

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO

ALNILAM ORGA MARROQUIN

**INSERÇÃO DOS EGRESSOS DO CURSO DE JORNALISMO  
DA FABICO/UFRGS NO MERCADO DE TRABALHO**

PORTO ALEGRE

2020

ALNILAM ORGA MARROQUIN

**INSERÇÃO DOS EGRESSOS DO CURSO DE JORNALISMO  
DA FABICO/UFRGS NO MERCADO DE TRABALHO**

Trabalho de conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

**Orientador:** Prof. Dr. Marcelo Ruschel Träsel

PORTO ALEGRE

2020

## **UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Reitor: Prof. Dr. Carlos André Bulhões Mendes

Vice Reitora: Profa. Dra. Patricia Helena Lucas Pranke

## **FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

Diretora: Profa. Dra. Karla Maria Müller

Vice Diretor: Profa. Dra. Ilza Maria Tourinho Girardi

## **DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

Chefe: Profa. Dra. Enoí Dagô Liedke

Chefe Substituto: Prof. Dr. Marcelo Ruschel Träsel

## **COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE JORNALISMO**

Coordenador: Prof. Dr. Felipe Moura de Oliveira

Coordenador Substituto: Prof. Dr. Flávio Porcello

### **CIP - Catalogação na Publicação**

Marroquin, Alnilam Orga  
Inserção dos egressos do Curso de Jornalismo da  
Fabico/UFRGS no mercado de trabalho / Alnilam Orga  
Marroquin. -- 2020.  
83 f. f.  
Orientador: Marcelo Ruschel Träsel.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade  
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Jornalismo,  
Porto Alegre, BR-RS, 2020.

1. Jornalismo. 2. Egresso. 3. Mercado de trabalho.  
4. Jornalista. 5. UFRGS. I. Träsel, Marcelo Ruschel,  
orient. II. Título.

ALNILAM ORGA MARROQUIN  
INSERÇÃO DOS EGRESSOS DO CURSO DE JORNALISMO  
DA FABICO/UFRGS NO MERCADO DE TRABALHO

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Faculdade de Biblioteconomia  
e Comunicação da Universidade Federal do  
Rio Grande do Sul como requisito parcial à  
obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Aprovado em: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2020

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. Marcelo Ruschel Träsel – UFRGS  
Orientador

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marcia Benetti – UFRGS  
Orientadora

---

Prof. Dr. Felipe Moura de Oliveira – UFRGS  
Orientador

PORTO ALEGRE  
2020

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiro de tudo, à minha família, que me deu todas as condições para que eu pudesse estar aqui, me formando em uma universidade pública de excelência. Ao meu pai, minha mãe e meus dois irmãos, expresso aqui minha gratidão por sempre apoiarem meus caminhos tortuosos, mas desimpedidos.

Agradeço à UFRGS e a todas as experiências que tive nela, que me puseram em um rumo bem diferente do qual eu entrei trilhando. Que a universidade pública receba seu devido valor e possa se desvencilhar de quaisquer intervenções políticas externas para cumprir seu papel de formar cidadãos e profissionais completos, com a autonomia que lhe foi dada desde a redemocratização. Que a profissão do jornalista siga livre, sem amarras. Que assim seja, para que os profissionais de jornalismo formados por essa instituição possam transformar o mundo, se apropriando das ferramentas digitais e físicas que lhes forem pertinentes. Que os jornalistas percebam sempre o potencial transformador neles, passível de levá-los a desbravar qualquer área da comunicação e além.

## RESUMO

O objetivo principal deste trabalho é fornecer dados para refletir sobre a inserção do jornalista no mercado de trabalho. Para tal, aplicou-se um questionário a 271 egressas e egressos do curso de jornalismo da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (FABICO) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), formadas e formados entre 2014 e 2019. Como os profissionais egressos do curso de jornalismo da FABICO/UFRGS formados entre 2014 e 2019 estão inseridos no mercado de trabalho? Relacionamos, do início ao fim deste trabalho, o ensino formal de Jornalismo e a prática profissional do jornalista, tentando responder este anseio. Com 73 respostas válidas, verificou-se na amostra obtida que os jornalistas estão trabalhando majoritariamente em veículos de comunicação não jornalísticos, dentre outros resultados importantes para entender a inserção dos jornalistas no mercado de trabalho.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Egresso; Mercado de Trabalho; Jornalista; UFRGS.

## **ABSTRACT**

The main objective of this work is to provide data to think about the insertion of the journalist in the job market. To this end, a questionnaire was applied to 271 graduates of the journalism course at the Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) of the Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), whose graduation occurred between 2014 and 2019. How the professionals who graduated at the FABICO/UFRGS journalism course formed between 2014 and 2019 are inserted in the job market? From the beginning to the end of this work, the formal teaching of Journalism and the professional practice of the journalist are related, trying to answer this desire. With 73 valid responses, it was found in the sample obtained that journalists are working mostly in non-journalistic communication vehicles, among other important results to understand the insertion of journalists in the job market.

**Keywords:** Journalism; Graduate; Job Market; Journalist; UFRGS.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
1.1 UMA ESCOLHA BASEADA EM VIVÊNCIAS .....	13
<b>2 O PROFISSIONAL DE JORNALISMO</b> .....	<b>18</b>
2.2 O JORNALISTA BRASILEIRO NO SÉCULO XX .....	20
2.3 O JORNALISTA BRASILEIRO NO SÉCULO XXI .....	24
<b>3 O ENSINO DO JORNALISMO</b> .....	<b>28</b>
3.2 NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES .....	29
3.3 PRÁTICAS DE ENSINO DO JORNALISMO ONLINE.....	30
<b>4 METODOLOGIA DA PESQUISA.....</b>	<b>32</b>
<b>5 INSERÇÃO DOS EGRESSOS DO CURSO DE JORNALISMO DA FABICO/UFRGS NO MERCADO DE TRABALHO.....</b>	<b>38</b>
5.2 SEÇÃO IDENTIFICAÇÃO GERAL .....	41
5.2.1 Ano de conclusão do curso .....	41
5.2.2 Identificação de gênero.....	42
5.2.3 Categoria racial.....	42
5.3 SEÇÃO ENSINO FORMAL E MERCADO DE TRABALHO .....	43
5.3.1 Grau de instrução formal .....	43
5.3.2 Classificação de situação empregatícia .....	44
5.4 SEÇÃO ÚLTIMA EXPERIÊNCIA DE TRABALHO .....	45
5.4.1 Situação de desemprego ou desalento é consequência da Covid-19? .....	45
5.4.2 Nome da empresa e cargo exercido .....	45
5.4.3 Relação da função com o jornalismo .....	46
5.5 SEÇÃO TRABALHO ATUAL.....	47
5.5.1 Classificação do vínculo empregatício .....	47
5.5.2 Nome da empresa e cargo exercido .....	47
5.5.3 Relação da função com o Jornalismo .....	50
5.6 SEÇÃO ATIVIDADES EXECUTADAS E RELAÇÃO COM A FORMAÇÃO EM JORNALISMO .....	51
5.6.1 Atividades executadas no desenvolvimento do trabalho .....	52
5.6.2 Importância da formação acadêmica.....	55
5.6.3 Se quiser, descreva o porquê da última resposta, e qual área de conhecimento, ou cadeira disciplinar, mais contribuiu para isso: .....	56
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>59</b>
<b>7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>62</b>

