contexto de inserção de tecnologias nas redações jornalísticas, e como estas impactam nas maneiras de organização, gestão, produção e distribuição de produções jornalísticas.



para compreender o objeto de estudo deste trabalho. Definido o método do estudo de caso, a investigação teve os seguintes procedimentos metodológicos: elaboração de protocolos para a observação; observação participante diretamente na sede do veículo de comunicação; entrevistas semiestruturadas com duas jornalistas que trabalham na editoria esportiva;⁹ organização e análise do material coletado.

O estabelecimento de protocolos de observação e entrevista também esteve presente no percurso metodológico. Nessa etapa, elaboramos um guia para a ida a campo —a partir de informações já confirmadas como datas, autorização e identificação das jornalistas que fariam parte da pesquisa—. Os protocolos foram fundamentais para que mantivéssemos um padrão de observação na redação e de abordagem na entrevista. Eles foram necessários, já que não há metodologia ou técnica específica para a observação desse tipo de situação para a coleta de dados. Dessa forma, diariamente, o protocolo se repetiu: 1) explicação da rotina do dia pelas jornalistas; 2) acompanhamento das funções relacionadas à edição do site e à produção de diversos formatos; 3) observação participante; 4) entrevistas de acordo com a disponibilidade das jornalistas. Durante a observação, foram gravados áudios e conteúdos de bastidores para a monografia e para a produção acadêmica posterior. Todas as observações e anotações foram registradas à mão em um diário de campo. Após cada dia de observação, os apontamentos foram registrados em áudio para não perder as informações. Depois do período de observação, os áudios foram transcritos e organizados para análise e escrita da monografia.

A observação (Winkin, 1998; Angrosino, 2009; Peruzzo, 2005) foi realizada de forma presencial na editoria esportiva de uma redação integrada, de um veículo de comunicação do Rio Grande do Sul, de 21 a 23 de agosto de 2023. A observação se deu a partir do acompanhamento das rotinas de duas profissionais do veículo, denominadas, neste artigo, “Jornalistas A e B”. No período em que esta pesquisa foi realizada, a Jornalista A atuava com editoria do site e a B ocupava a função de produtora na rádio. Na companhia de outros 20 profissionais aproximadamente, elas compõem a editoria esportiva do veículo jornalístico. Apesar do número expressivo de profissionais, as Jornalistas A e B eram, no período da observação, responsáveis pela cobertura do futebol feminino do veículo jornalístico analisado. Ambas são mulheres. Em um primeiro momento, elas explicaram, de forma geral, a rotina da redação e a dinâmica da editoria esportiva. Após, de acordo com a disponibilidade de cada uma, foi feito o acompanhamento das rotinas e elas também foram entrevistadas em 23 e 24 de agosto de 2023.

A observação no âmbito da pesquisa, conforme Michael Angrosino (2009), é um processo mais sistemático e formal do que aquele praticado no cotidiano. Portanto, “é o ato de perceber um fenômeno, muitas vezes com instrumentos, e registrá-lo com propósitos científicos” (Angrosino, 2009, p. 74). Ainda conforme o autor, é fundamentada na observação regular e repetida de pessoas ou situações, muitas vezes com a intenção de responder a alguma questão teórica.

Por isso, ao propormos observar as peculiaridades das rotinas jornalísticas, optamos pela realização da técnica de observação participante. Tendo sua origem na antropologia, figura como uma das modalidades da pesquisa participante e começa a causar impacto nos estudos de comunicação social na década de 1980, consistindo na inserção do pesquisador no ambiente natural de ocorrência do fenômeno pesquisado (Peruzzo, 2005). Assim, é

9 Ambas assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido, o qual autoriza o uso das informações para a pesquisa. Além disso, mantiveram-se os nomes anonimizados, em respeito à identidade das jornalistas.



uma técnica que proporciona a observação de fenômenos da realidade no lugar em que ocorre, além de possibilitar o contato próximo com o objeto de pesquisa e as reflexões que podem ser feitas *in loco*. É somente com a ida a campo que o observador pode tomar conhecimento dos comportamentos que esses atores sociais desenvolvem de acordo com as situações e com os contextos em que estão envolvidos (Martins, 2007).