<b>APÊNDICE A – QUADRO COM RELAÇÃO ENTRE A NOTA DA QUESTÃO 5.6.2 E A RESPOSTA DISSERTATIVA DA QUESTÃO 5.6.3 .....</b>	<b>66</b>
<b>APÊNDICE B – QUADRO COM MENSAGENS ENVIADAS PARA OS EGRESSOS DE JORNALISMO DA FABICO/UFRGS .....</b>	<b>70</b>
<b>APÊNDICE C – REPRODUÇÃO DO QUESTIONÁRIO ENVIADO PARA OS EGRESSOS DO CURSO DE JORNALISMO DA FABICO/UFRGS .....</b>	<b>72</b>
<b>ANEXO A – GRADE CURRICULAR DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO DA FABICO/UFRGS .....</b>	<b>79</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Ao graduar-se em jornalismo, pretende-se, a nível nacional, que o egresso do curso tenha as aptidões necessárias para atuar profissionalmente como jornalista. Essa ideia está presente nas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) mais recentes do curso de graduação em Jornalismo, a Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013, do Ministério da Educação:

Art. 5º O concluinte do curso de Jornalismo deve estar apto para o desempenho profissional de jornalista, com formação acadêmica generalista, humanista, crítica, ética e reflexiva, capacitando-o, dessa forma, a atuar como produtor intelectual e agente da cidadania, capaz de responder, por um lado, à complexidade e ao pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas, e, por outro, possuir os fundamentos teóricos e técnicos especializados, o que lhe proporcionará clareza e segurança para o exercício de sua função social específica, de identidade profissional singular e diferenciada em relação ao campo maior da comunicação social. (MEC, 2013, p. 2)

É interessante a distinção feita, ao final do artigo 5º dessa resolução, da identidade profissional singular do jornalista dentre os outros profissionais de comunicação social, em razão de sua função social específica, relacionada a ser um produtor intelectual e agente da cidadania. Considerando a área de comunicação social composta pelas habilitações de Cinema e Audiovisual, Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade, Editoração e Radialismo (MEDITSCH, 2014), podemos identificar o esforço das DCNs de 2013 para encaminhar o jornalista para um rumo próprio, distinto das outras habilitações da Comunicação Social. No entanto, é muito bem colocado no artigo 4º, precedente a este citado, a versatilidade que o mercado de trabalho e as situações da vida profissional podem exigir do egresso de jornalismo, especialmente nos itens de V a VIII, destacados a seguir:

Art. 4º A elaboração do projeto pedagógico do curso de bacharelado em Jornalismo deverá observar os seguintes indicativos:

I - formar profissionais com competência teórica, técnica, tecnológica, ética, estética para atuar criticamente na profissão, de modo responsável, produzindo assim seu aprimoramento;

II - enfatizar, em sua formação, o espírito empreendedor e o domínio científico, de forma que sejam capazes de produzir pesquisa, conceber, executar e avaliar projetos inovadores que respondam às exigências contemporâneas e ampliem a atuação profissional em novos campos, projetando a função social da profissão em contextos ainda não delineados no presente;

III - orientar a formação teórica e técnica para as especificidades do jornalismo, com grande atenção à prática profissional, dentro de padrões

internacionalmente reconhecidos, comprometidos com a liberdade de expressão, o direito à informação, a dignidade do exercício profissional e o interesse público;

**IV** - aprofundar o compromisso com a profissão e os seus valores, por meio da elevação da autoestima profissional, dando ênfase à formação do jornalista como intelectual, produtor e/ou articulador de informações e conhecimentos sobre a atualidade, em todos os seus aspectos;

**V** - preparar profissionais para atuar num contexto de mutação tecnológica constante no qual, além de dominar as técnicas e as ferramentas contemporâneas, é preciso conhecê-las em seus princípios para transformá-las na medida das exigências do presente;

**VI** - ter como horizonte profissional o ambiente regido pela convergência tecnológica, em que o jornalismo impresso, embora conserve a sua importância no conjunto midiático, não seja a espinha dorsal do espaço de trabalho, nem dite as referências da profissão;

**VII** - incluir, na formação profissional, as rotinas de trabalho do jornalista em assessoria a instituições de todos os tipos;

**VIII** - atentar para a necessidade de preparar profissionais que possam exercer dignamente a atividade como autônomos em contexto econômico cuja oferta de emprego não cresce na mesma proporção que a oferta de mão-de-obra;

**IX** - instituir a graduação como etapa de formação profissional continuada e permanente. (MEC, 2013, p. 2)

Ao final da resolução, no artigo 16, a “inserção profissional alcançada pelos alunos egressos do curso” (MEC, 2013, p. 8) figura entre os oito critérios listados, dentre outros não desenvolvidos, a serem analisados como forma de avaliação institucional dos cursos de Jornalismo. Não fica claro, no entanto, como a inserção profissional poderia ser avaliada. Esta resolução, de 2013, daria início a uma série de mudanças institucionais nos cursos de Jornalismo do país, dentre eles o curso da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), no qual ingressei em 2016.

O curso de Jornalismo da UFRGS, que hoje integra a Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO), foi criado em 1952. A Unidade FABICO é composta pelo Departamento de Ciência da Informação, que oferece os cursos de Biblioteconomia, Museologia e Arquivologia, e pelo Departamento de Comunicação, que oferece os cursos de Jornalismo, Relações Públicas e Comunicação Social – Publicidade e Propaganda. Até 2016, os três cursos do Departamento de Comunicação eram regidos conforme o Currículo Mínimo do Curso de Comunicação Social, fixado pela Resolução Nº 002, de 24 de janeiro de 1984, do Ministério de Comunicação (MEC), e seus desdobramentos legais, sendo todos considerados habilitações da Comunicação Social e possuindo um Tronco Comum entre si (MOURA, 2008).

No entanto, em dezembro de 2016, seguindo as novas Diretrizes Curriculares Nacionais instituídas em 2013 para os cursos de graduação em Jornalismo, a

Comissão de Graduação em Jornalismo (COMGRAD/JOR) publicou o novo Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Jornalismo. Neste documento, o curso de Jornalismo da instituição teve o nome oficialmente alterado de Comunicação Social – Jornalismo para Jornalismo. No subcapítulo 4.1 do Projeto Pedagógico, de título “A realidade do jornalismo contemporâneo” (FABICO, 2016), é feito um conciso resumo das mudanças ocorridas desde 1984 para ilustrar com mais clareza o impacto das transformações pelas quais passara o Jornalismo nestes 30 anos.