Além da observação, foram realizadas entrevistas semiestruturadas. Esse modelo, conforme Jorge Duarte (2012), tem origem em uma matriz, ou seja, um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa. Assim, ela parte de questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa. Nesse modelo de entrevista, as perguntas têm origem no problema de pesquisa e buscam tratar da amplitude do tema, apresentando cada pergunta da forma mais aberta possível. Para esse artigo, foram utilizadas as respostas referentes a um dos eixos do roteiro de questões-guia: as rotinas.¹⁰ As entrevistas foram feitas presencialmente na redação e gravadas para posterior transcrição, filtragem e análise dos dados. Na sequência, apresentam-se a análise dos dados e a discussão dos resultados.

Análise e discussão dos resultados

A observação foi realizada entre os dias 21 e 24 de agosto de 2023, de forma presencial, no veículo jornalístico analisado. Nesta etapa do caminho metodológico, houve o acompanhamento da rotina das duas jornalistas responsáveis, atualmente, pela cobertura do futebol feminino —denominadas neste estudo “Jornalistas A e B”—. No período de observação, a Jornalista A atuava como editora do site e a Jornalista B ocupava a função de produtora na rádio. Na produção, ela agendava entrevistas e auxiliava nas transmissões esportivas, garantindo que tudo fosse ao ar e que as entradas dos repórteres —e de toda equipe— funcionassem de forma certa para que não ficasse um “buraco no ar” (Jornalista B, em entrevista, 2023). Ela também atua como repórter de torcida em alguns jogos e já foi plantão —função que consiste em trazer para a transmissão dados sobre o confronto, sobre os gols e sobre estatísticas—. “É um trabalho [o de plantão] mais minucioso em relação a números e informações sobre uma partida, então, é diferente do que ser repórter, comentar ou narrar” (Jornalista B, em entrevista, 2023). Entre as atribuições dela também está a produção de conteúdo para o site e impresso —desde matérias mais factuais até reportagens especiais—.

E essa parte aqui [produção de matérias] entra também meu trabalho com relação à cobertura do futebol feminino. *A gente produz matérias e faz um acompanhamento dos departamentos femininos*. Claro que no masculino é mais setorizado, não acompanhamos o treino, por exemplo, mas *pautamos a rotina dos clubes, assuntos relacionados a lesões ou a conquista de atletas*. Já na Rádio, eu tenho a missão de trazer esse conteúdo a partir de entradas ao vivo. Assim, a gente procura levar o dia a dia do que está rolando no futebol feminino. (Jornalista B em entrevista, 2023, grifo das autoras)

10 Ao todo, a entrevista semiestruturada contemplou oito eixos: 1) rotinas; 2) planejamento; 3) elas em diferentes formatos; 4) relação com as atletas; 5) “briga pra ter”; 6) trajetória das gu;* 7) o choro, a teimosia e o reconhecimento e 8) futuro da cobertura. * Gu é uma expressão comumente usada no Rio Grande do Sul como abreviatura da palavra ‘gurias’, palavra do linguajar gaúcho usada para se referir a meninas e mulheres de maneira geral.



Já o trabalho da jornalista A, enquanto editora do site, está relacionado principalmente à publicação e edição de matérias ou colunas, além da organização das pautas do dia —uma espécie de lista de tarefas atribuídas a cada repórter e que geralmente são feitas por algum editor—. Paralelo a isso, também atua nas mais diversas tarefas relacionadas à cobertura do futebol feminino, que incluem apuração de pautas, acompanhamento de jogos, entradas na rádio e produção de conteúdo para as redes sociais midiáticas. Sobre a rotina, ela explica que: “[...] *não tem ninguém* [no veículo jornalístico] *que é voltado apenas para o futebol feminino*. Então, as pessoas que controlam e que produzem conteúdo a respeito disso somos eu e a [jornalista B], mas a gente vai adaptando isso a nossa rotina, né?” (Jornalista A, em entrevista, 2023, grifo das autoras).

Por conta de suas funções na produção e na edição do site, a cobertura do esporte feminino não configura a única função na editoria. No primeiro dia de observação, a recepção aconteceu por parte da jornalista A. Nesse momento, ela apresentou a redação integrada, a editoria esportiva e, por consequência, sua rotina. No primeiro momento, essa centralidade da cobertura do futebol feminino nas Jornalistas A e B chama a atenção.

Outra peculiaridade das rotinas é quanto à preocupação com outros formatos, como o rádio e os vídeos para as redes sociais. No primeiro dia acompanhando a rotina na editoria esportiva, a jornalista A também preparou uma entrada ao vivo na rádio da emissora. Após a entrada ao vivo, as demandas com relação ao futebol feminino se misturam às tarefas gerais da editoria. Ela explica que vai dando andamento às pautas de esporte feminino na medida em que vai cumprindo as tarefas como editora do site —que incluem, principalmente, a edição e publicação de matérias ou colunas que chegam por *e-mail*—.

Isso também acontece com a Jornalista B, mas como produtora: a dedicação não é exclusiva para a modalidade. “Precisa encaixar com outras demandas” (Jornalista B, durante a observação, 2023). Por vezes, a cobertura do futebol feminino acontece fora do horário de trabalho —geralmente no cenário em que assistem aos jogos *in loco* e fazem matéria para o site ou para o jornal impresso—.

Apesar da dedicação das jornalistas na cobertura do futebol feminino, em nenhum dos dias em que a observação foi realizada, as oito horas de trabalho foram preenchidas somente com demandas relacionadas a essa pauta. Elas explicaram que é muito raro que o foco seja exclusivamente o esporte feminino. Já aconteceu, mas em competições específicas como a Copa do Mundo Feminina e a final do Brasileirão,¹¹ quando viajaram para São Paulo.

“Um dia que eu saí da minha rotina porque o jornal queria uma matéria especial com atleta X e Y, então, não tinha como encaixar durante o dia. E precisa ter esse entendimento dos gestores. *Se eles querem algo muito maior do que aquilo que estamos produzindo, precisamos de tempo. Eu não consigo estar editando uma matéria aqui e fazendo uma entrevista ao mesmo tempo*” (Jornalista A, em entrevista, 2023, grifo das autoras).

Durante o estudo de caso, observou-se que o esporte feminino não está presente apenas no site, no jornal impresso ou nos programas esportivos da grade do veículo analisado, mas também em conteúdos para redes sociais midiáticas —como o resumo da rodada das competições feito em formato de *reels* para o Instagram, os conteúdos em formato de *podcast* e *lives* pelo YouTube em determinadas coberturas, como a Libertadores e a Copa do Mundo Feminina—. Na entrevista, quando questionadas sobre o assunto, as jornalistas contaram que

11 O Brasileirão é, popularmente, a forma como se denomina o Campeonato Brasileiro Feminino, principal competição nacional de futebol.



o planejamento para o uso de cada formato acontece antes do início das competições —momento em que ambas se reúnem para pensar como será realizada a cobertura de determinado evento—.

Já com relação à escolha de trabalhar com diferentes formatos, a Jornalista B ressaltou que existe a preocupação de inserir a pauta do futebol feminino nas redes sociais midiáticas, por exemplo, por acreditarem que elas sejam um espaço de fomento à modalidade. Assim, é um aspecto que sempre entra em discussão no planejamento, seja qual for a competição. Nos dias em que a observação foi realizada na redação, pôde-se acompanhar a gravação dos vídeos para o Instagram que faziam um resumo da rodada do Gauchão Feminino —competição em andamento naquele momento—. Esses vídeos tinham o objetivo de abordar, em poucos minutos, um compilado de informações sobre a competição.