No currículo de 1984, apenas uma disciplina de *Introdução à Informática* era oferecida, com enfoque generalista, ministrada pelo Departamento de Informática a vários cursos da UFRGS. Nesse contexto, os recursos digitais estavam restritos às oficinas das grandes empresas, e os equipamentos para trabalho jornalístico eram “máquinas de escrever, gravadores com fita cassete, câmeras de vídeo em VHS e máquinas fotográficas com filmes” (FABICO, 2016, p.10). Embora o pesquisador João Canavilhas e muitos outros já prenunciassem o surgimento de uma nova linguagem para o jornalismo no final do século XX, quando afirmava que

[...] o jornalismo na web pode ser muito mais do que o actual jornalismo online. Com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia (CANAVILHAS, 1999, p. 01)

As mudanças institucionais começaram apenas em 2009, quando disciplinas relacionadas ao digital foram incluídas no currículo de Comunicação Social, sendo elas *Comunicação na Web*, *Cibercultura* e, especificamente para a habilitação Jornalismo, *Webjornalismo*. As novas DCNs, de 2013, têm, entre suas competências pragmáticas desejadas dos egressos, as demandas de

n) dominar linguagens midiáticas e formatos discursivos, utilizados nos processos de produção jornalística nos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação;  
o) dominar o instrumental tecnológico – hardware e software – utilizado na produção jornalística; (MEC, 2013, p. 4)

Respondendo a estas necessidades, a Comissão de Graduação em Jornalismo identifica, no Projeto Pedagógico de 2016, a situação de convergência de mídias atual, apontando que

As narrativas não se limitam a um único formato midiático, precisando atender às demandas da convergência e da distribuição de conteúdos simultâneos em formatos multiplataforma. Os produtos jornalísticos estão em constante elaboração e distribuição: durante 24 horas por dia ao longo dos sete dias da semana. O profissional jornalista, além de ser extremamente ágil em relação ao ritmo de produção das notícias, precisa também ser polivalente em relação às suas funções. (FABICO, 2016, p. 11-12)

Além disso, o documento indica aprendizados imprescindíveis para a manutenção da relevância do jornalista neste cenário, já que

Uma realidade da qual não se pode escapar é a de que novas funções são atribuídas ao jornalista, dentre as quais se destacam: a) a curadoria, diante de um volume imenso de informações que circulam através das redes digitais; b) a pesquisa em bases de dados, que permite um tipo de apuração que utiliza técnicas de mineração para a descoberta de informações valiosas em bancos de dados. (FABICO, 2016, p. 12)

Na prática, porém, o currículo de disciplinas Obrigatórias sofre poucas alterações estruturais, tendo em vista os trechos supracitados em razão das “demandas da convergência e da distribuição de conteúdos simultâneos em formatos multiplataforma” (FABICO, 2016, p. 11). O currículo mantém as cadeiras Telejornalismo (I, II e III), Radiojornalismo (I, II e III) e Ciberjornalismo (I, II e III) apartadas uma das outras. As palavras “convergência”, “convergente”, “multimídia” e “multiplataforma” aparecem apenas nas súmulas das cadeiras de Ciberjornalismo I, Fotojornalismo II, Ciberjornalismo III, Gestão em Jornalismo e Laboratório de Jornalismo Convergente. Já a pesquisa em base de dados, tida como função “da qual não se pode escapar”, aparece apenas uma vez no currículo, como jornalismo de dados, no currículo de Ciberjornalismo II; e a curadoria não é mencionada em nenhuma súmula. A grade curricular de disciplinas obrigatórias, datada de 2016, pode ser conferida ao final deste trabalho, no Anexo I.

O que pretendemos aqui não é realizar uma crítica vazia ao modo como está organizado o currículo do curso, ignorando todos os esforços dos professores da Comissão de Graduação em Jornalismo ao criar o Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo, em 2016. Não pretendemos, tampouco, ignorar a posição de excelência do ensino da UFRGS, universidade na qual estou estudando há mais de quatro anos e que foi eleita, em 2019, a primeira colocada na categoria cursos de Comunicação no Ranking Universitário da Folha (UFRGS, 2019), classificação que envolve o curso de Jornalismo e Relações Públicas. Pelo contrário, as mudanças de currículo que

ocorreram em 2016 podem ter sido impulsionadoras deste destaque em 2019, como vemos no gráfico abaixo. Os indicadores do ranking são: Ensino, Pesquisa, Mercado de Trabalho, Inovação e Internacionalização.

Figura 1 – Série histórica de 2014 a 2019 do desempenho da UFRGS na categoria cursos da Comunicação no Ranking Universitário da Folha.



Fonte: Painel de qualidade dos cursos de graduação, no site da UFRGS.  
Disponível em: [bit.ly/3jeATWF](https://bit.ly/3jeATWF).

Partindo do pressuposto de que tratamos aqui de um curso de jornalismo com qualidade comprovada, inclusive pelo viés do mercado de trabalho, levado em consideração no Ranking da Folha, gostaríamos de incentivar a reflexão sobre a percepção da importância do curso para o futuro profissional do egresso. Uma possível falta de adequação da profissão com o ensino formal não é exclusividade do curso de jornalismo da FABICO/UFRGS, não é regional ou nacional. Em Portugal, o mesmo problema foi identificado há mais de dez anos:

O distanciamento entre o Ensino Superior e o mercado de trabalho não é uma novidade e as divergências têm sido uma constante ao longo da história: enquanto a universidade aprofundava as discussões sobre ética e objectividade, o mercado exigia “cachas”; enquanto a universidade procurava ensinar um discurso jornalístico mais rico e variado, o mercado impunha

regras que tornassem a produção noticiosa mais rápida. (CANAVILHAS, 2009, p. 50)

No uso das ferramentas que a Comissão de Graduação em Jornalismo (COMGRAD/JOR) já possui, dentre elas o Projeto Pedagógico do Curso, acontece um movimento de adequação, retorno, análise e readequação do curso de Jornalismo desde 2017. Esta pesquisa, trazendo a percepção de egressos em relação ao ensino do curso, pode auxiliar especificamente na etapa do retorno, ao entregar à COMGRAD/JOR um material rico de dados objetivos e subjetivos sobre a inserção profissional do jornalista e sua relação com o ensino formal obtido na UFRGS. Afinal, em 2013 as DCNs já foram bem claras, ao dizer que a elaboração do projeto pedagógico do curso deveria “atentar para a necessidade de preparar profissionais que possam exercer dignamente a atividade como autônomos em contexto econômico cuja oferta de emprego não cresce na mesma proporção que a oferta de mão-de-obra” (MEC, 2013, p.2).

Contraditoriamente, as DCNs nasceram velhas, inadequadas às mudanças estruturais nas relações de trabalho que vinham se consolidando à época (FACCIN; FERREIRA, 2018, p. 34), agravadas pelo emergente uso de redes sociais como instrumento do jornalismo e da comunicação social. Observa-se, então, o quanto os jornalistas precisam buscar subsídios para potencializar sua carreira profissional fora do currículo formal do ensino de Jornalismo, fato que aconteceu comigo e que é relatado por muitos outros jornalistas nos resultados desta pesquisa, no Apêndice A.

### 1.1 UMA ESCOLHA BASEADA EM VIVÊNCIAS

Estar inserido no mercado de trabalho nunca foi um problema para pessoas com o meu perfil. Falando sobre mim, autor desta pesquisa: sou homem, branco, meu pai e minha mãe são casados, ambos têm ensino superior completo e pós graduações, estudei em um colégio particular de alta exigência durante o ensino fundamental e ensino médio inteiros para, um ano após sair do ensino médio, ingressar na UFRGS, universidade pública. Detenho muitos privilégios que permitiram meu contato desde criança com computadores, de modo que desenvolvi bem meu inglês dentro e fora do ensino formal, passei a pesquisar e usar softwares de edição de imagens, vídeo e som, e, ao entrar na concorrência por vagas de comunicação,

tanto de estágio quanto efetivas, no mercado de trabalho, sinto que minhas habilidades vieram muito menos da academia e muito mais do que fiz para além dela. Senti a necessidade de reconhecer minha posição de privilégio, pois foi um fator decisivo nas reflexões que tive ao longo da faculdade sobre a diferença entre o profissional de jornalismo que estou me tornando e o profissional de jornalismo que é esperado do egresso do curso. Assim, escolhi o assunto mercado de trabalho dos jornalistas egressos da FABICO/UFRGS para a pesquisa deste trabalho de conclusão de curso por entender que meu lugar de fala, minha condição social e toda bagagem intelectual que adquiri fora do ambiente acadêmico não representam, necessariamente, a média das experiências dos egressos do curso. Usamos aqui o conceito de lugar de fala de Djamila Ribeiro (2019), no qual

[...] entendemos que todas as pessoas têm lugares de fala, pois estamos falando de localização social. E, partir disso, é possível debater e refletir criticamente sobre os mais variados temas presentes na sociedade. O fundamental é que indivíduos pertencentes ao grupo social privilegiado em termos de *locus* social consigam enxergar as hierarquias produzidas a partir desse lugar, e como esse lugar impacta diretamente a constituição dos lugares de grupos subalternizados. (RIBEIRO, 2019, p. 85)

Pessoas que não tiveram as mesmas oportunidades que eu podem acabar formando-se no curso de jornalismo da FABICO/UFRGS sem subsídios suficientes para seguirem trabalhando com jornalismo, ou sequer na área de comunicação. Este fato desvirtuaria o sentido de ser do curso, que, segundo Petrarca (2007, p.121) no princípio, mesmo no Brasil, foi construído para formar profissionais qualificados na execução de técnicas de jornalismo.