Eu acho que as redes sociais sempre foram uma fonte de informação em relação ao futebol feminino. *Os espaços nos grandes veículos existem, mas muitas vezes muito pequenos. Então, a rede social sempre foi um fórum de discussão no futebol feminino.* Hoje, a discussão, as opiniões e o compartilhamento de informações no futebol feminino é ainda maior porque existem também canais que não estão nas grandes mídias, mas que estão nas redes sociais e que estão acompanhando. Então, existe sim [a preocupação de fazer conteúdo nesse formato]. (Jornalista B, em entrevista, 2023, grifo das autoras)

A escolha por diferentes formatos passa pela liberdade que as jornalistas têm quanto à criação de conteúdo e pelo apoio das “gurias das redes” —como chamam as jornalistas que se dedicam a conteúdos para as plataformas e redes sociais midiáticas na editoria—. “A gente faz o planejamento e elas também ajudam com as ideias. Às vezes sugerem ‘ah, essa matéria aqui que vocês fizeram rende um vídeo para as redes sociais’” (Jornalista A, em entrevista, 2023). Já em conteúdos para o site e para o rádio, por exemplo, elas têm maior abertura por atuarem diretamente na edição e na produção do veículo. Portanto, “é muito difícil que a gente tenha uma pauta muito ‘cabeluda’ que a gente precise passar pela chefia a ponto de ser barrada” —comenta a Jornalista A—.

Além disso, as jornalistas informaram que as redes sociais midiáticas também cumprem papel importante com relação à interação com o público e até mesmo com as atletas. Além do relato em entrevista, pôde-se observar os *feedbacks* e opiniões que chegam pelo Instagram e pelo X (antigo Twitter), por exemplo, bem como as sugestões de pauta e o acompanhamento da rotina das atletas. A Jornalista B afirmou, inclusive, que é comum a interação com os clubes e as profissionais especialmente em casos de negociação ou recuperação de algum atleta. Assim, as redes sociais midiáticas “também têm esse papel de trazer a informação” (Jornalista B, em entrevista, 2023). No primeiro dia de observação, uma das anotações do diário de campo diz respeito a isso: a jornalista A, enquanto falava sobre a rotina na editoria, recebeu o questionamento de uma seguidora sobre a ausência de uma jogadora de um time de Porto Alegre (que não havia aparecido nas fotos de treinamento daquela semana). Com isso, a jornalista foi apurar a informação recebida com a assessoria de imprensa, que confirmou desconforto muscular por parte da atleta —o que virou notícia naquele dia—. A jornalista A comentou que recebe muitas mensagens pelos perfis nas redes sociais midiáticas, pessoais e profissionais, porque acredita que as pessoas confiam nela.

Eu, por exemplo, recebo muita coisa em rede social do tipo “Tu viu que fulana foi para tal time?” “Tu viu que ciclana não apareceu nas fotos? Acho que está lesionada”. Geralmente eu dou uma olhada para ver se tem fundamento ou não. Então, vem muita coisa por rede social mesmo. Só tem que ter esse filtro para saber de onde vem. Já aconteceu comigo de vir de perfis fakes, sabe? Com nome estranho, sem foto, te mandar



alguma coisa. Daí aquilo eu nem vou atrás porque eu sei que é alguém querendo plantar algo para criar o caos. Mas geralmente algumas coisas que vem das mesmas pessoas sempre, eu vou atrás. *A gente tem esse contato próximo com o torcedor*, então eles têm essa abertura, digamos assim. (Jornalista A, em entrevista, 2023, grifo das autoras)

Elas também veem este como espaço de fomento ao futebol feminino e sentem que “é uma obrigação levar esse conteúdo para as redes sociais” (Jornalista A, em entrevista, 2023). Apesar de entregarem conteúdo para as redes sociais midiáticas, divulgarem o *podcast* que apresentam e compartilharem as matérias que publicam, ainda sentem que fazem pouco por conta do tempo e do excesso de trabalho.

A gente sempre fala, eu e a *Jornalista B*, “bah, precisamos gravar mais vídeo falando disso e daquilo”, mas a gente acaba não conseguindo por causa das demandas do dia. Eu geralmente tento carregar as minhas redes com algumas informações que não rendem matéria. O público recorde da rodada do Gauchão,¹² por exemplo, não vai render uma matéria dizendo que teve 300 pessoas no estádio, mas rende um *tweet*, entende? *É um dever nosso, sabe, as pessoas que estão seguindo querem ver o que que tá acontecendo em relação ao futebol feminino*. Então, acho que é meio que um dever nosso. (Jornalista A, em entrevista, 2023, grifo das autoras)

Dessa forma, percebe-se que as jornalistas sentem a necessidade de estar presente nas redes sociais. Esse fato evidencia a precarização do trabalho jornalístico (Fígaro, 2015), bem como as características da redação integrada apontadas por Vasconcellos (2021) que evidenciam as rotinas agitadas do dia a dia, o excesso de trabalho e o profissional multitarefa que precisa figurar em diferentes formatos.

As redes sociais sempre foram esse veículo, digamos assim, para a disseminação do futebol feminino. Eu confesso que preciso melhorar porque às vezes na correria do dia a dia eu não consigo parar para publicar algo mais completo. Mas, sempre que a gente pode, divulga as matérias assim que publica. Também durante as coberturas para mostrar onde estamos e trazer o que está acontecendo. *E a gente tenta não só divulgar o trabalho, mas também compartilhar informação, seja através de um link de uma matéria porque eu acho que nos ajuda muito na divulgação e também se tornam mais um canal de informação*. (Jornalista B, em entrevista, 2023, grifo das autoras)

Além dos conteúdos veiculados nos perfis das redes sociais midiáticas institucionais, as jornalistas também divulgam as pautas e produzem conteúdo nos perfis pessoais. Após postar uma matéria, por exemplo, a Jornalista A sempre compartilha o *link* e as fotos nos *stories* do Instagram e/ou posta no X/Twitter. A mesma rotina é feita pela Jornalista B, muito focada também na postagem de bastidores da cobertura e do trabalho na editoria esportiva.

Durante a entrevista, a Jornalista A conta que grava vídeos para o perfil pessoal e edita de forma amadora. Geralmente, esses conteúdos estão relacionados a informações básicas sobre as competições. “É um vídeo que não renderia para o *Instagram do Veículo Jornalístico*, mas eu acho que é importante, então, eu geralmente gravo, edito e publico. Mas não é algo que eu pare e pense em um planejamento. Acho que até podia ser algo que eu deveria pensar, mas a gente acaba não tendo tempo suficiente para cumprir todas as demandas nas redes sociais” (Jornalista A, em entrevista, 2023).

12 O “Gauchão” se refere ao Campeonato Estadual do Rio Grande do Sul.



Todos esses aspectos relacionados à produção e divulgação em diferentes formatos —registrados, especialmente no diário de campo— vão ao encontro de uma sociedade cada mais midiaticizada na qual as redes sociais midiáticas (Cátedra Carlon, 2021) alteram não só o cotidiano da sociedade, mas também a própria prática jornalística (Couldry & Hepp, 2020). Esse movimento de utilizar os perfis pessoais como prática recorrente nas rotinas das jornalistas, dentro ou fora da redação, remete à problemática abordada por Fausto Neto (2012), em que o jornalista sai da condição de mediador para a de ator no trabalho enunciativo. O autor pontua que o fenômeno da atorização leva em conta “a performance dos jornalistas, que os transforma em atores, segundo estratégias que os situam com especificidades, no âmbito da própria realidade produtora dos acontecimentos” (Fausto Neto, 2012, p. 260).

Exemplo mais antigo seria o reconhecimento de jornalistas que são, por exemplo, apresentadores de certos telejornais e a associação dos nomes e estilos dos jornalistas com a marca do próprio veículo. No caso analisado, as jornalistas, ao aparecer em *reels*, *stories* e demais formatos de redes sociais midiáticas, performam a própria imagem para a cobertura, que acaba se associando ao jornalismo esportivo e à própria cobertura do esporte feminino. Ao mesmo tempo que isso evidencia reconhecimento da figura das jornalistas associado ao seu trabalho, também remonta à precarização, visto que funções que não são originalmente das jornalistas são feitas por elas a fim de potencializar a cobertura do esporte feminino —cuja iniciativa é centrada nessas profissionais—.

Outro aspecto da análise inclina-se para a questão de gênero —que aparece entrelaçada com a precarização do trabalho—. Isso porque, a partir da observação e da entrevista, constatou-se que as jornalistas, mulheres, usam do seu tempo fora da redação para fomentar o futebol feminino ao produzir conteúdos para as redes sociais pessoais e divulgar conteúdos institucionais. Esse movimento acontece por entenderem, a partir de *feedback* de seguidores, que muitas pessoas buscam no perfil dessas jornalistas fonte de informação sobre a modalidade —para além dos conteúdos divulgados no veículo jornalístico—. Assim, são as mulheres, e não os homens, que precisam dispor de tempo para evidenciar o esporte praticado por mulheres —não só no espaço específico da editoria—.