Feita esta introdução, vou me aprofundar no porquê da escolha deste tema, a partir de uma breve apresentação da minha trajetória acadêmica e profissional. Nasci e morei em Porto Alegre até os 17 anos, sem nunca exercer atividade profissional e com pouco conhecimento, mas com interesse, sobre o que faz o jornalista na prática. Em 2014, quando ingressei no curso de graduação em jornalismo da Universidade de Passo Fundo (UPF) e passei a morar em Passo Fundo, entrei em contato com o ensino do fazer jornalístico na prática, com um currículo técnico e prático, voltado para o mercado de trabalho. Me identifiquei bastante com os softwares de edição, tratamento e criação de imagem, vídeo e áudio da Adobe. Embora tenha aprendido apenas o básico sobre o funcionamento deles durante o ano em que permaneci na UPF, pesquisar e estudá-los por conta própria se tornou um hobby para mim. Ao sair

da universidade, tive acesso aos softwares por meio de uma assinatura paga mensalmente pelos meus pais.

Ao voltar para Porto Alegre em 2015 para cursar Ciências Econômicas na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), pude continuar estudando os softwares em meu tempo livre. Quando consegui uma bolsa no setor de administração da Faculdade de Odontologia da UFRGS, no segundo semestre de 2015, exerci meu conhecimento auxiliando os bolsistas do setor de comunicação, cuja sala era no mesmo andar.

Em 2016, fiz o vestibular novamente, agora para entrar no curso de graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFRGS. Consegui ingressar, mas me decepcionei com o foco do ensino dado pela instituição aos estudantes de jornalismo. Vindo da UPF, faculdade comunitária onde a base era o ensino prático da função do jornalista, a metodologia de um ensino mais teórico me fez repensar meu papel enquanto futuro profissional de jornalismo.

Do início da faculdade até hoje, tive três experiências como bolsista ou estagiário, alguns freelances como designer e um emprego com carteira assinada. Na primeira bolsa de extensão da UFRGS, entrei numa vaga de estudante de jornalismo: fiz a diagramação de um folder e de um jornal impresso, o redesign do logo do projeto de extensão e atuei na gestão das redes sociais do projeto, publicando principalmente fotos e imagens editadas. A seguir, entrei em uma bolsa financiada pela FAURGS, também voltada para estudantes de jornalismo: atuei cumprindo funções de designer, jornalista, assessor de imprensa e gestor de conteúdo para redes sociais, criando imagens, gifs, infográficos, bem como capturando, editando, tratando e animando fotos e vídeos. Viajávamos a trabalho por municípios do Rio Grande do Sul, de modo que eu cheguei a ter em uma mesma planilha do *Microsoft Excel* tabelas com contatos de jornais locais gaúchos para enviar releases de notícias e tabelas para fazer o planejamento de conteúdo para as redes sociais do projeto. Resumiria minha função nesta segunda bolsa como assessor de comunicação, embora constasse no contrato bolsista de jornalismo. Estagiei, então, na área de criação de uma agência de publicidade, respondendo a um anúncio que procurava por estudantes de Design ou Publicidade e Propaganda. Atuei principalmente como designer para peças (imagens editadas) nos formatos padrões de redes sociais como Facebook, Instagram e Whatsapp e como analista de envio de newsletters para clientes. Hoje, tenho um vínculo de trabalho celetista como Assistente de Marketing e Comunicação numa

empresa Construtech, ou seja, uma StartUp que, em linhas gerais, produz tecnologia para o ramo de construção, reforma e decoração. Dentre minhas funções e tarefas, estão: escrever roteiros, editar e pós-produzir vídeos, publicitários e institucionais; criar *motion graphics*; realizar o planejamento de conteúdo para publicação nas redes sociais e, às vezes, criar as peças gráficas para publicação no *Instagram* e *Facebook*; escrever conteúdo técnico da área para publicação em blogs; atuar como designer ao formular um Manual de Identidade Visual e um *Guide* Digital para a empresa; e outras mais.

Decorridos oito semestres da faculdade de graduação em Jornalismo, percebo várias divergências entre a teoria acadêmica e a prática profissional. Vejo que o conhecimento teórico e prático que adquiri exclusivamente na faculdade servem pouco para um profissional médio da área para qual estou me encaminhando, mais associada ao design, publicidade e marketing, da qual me aproximei a partir de meus conhecimentos externos à faculdade. Todavia, também tenho a impressão de que tanto a ética e pensamento crítico jornalísticos, quanto questões referentes à objetividade, clareza e coesão de ideias, gramática e semântica de meus textos, são um diferencial enquanto profissional de comunicação. Me incomoda, no entanto, que eu tenha tido que buscar tanto conhecimento fora da faculdade para construir esse profissional de comunicação mais completo. A partir dessa perturbação, surge a dúvida: o que está sendo ensinado no curso de graduação em jornalismo da FABICO/UFRGS satisfaz às expectativas que o mercado de trabalho impõe aos jornalistas recém-formados, a partir do ponto de vista dos próprios egressos?

A presente pesquisa pretende dar respostas possíveis a essa dúvida, ao convidar 271 egressos do curso de jornalismo da FABICO/UFRGS formados entre 2014 e 2019 a responderem um formulário que relaciona sua percepção sobre o ensino de sua graduação em jornalismo e as atividades que exercem em seu trabalho. A partir das respostas obtidas, será criada uma base de dados que pode servir de referência para comparações futuras de migração de jornalistas formados para outras áreas da comunicação para além do jornalismo tradicional. Poderei discutir, pelo confronto dos resultados com conceitos possíveis do jornalismo extraídos de referenciais teóricos, da legislação profissional própria da profissão e do projeto pedagógico do curso de graduação em jornalismo da UFRGS, a função idealizada e a função real do jornalista formado. Talvez possa, ainda, traçar perfis para as e os jornalistas recém-formados da FABICO, a partir da pesquisa com esse grupo

amostral. Esse recorte é necessário para fins da análise da função e do emprego do jornalista no contexto socioeconômico recente.

Esta pesquisa pode suscitar reflexões sobre o ensino do jornalismo e sua relação com as necessidades do mercado de trabalho. Afinal, o jornalista foi considerado um profissional da comunicação social durante mais de 30 anos. Agora, justamente quando a cultura de convergência, como explica Bredarioli (2015, p. 54), “aponta para a necessidade de apropriação e ressignificação de conceitos e pré-conceitos e para a necessidade premente de uma nova alfabetização dos estudantes”, precisamos discutir a função do jornalista recém-formado.