Conclusões

A partir do que foi debatido neste artigo, considera-se o reconhecimento das transformações no jornalismo (Fausto Neto, 2012) como resultado desta pesquisa, visto que o estudo de caso, a observação e as entrevistas apontaram para a produção de conteúdos em diferentes formatos. Nesse caso, além das tradicionais matérias para o site e para o jornal impresso, a cobertura do futebol feminino inclui postagens ou vídeos para as redes sociais midiáticas, para boletins informativos para a rádio e para o *podcast*. Há entrelaçamento entre os formatos tradicionais e aqueles emergentes, que são mais recentes e que têm a característica tecnológica e digital. Cada vez mais esse tipo de conteúdo faz parte das rotinas jornalísticas e permeia diversos espaços como as plataformas e as redes sociais midiáticas —utilizadas para fazer a divulgação dos conteúdos, trazer curiosidades e complementar a informação—.

Para além do aspecto das redes sociais, a pesquisa —de forma mais ampla— aponta para uma dicotomia: de um lado, existe uma centralidade da cobertura de futebol feminino nas repórteres, ao mesmo tempo que as demandas relacionadas ao assunto não são prioridades na rotina jornalística —quando são, precisam ser conciliadas com outras funções da editoria esportiva—. Além disso, por conta dessa centralidade, o planejamento é realizado por elas, o que coloca nas jornalistas a responsabilidade de escolher o que se torna ou não pauta na cobertura. Essa responsabilidade e o acúmulo de funções —a partir de um planejamento realizado para diferentes plataformas—



vão ao encontro das características de uma redação integrada (Figaro, 2015; Vasconcellos, 2021) e denotam uma reflexão acerca da precarização do trabalho jornalístico a partir desses aspectos. A precarização ocorre especialmente pela falta de tempo das jornalistas, pelo acúmulo de tarefas nas rotinas e pela postagem de informações para além do horário cumprido na redação.

Ademais, percebemos que o jornalismo mudou ao longo do tempo não só no que diz respeito à produção de conteúdo, mas também à tematização de assuntos como esporte feminino, que, por muito tempo, foram invisibilizados. Aqui, é importante destacar que essa mudança na forma da cobertura não foi brusca. Ou seja, as mudanças no jornalismo não acontecem de uma hora para a outra. A compreensão da importância desse tipo de pauta e seu compromisso social é resultado de mudanças na sociedade, tensionadas por movimentos sociais de gênero que buscam igualdade entre homens e mulheres. Exemplos podem ser encontrados no compromisso com a visibilidade das atletas e da modalidade do futebol feminino.

Ainda reiteramos que a temática deste trabalho, que compreende o entrelaçamento entre gênero, esporte e jornalismo, deve ser objeto de mais estudos e pesquisas. Fazendo analogia ao futebol, o fim de jogo não significa o encerramento de um trabalho, mas o momento de pensar como fazer melhor, propor mudanças táticas necessárias e se preparar para o próximo adversário. Isso também acontece com a pesquisa. A partir dos resultados desta investigação, abre-se a possibilidade de pensar outros impactos da inserção das redes sociais na produção jornalística, como alcance, linguagem e consumo dessas informações. Além disso, a pesquisa também sugere futuros aprofundamentos em questões de gênero, violências dentro e fora de campo, bem como outros aspectos que envolvem a cobertura esportiva realizada por mulheres.