Ao analisar o estado da arte da pesquisa em jornalismo do Brasil, de 2000 a 2010, tendo como referência a produção científica publicada nas revistas nacionais durante o período, Aline Strelow conclui, dentre outros apontamentos, que

Embora tenha crescido o interesse pelo estudo das rotinas produtivas, a pesquisa em jornalismo no Brasil segue com escassa relação com o mercado de trabalho. Intensificar essa relação para fazer valer a prática científica é um dos principais desafios os quais precisamos nos impor. (STRELOW, 2011, p 88)

Em suma, ao questionar jornalistas egressos da FABICO/UFRGS sobre sua inserção no mercado de trabalho e a relação desse posicionamento com a graduação em Jornalismo, pretendemos realizar uma pesquisa sobre o mercado de trabalho do jornalista. Relacionamos, do início ao fim deste trabalho, o ensino formal de Jornalismo e a prática profissional do jornalista, tentando responder este anseio.

## 2 O PROFISSIONAL DE JORNALISMO

Por que o jornalismo existe? Para Kovach e Rosenstiel (2004), a maior finalidade do jornalismo é prover aos cidadãos a informação de que precisam para terem liberdade e se autogovernarem. Contudo, como os próprios autores reconhecem, uma resposta generalista à questão ‘para que serve o jornalismo?’ não é aceitável frente a um público cada vez mais cético, em meio a um contexto tecnológico onde qualquer pessoa “pode ‘proclamar’ que está ‘fazendo jornalismo’ e no qual as regras do ofício são ‘espanadas e redefinidas, e às vezes abandonadas” (REGINATO, 2020). Sendo assim, Reginato (2020) fez uma extensa pesquisa para responder quais as finalidades do jornalismo. Em sua tese de doutorado, a autora chegou a uma proposta de 12 finalidades que o jornalismo tem a cumprir na sociedade:

a) informar de modo qualificado; b) investigar; c) verificar a veracidade das informações; d) interpretar e analisar a realidade; e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; f) selecionar o que é relevante; g) registrar a história e construir memória; h) ajudar a entender o mundo contemporâneo; i) integrar e mobilizar as pessoas; j) defender o cidadão; k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade. (REGINATO, 2016)

Sobre o primeiro item da lista de Reginato (2020), “informar de modo qualificado”, a autora levantou dois caminhos possíveis de interpretação sobre o ato de informar: como um processo finalístico, com um fim em si próprio, sem necessidade de explicação; ou como um processo qualificado, que cumpre certas exigências para chegar ao seu patamar, distinguindo, assim, a informação comum da informação jornalística.

Apesar dos dois caminhos apresentados, a autora conclui que não é o bastante afirmar que o papel do jornalismo é “informar”, e sim que o jornalismo deve informar de modo qualificado. Reginato (2020) cita, então, cinco atributos que elevam o grau de uma informação para uma informação jornalística, ou seja, o ofício do jornalista. A informação jornalística necessita ser verificada. Lisboa (2012) destaca a pressuposição de credibilidade que o leitor atribui ao conteúdo jornalístico. Cria-se a expectativa de que um rigoroso processo de edição e verificação tenha sido feito sobre o conteúdo, que deve ser verdadeiro. Franciscato (2003) ressalta, também, a

apuração rigorosa da informação como tarefa primordial do jornalismo, que não pode ser terceirizada.

Além disso, a informação precisa ser relevante. A produção jornalística deverá contar com critérios de relevância, que serão de ordens diversas: culturais, organizacionais, institucionais, de acordo com os valores-notícia de referência (REGINATO, 2020, p. 48). Esse fator de relevância dialoga também com o conceito de *gatewatcher* de Bruns (2005), no qual o jornalista faria a “observação dos portões de saída de veículos noticiosos e outras fontes, de modo a identificar o material importante assim que ele se torna disponível” (BRUNS, 2005, p. 17).

A informação jornalística deve ser contextualizada. Afinal, como afirma Dines (2009), o conhecimento perde seu valor quando fragmentado e desorganizado, sem uma contextualização. O que é acentuado com o grande volume de informação que circula hoje, de modo que é insuficiente para o jornalista apenas coletar informações de fontes e transformá-las em notícia, agora ele também faz a curadoria, contextualização e explicação dessas informações (CANAVILHAS apud SPECHT, 2015).

Além disso, é essencial que a informação seja plural. Pluralidade de fontes (KARAM, 1997), de vivências de outras comunidades, pessoas de outros gêneros, etnias, sexualidades diferentes da nossa (SCHUDSON, 2008, p. 174)

Por último, mas não menos importante, a informação jornalística deve ser envolvente. Ou seja, enquanto se preocupa em verificar a veracidade dos fatos, manter suas informações relevantes, contextualizar o que é dito com outras informações pertinentes e buscar a pluralidade de fontes e pontos de vista, o jornalista deve construir narrativas que envolvam seu público.

Tendo em vista que a informação deve captar o leitor, em meio a tantas informações circulando, as matérias devem ser atrativas e interessantes e os títulos, por exemplo, tão importantes para o acesso dos leitores às matérias via sites de redes sociais, devem ser exatos e conter a informação necessária para a compreensão do fato. Na qualificação da informação está o primor da linguagem (na composição de texto e imagem) e a fruição estética. Jornalismo não precisa ser “sisudo” e “chato”, mas precisa saber para que serve e o que o leitor espera dele. (REGINATO, 2020, p. 50)

Kovach e Rosenstiel (2004) consideram que, no século XXI, a profissão de jornalista enfrenta a maior ameaça de todas: o jornalismo de mercado, a cada momento mais dissociado da noção de responsabilidade cívica. Segundo os autores,

são três os grandes impulsionadores deste afastamento do jornalismo da construção da cidadania. O primeiro motivo é a natureza das novas tecnologias, pela dissociação do jornalismo com a comunidade, no sentido cívico e político, que foram proporcionadas pela perda de noções geográficas, que foram expandidas e viabilizadas pela internet. O segundo impulsionador seria a globalização, pela mudança nas noções de cidadania e de comunidades tradicionais que as empresas multinacionais, sobretudo as de comunicação, ocasionaram. A terceira causa para o jornalismo se afastar da construção da cidadania são os conglomerados, que, ao deter cadeias de comunicação inteiras, veem o departamento jornalístico como produtor de um conteúdo a mais em meio a outros tantos de informação e entretenimento, voltados à obtenção de lucros.

O jornalismo, portanto, segundo Kovach e Rosenstiel (2004), serve para prover informação para os cidadãos se autogovernarem e, segundo Reginato (2020), para atender à maior finalidade do jornalismo em sociedades democráticas, informar de modo qualificado. O jornalismo que busca à última instância estas finalidades, a título do maior princípio jornalístico de todos, a verdade (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004), está em permanente processo de arranjo e desencaixe com suas formas de financiamento, quer seja um financiamento coletivo independente, partidos políticos, empresas pela publicidade, conglomerados de comunicação, entre outras. A questão é, seria este o único jornalista profissional possível? Os próximos subcapítulos pretendem responder esta questão, ao buscar uma trajetória do profissional de jornalismo no Brasil, suas definições e suas possibilidades.

## 2.2 O JORNALISTA BRASILEIRO NO SÉCULO XX

O início da reportagem e o surgimento da figura do repórter são fatos que apareceram no jornalismo no final do século XIX (PETRARCA, 2007). A informação passou a ser um produto, com venda e comercialização crescentes a partir da injeção de novos investimentos e estratégias comerciais nas redações. As engrenagens da empresa jornalística começaram a rodar mais vigorosamente, e a partir de agora, seria necessário pensar em estratégias comerciais, como a publicidade, os financiamentos, a publicação de anúncios, o investimento na divulgação, na venda avulsa do jornal,

entre outras (PETRARCA, 2007, p. 80). Os jornalistas profissionais surgiam: repórteres, caricaturistas e ilustradores de carreira de dedicação integral.

A inversão que ocorria nesse momento era entre o que seria o produto principal dos jornais: literatura ou informação? “Essa nova posição que surgiu dentro do jornalismo foi marcada pelo início da reportagem como narrativa jornalística com forte teor político em que era necessário ir para a rua apurar os fatos” (PETRARCA, 2007, p. 81), o que envolvia os leitores de modo que a reportagem passou a ocupar de vez o local que antes destacava a crítica literária.

Na passagem do século XIX para o século XX, momento em que se destaca a figura do jornalista profissional e da empresa jornalística independente dos partidos, facções, grupos sociais e religiosos, os jornais surgem apoiados na política governamental. (PETRARCA, 2007, p. 86)

A primeira legislação sobre jornalismo foi criada em 30 de novembro de 1938, pouco mais de um ano após a instituição do regime ditatorial de Getúlio Vargas. Segundo Petrarca (2010), o Decreto-Lei regulamentava a duração e as condições de trabalho nas empresas jornalísticas, além de cadastrar e registrar no Ministério do Trabalho os jornalistas e aqueles que tinham vínculos com a imprensa. “Dessa forma, o Estado passava a ter o controle sobre aqueles que desempenhavam atividades em jornais.” (PETRARCA, 2010, p. 83).

A profissão de jornalista, no Decreto-Lei nº 910, é definida como: “o trabalhador intelectual cuja função se estende desde a busca de informações até à redação de notícias e artigos e à organização, orientação e direção desse trabalho.” (sic) (BRASIL, 1938). A aplicação do Decreto estendia-se, todavia, para além dos jornalistas, aos trabalhadores que, nas empresas jornalísticas, prestassem serviços como revisores, fotógrafos, ou na ilustração.

A profissionalização do jornalismo ocorre num momento em que o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) controlava a imprensa e o rádio. Nesse contexto, muitos jornalistas participavam ativamente das lutas políticas, não apenas enfatizando o carácter brasileiro e a nação, como também filiando-se aos partidos políticos locais e ocupando cargos na burocracia pública. “A profissão tornava-se um instrumento importante de intervenção na política do país.” (PETRARCA, 2010, p. 85).

A consolidação das leis do trabalho, de 1943, repete os artigos do Decreto de 1938, acrescentando a eles apenas “a criação de escolas de preparação ao jornalismo, destinadas à formação dos profissionais da imprensa” (BRASIL, 1943) no Artigo 315 da Seção XI, Dos Jornalistas Profissionais. Há ainda decretos de 1944, 1961, 1962 e 1963, com alterações e reafirmações sobre os decretos anteriores. No Decreto de 1944, redatores da radiodifusão e na redação publicitária são enquadrados como jornalistas, enquanto o fotógrafo passa a ser classificado como auxiliar dos jornalistas. Além disso, é estabelecida uma remuneração mínima aos que trabalhavam em atividades jornalísticas e que todos que trabalhassem na empresa jornalística teriam de titular-se como jornalistas, do diretor ao arquivista.

No Decreto de 1961, de Jânio Quadros, coloca-se a necessidade do cumprimento do Decreto-lei nº 910, de 1938. Essa necessidade, conforme as considerações iniciais da Lei nº 51.218, de 22 de agosto de 1961, vai ao encontro do funcionamento das Escolas de Jornalismo já existentes, que vinham sendo prejudicadas por não constituírem curso obrigatório para o ingresso na profissão, não despertando o interesse que se desejaria, com sérios reflexos sobre o nível profissional da classe. (BRASIL, 1961).

No Decreto do Conselho de Ministros, nº 1.177, de junho de 1962, a definição de jornalista é restabelecida, estendendo o título a fotógrafos do ramo e dando outras considerações, no Artigo 1º:

Considera-se jornalista profissional aquele cuja função, remunerada e habitual, compreende a busca ou documentação de informações, inclusive fotográficas, a redação de matéria a ser publicada, contenha ou não comentário; a revisão de matéria, quando já composta tipograficamente a ilustração, por desenho ou por outro meio, do que fôr publicado; a recepção radiotelegráfica e telefônica de noticiário nas redações de empresas jornalísticas; a organização e conservação, cultural e técnica, do arquivo redatorial; bem como a organização, orientação e direção de todos esses trabalhos e serviços. (BRASIL, 1962)

O Decreto nº 53.263, de 13 de dezembro de 1963, do governo de João Goulart, não traz mudanças à conceituação de jornalista profissional, suprimindo a atribuição de locutor, mas adicionando o rádio repórter e de repórter cinematográfico.

A legislação que define o profissional de jornalismo é alterada novamente pelo Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, em plena Ditadura Militar. Há pouco menos de um ano, passara a valer o Ato Institucional nº 5, em 13 de dezembro de 1968, tornando possível a suspensão de direitos políticos de qualquer cidadão pelo

prazo de 10 anos, o fechamento do Congresso Nacional, intervenção federal nos estados e municípios, dentre outras providências para manter “os ideais superiores da Revolução” de 1964. (BRASIL, 1968). Bem como na ocasião da primeira regulamentação brasileira sobre o jornalismo, em 1938, este importante marco legal de 1969 surge em meio a um regime ditatorial.

Uma grande mudança do Decreto de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista, é a exigência de diploma do curso superior de jornalismo. Ademais, em seu artigo 2º, o jornalista recebe uma nova definição, mais completa que em sua antecessora de 1963:

A profissão de jornalista compreende, privativamente, o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades: a) redação, condensação, titulação, interpretação, correção ou coordenação de matéria a ser divulgada, contenha ou não comentário; b) comentário ou crônica, pelo rádio ou pela televisão; c) entrevista, inquérito ou reportagem, escrita ou falada; d) planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição gráfica de matéria a ser divulgada; e) planejamento, organização e administração técnica dos serviços de que trata a alínea " a "; f) ensino de técnicas de jornalismo; g) coleta de notícias ou informações e seu preparo para divulgação; h) revisão de originais de matéria jornalística, com vistas à correção redacional e a adequação da linguagem; i) organização e conservação de arquivo jornalístico, e pesquisa dos respectivos dados para a elaboração de notícias; j) execução da distribuição gráfica de texto, fotografia ou ilustração de caráter jornalístico, para fins de divulgação; l) execução de desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico. (BRASIL, 1969)

A atividade “f) ensino de técnicas de jornalismo” era novidade dentre as atividades possíveis para jornalistas, e foi muito bem absorvida pela classe. Segundo Petrarca (2007), o discurso da competência técnica e a formação profissional do jornalismo foram ferramentas essenciais para combater o regime autoritário instituído em 64. Os dois argumentos incitavam debates sobre liberdade de imprensa, comunicação social, ensino do jornalismo e seus aspectos práticos e técnicos. Sendo uma profissão específica, que requeria uma formação própria, essas discussões necessitavam de espaço para existir, e aí os jornalistas se contrapunham ao golpe militar e criavam momentos de intervenção política, onde a academia era colocada a serviço de uma reivindicação pelas liberdades democráticas.