Referências

1. Abreu, A. A., & Rocha, D. (2006). *Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC*. Fundação Getúlio Vargas Editora.
2. Angrosino, M. (2009). *Etnografia e observação participante*. Artmed Editora.
3. *Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2023*. (2023). Fórum Brasileiro de Segurança Pública, (17). <https://publicacoes.forumseguranca.org.br/items/6b3e3a1b-3bd2-40f7-b280-7419c8eb3b39>
4. Beauvoir, S. (1949). *Segundo sexo* (vol. II). Gallimard.
5. Betsy wade, first woman to edit news at the times, dies at 91. (2020). *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/12/03/business/media/betsy-wade-dead.html>
6. Bourdieu, P. (2003). *A dominação masculina*. Bertrand Brasil.
7. Braga, J. L. (2008). Comunicação, disciplina indiciária. *MATRIZES*, 1(2), 73-88. <https://www.revistas.usp.br/matriz/es/article/view/38193>
8. Bueno, N. C. (2018). *A (in)visibilidade das mulheres em programas esportivos de tv: um estudo de casos no Brasil e em Portugal* [tese, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho]. https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=6403864
9. Byerly, C., & Ross, K. (2008). *Women and media: a critical introduction*. John Wiley & Sons.



10. Cátedra Carlon. (2021). A modo de glossário. Em *Semiótica de Redes*. Universidad de Buenos Aires. <https://semioticaderedes-carlon.com/2021/03/15/glosario/>
11. Christofolletti, R. (2019). *A crise do jornalismo tem solução?* Estação das Letras e Cores.
12. Couldry, N., & Hepp, A. (2020). *A construção mediada da realidade*. Editora Unisinos.
13. Duarte, J. (2012). Entrevista em profundidade. Em J. Duarte & A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (2ª ed., pp. 62-83). Editora Atlas S/A.
14. Fausto Neto, A. (2012). Transformações nos discursos jornalísticos: a atorização do acontecimento. Em M. Mouillaud & S. D. Porto (Orgs.), *O jornal: da forma ao sentido* (2ª ed. pp. 259-287). Editora da Universidade de Brasília.
15. Federici, S. (2019). *Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva*. Editora Elefante.
16. Figaro, R. (2015). Jornalismo e trabalho de jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI. *Revista Parágrafo*, 2(2), 23-37. <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/231/261>
17. Folha de S. Paulo volta a publicar no Facebook depois de mais de 3 anos. (2021). *Poder 360*. <https://www.poder360.com.br/midia/folha-de-s-paulo-volta-a-publicar-no-facebook-depois-de-mais-de-3-anos/>
18. Franzini, F. (2022). Futebol é “coisa para macho”? Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol. Em C. Kessler, L. Costa & M. Pisani (Orgs.), *As mulheres no universo do futebol brasileiro*. Editora Universidade Federal de Santa Maria.
19. Martins, M. N. (2007). *Sala de redação: um estudo etnográfico das dinâmicas e estratégias de enunciação dos debatedores* [monografia, Universidade Franciscana, Santa Maria].
20. Pisani, M. S. (2022). Gênero: um conceito útil para a análise esportiva e futebolística. Em C. Kessler, L. Costa & M. Pisani (Orgs.), *As mulheres no universo do futebol brasileiro*. Editora Universidade Federal de Santa Maria.
21. Ritter, E. (2021). Esporte. Em A. Zamin & R. Schwaab (Orgs.), *Tópicos em jornalismo: redação e reportagem* (pp. 281-286). Editora Insular. <https://insular.com.br/produto/topicos-em-jornalismo-redacao-e-reportagem/>
22. Santos, E., Lenzi, A., Medeiros, B., & Ghinea, G. (2019). Redações jornalísticas em contexto de convergência: um estudo comparativo exploratório no Brasil, na Costa Rica e da Inglaterra. *Revista Comunicação & Inovação*, 20(43), 102-124.
23. Souza, R. B. (2018). A dialética da crise do jornalismo: o sociometabolismo do capital e seus limites estruturais. *Revista Intercom*, 41(2), 55-69. <https://www.scielo.br/j/intercom/a/rGJZjZhrpPFHlnQQLN9CvXb/?lang=pt>
24. Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: public values in a connective world*. Oxford University Press.
25. Vasconcellos, F. C. (2021). *As crises do jornalismo no contexto digital brasileiro: um estudo sobre produção e imaginário* [tese, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul]. <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/9483>
26. Veiga, M. (2014). *Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias*. Editora Insular.
27. Winkin, Y. (1998). *A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo*. Papirus Editora.
28. Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (2ª ed). Bookman.