Próximo ao término do Regime Militar que governou o Brasil entre 1964 a 1985, novas legislações referentes ao jornalista foram feitas. No Decreto nº 83.284, de 1979, o diploma de curso de nível superior de “Comunicação Social, habilitação Jornalismo”

é incluso, ao lado do diploma no curso de Jornalismo, nos requisitos para exercício da profissão (BRASIL, 1979). Essa relação do Jornalismo como habilitação da Comunicação Social é, então, consolidada pela Resolução nº 002, de 24 de janeiro de 1984, do Ministério da Educação – MEC, que instituiu o Currículo Mínimo do Curso de Comunicação Social e suas habilitações em Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda (MOURA, 2008). O ensino acadêmico de Jornalismo, principalmente após 1984, será tratado mais a fundo no próximo capítulo.

Acontece que “o perfil de egresso que temos atualmente é resultado de três décadas de formação em torno de diretrizes amparadas basicamente no modelo que entrou em vigor em 1984” (FACCIN; FERREIRA, 2018, p. 40). Em 2001, por meio de pareceres, foram estabelecidas novas diretrizes para a Comunicação Social e suas habilitações, que viriam a ser fixadas pelas Diretrizes Curriculares Nacionais, as quais, no caso do jornalismo, foram aprovadas e passaram a contemplar a formação exclusiva para os jornalistas a partir de 2013. No entanto,

As DCNs nascem velhas em relação às novas estruturas de trabalho. Embora elas ampliem as ferramentas de trabalho, elas surgem focadas no modelo de profissional que o mercado está deixando, cuja definição é o repórter de jornal, e contemplam antigos modelos de negócios que estão falidos. Os veículos estão em crise, mas as demandas sociais e do mercado, não. (FACCIN; FERREIRA, 2018, p. 10)

Assim, chegamos ao momento em que explicamos quem é o jornalista brasileiro do século XXI, inserido neste contexto de novas estruturas de trabalho.

### 2.3 O JORNALISTA BRASILEIRO NO SÉCULO XXI

A Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), do Ministério do Trabalho (MTE) mantém como Recursos de Trabalho dos jornalistas “Cd e disquetes”, “Xerox”, “Gravador / fitas”, “Fax”, e define as condições gerais de exercício do trabalho do jornalista como

Os profissionais trabalham exercendo funções variadas dentro da área jornalística, nos diversos meios de comunicação, sejam eles de caráter público ou privado. Costumam desenvolver suas atividades em equipe, em horários regulares ou não, e seus vínculos de trabalho podem ser como empregados ou autônomos. Em algumas atividades, alguns profissionais podem estar sujeitos aos efeitos do trabalho sob pressão por prazos, do ruído intenso, da exposição prolongada à radiação proveniente dos monitores de computadores e a lesões por esforços repetitivos, (MTE, 2017)

Embora os recursos de trabalho estejam bem defasados em relação aos recursos atuais, as condições gerais de exercício do trabalho do jornalista não estão tão longe da descrição disponível na CBO. Como explica PEREIRA (2004, p. 2), o “jornalista sentado” (*journaliste assis*) é um conceito francês utilizado para designar um jornalismo mais relacionado ao tratamento e interpretação de informações ao invés da coleta da informação em si. Este “tipo” de profissional não é especificidade do contexto advindo da popularização da internet, mas foi acentuado pelo crescimento no fluxo de informações consequentes dela. Vale ressaltar, não há como falar de perfil de jornalista e discutir seu local no mercado de trabalho atual sem falar sobre internet, pois

A conquista da internet como um mercado de trabalho pelo jornalista apresenta uma lamentável contradição. Se, por um lado, esse processo lhe permite adaptar as singularidades do meio online para as suas rotinas produtivas, por outro, é ele quem inviabiliza a realização de várias promessas e potencialidade da internet, na medida em que cerceia a capacidade do jornalista de inovar sua prática profissional. (PEREIRA, 2004)

No relatório de “Perfil do jornalista brasileiro – características demográficas, políticos e o trabalho jornalístico em 2012” (MICK; LIMA, 2013), que entrevistou 2731 jornalistas de todas as unidades da federação e do exterior por uma enquete em rede, algumas relações interessantes sobre a relação do jornalista com a internet foram encontradas. Em termos de área de atuação profissional principal, os jornalistas brasileiros foram divididos em três grupos: os que atuam na mídia (55% dos entrevistados, trabalham em veículos de comunicação, produtoras de conteúdo, etc.), os que trabalham fora da mídia, em outras atividades (40% dos entrevistados, trabalham em assessoria de imprensa, comunicação ou outras ações que utilizam conhecimento jornalístico), e os que trabalham fora da mídia, em docência (5% dos entrevistados, trabalham na formação superior de jornalistas ou outras áreas de conhecimento). Verificou-se que 76% dos jornalistas brasileiros que atuam na mídia divulgam seu trabalho integralmente, ou grande parte dele, na internet. Entre os que trabalham fora da mídia, 74,5% divulgam seu trabalho integralmente, ou grande parte dele, na internet. A inserção da internet nas rotinas produtivas de redações, assessorias e agências de comunicação, no entanto, não aconteceu de imediato.

Inserir o jornalismo na internet foi um processo mais devagar na primeira década do século XXI, com a ascensão de portais de notícia, blogs e reprodução literal da notícia do impresso para o digital e vice-versa. A partir de 2010, com o vertiginoso aumento do uso das redes sociais ao longo da década, essa adaptação aconteceu de maneira mais imediatista e caótica.

Sobre o jornalismo online, Rocha (2015), identifica quatro estágios de desenvolvimento. A primeira geração é caracterizada pela reprodução, pois copiava o conteúdo das publicações impressas para o meio online. Na segunda, há a introdução do hipertexto, utiliza-se o e-mail e incorpora-se elementos audiovisuais, ainda que estes sejam postos fora da narrativa principal escrita, e sejam de difícil acesso comparado ao que seria disponibilizado no futuro. Na terceira geração, há uma incrementação dos conteúdos multimídia (imagem, texto, som e vídeo), além da incorporação de elementos interativos nos sites (*chats*, fóruns, enquetes, comentários, etc.). Por fim, na quarta geração, o jornalismo participativo surge, junto com plataformas como o *YouTube*, com maior participação dos usuários na produção de pautas e conteúdo. Estes quatro estágios podem ser compreendidos na primeira década do século XXI, mas já estariam desatualizados para entender o que acontece atualmente, em 2020. Träsel (2014, p. 66) afirma que “no contexto da cibercultura, o jornalismo, como a maioria das outras instâncias da vida social, sofre mudanças estruturais que demandam uma revisão de seu arcabouço teórico”.

Assim sendo, podemos conferir ao jornalista diversas atividades jornalísticas que, antigamente, ou nem existiam, ou não lhe seriam próprias. Que jornalista diria que seria aceitável, antigamente, republicar uma matéria de um concorrente? Jerónimo (2017) nos traz a prática do jornalismo “copiar e colar” e outras atividades jornalísticas atuais em seu artigo “Jornalistas da imprensa regional em transição para o *mobile*”: republicar notícias em blog ou em portal de notícias, criar campanhas de publicidade online, gerenciar contas de redes sociais para sua empresa ou para terceiros, interagir com os seguidores, produzir artes para publicações, responder comentários nas redes sociais são atividades jornalísticas possíveis para o jornalista digital no contexto do *mobile*. Pellanda *et al* (2017), atentam às novas formas de notícia proporcionadas pelos dispositivos móveis digitais, que levam o jornalista a captar, editar e pós-produzir vídeos na palma da sua mão. Aplicativos de redes sociais como o *Instagram* e *Tik Tok* permitem criar com facilidade, sendo ferramentas que passam a ser incorporadas na rotina produtiva das práticas jornalísticas. Träsel (2014)

traz o fato de a expansão dos conhecimentos nas técnicas de jornalismo digital englobarem criação de narrativas hipertextuais, produção de softwares, além da tarefa de engajar a audiência no processo de produção da notícia. O autor também comenta as possibilidades de diagramação digital para além das tradicionais com hiperlinks, onde entraria atuar como profissional de *User Experience/User Interface (UX/UI)*, referente a design de experiência do usuário e interface do usuário, profissional utilizado principalmente na construção de aplicativos para celular. Além disso, analisar métricas de audiência e tratar dados para guiar notícias seriam atividades jornalísticas. Silva (2019) descreve a recente relação de faz-tudo do jornalista com os *podcasts*, ou seja, faria parte da prática jornalística a pesquisa, produção e edição da informação para esse formato, bem como a locução e tratamento de áudio para os *podcasts*. Aroso (2003) traz mais atividades jornalísticas como “codar” em alguma linguagem de programação e diagramar mídia digital (web design, interface de sites).

Contamos ainda, é claro, com as atividades jornalísticas clássicas esperadas de egressos de cursos de jornalismo, como especificado no Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo da FABICO (2016). Dentre estas, estão apurar notícias; coordenar equipes; diagramar mídia impressa; editar textos e vídeos; fazer assessoria de imprensa; fazer locução para rádio; fotografar; produzir reportagens multimídia; propor pautas; propor, planejar e executar projetos editoriais; realizar entrevistas, e, o princípio de tudo, redigir notícias. Todas as atividades jornalísticas aqui listadas foram elencadas no Quadro 3 do capítulo 5, para fins de serem marcadas pelos egressos do curso como atividades jornalísticas que eles praticam ou não.

No projeto pedagógico mencionado, podemos conferir que não estão presentes todas estas atividades, principalmente as mais tecnológicas. Assim, faremos uma rápida passagem pela história do ensino no jornalismo do Brasil até chegar no ensino do jornalismo digital. Nossa intenção é entender o que estamos deixando de fora e o que já está sendo estudado.

### 3 O ENSINO DO JORNALISMO

A primeira faculdade de jornalismo foi criada em 1947 e chamava-se Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, vinculada ao jornal “A Gazeta”. O ensino de jornalismo já havia sido instituído por decreto cerca de dez anos antes, em 1938, mas o Ministério da Educação ainda não havia regulamentado essa faculdade, e veio a fazê-lo pelo Decreto nº 22.245, de 6 de dezembro de 1946, cuja proposta era dar “organização ao curso de Jornalismo” (BRASIL, 1946). Dessa maneira, a primeira turma de jornalismo no Brasil era criada apenas no ano de 1947. Nascia o ensino profissionalizante de jornalismo no Brasil das mãos de uma empresa de comunicação.

Segundo Faccin e Ferreira (2018), durante esse tempo, as preocupações às quais a formação profissional se destinava responder eram da ordem social, cultural, política e econômica que o país assumia no momento, atendendo também aos recursos técnicos da imprensa da época (inserção de fotografias, aumento de tiragem, ilustrações, texto). Foi em 1969, com a imposição do diploma de nível superior para o exercício do jornalismo, que a formação universitária surgiu como insubstituível para a tomada de consciência de uma ética profissional e dos critérios técnicos da profissão.

Essa imposição, feita em meio à época mais dura do regime militar, acabou dando força à categoria de jornalistas. A criação de cursos de pós-graduação e de entidades de pesquisadores da disciplina acompanhava o momento de subversão e pensamento crítico que emergia no ambiente acadêmico, o qual podia ser justificado como estudos jornalísticos. “A formação profissional e o discurso da competência técnica tornaram-se trunfos importantes para agir contra o regime ditatorial” (PETRARCA, 2010).

No entanto, como a formação jornalística passou a ser responsabilidade das instituições de ensino superior, sob orientação do Ministério da Educação, acabou desvinculando-se das organizações do mercado. Começou a ser construída ali uma variedade de saberes teóricos e práticos sobre o fazer jornalístico, ao passo que se desalinava também uma sintonia preexistente entre o mercado de trabalho e o ensino acadêmico dessa área.

Em 1984, com a Resolução nº 002 do Ministério da Educação, é instituído o currículo mínimo do curso de Comunicação Social e Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda se tornam habilitações dentro deste currículo. As três

habilitações e, em especial, o Jornalismo, passam por uma crise de identidade pelos anos subsequentes, associada ao fato de existir um currículo formal que impede novos projetos de curso (MOURA, 2008). Será em 2009, no entanto, o pico dessa crise, quando é instituída pelo Ministério da Educação uma Comissão de Especialistas para elaborar as Novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), enquanto o Plenário do Supremo Tribunal Federal (STF) declara inconstitucional a exigência do diploma de Jornalismo e do registro profissional no Ministério do Trabalho (MTE) como condição para exercer a profissão (FACCIN; FERREIRA, 2018).

### 3.2 NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES

Faccin e Ferreira (2018) expressam sua preocupação com a separação do Jornalismo da Comunicação Social e suas consequências aos profissionais egressos destes novos currículos

O peso simbólico da separação tem gerado uma desestabilização do que se imagina ser o jornalismo, em especial na percepção de grande parte dos futuros profissionais, e que demarca a existência de uma disjunção entre o mercado jornalístico e o modelo hegemônico que inspira os discursos e práticas em torno da identidade jornalística. Isso porque, aos poucos, a Comunicação Social, que até então era um campo de saber estabelecido que abarcava o maior número de possibilidades profissionais da área, deixa de ser a sua referência discursiva para o Jornalismo, que se transforma em um campo de saber autônomo, mas que decorre de uma trajetória curricular de pouco mais de seis décadas em solo brasileiro. (FACCIN; FERREIRA, 2018)

Magistralmente, Ferreira (2019) descreve o cenário de crise de identidade em que os estudantes de jornalismo podem se encontrar no momento.

Ao escolherem essa profissão, que antes os direcionava para os veículos tradicionais, os estudantes de Jornalismo, familiarizados com a linguagem das tecnologias digitais, deparam-se com outros atores que, também, desejam produzir conteúdo de interesse público, tanto para organizações empresariais e sociais, quanto para atender a interesses particulares ou de grupos, como são os internautas das redes sociais, os blogueiros, youtubers e influenciadores digitais e, conseqüentemente, têm dificuldades em identificar o que separa esses novos atores dos jornalistas profissionais. Para complexificar ainda mais o cenário, no mercado de trabalho, surgem exigências de novas habilidades, como as dos analistas de Fake News e de jornalistas, que entendam de tecnologia da informação (TI), sendo capazes de ir além das planilhas de Excel, fazendo programação de ferramentas digitais e minerando dados. Ao acadêmico, que costumava ser chacoteado por escolher a profissão apenas para “fugir da matemática”, cabe a pergunta: Jornalista contemporâneo, quem és tu? (FERREIRA, 2019)

Quais as reais melhorias que as Diretrizes Curriculares Nacionais inseriram, nesse contexto, e como estão sendo exploradas pelas universidades? Esperamos responder em parte isso a seguir, a partir das práticas de ensino de jornalismo online.

### 3.3 PRÁTICAS DE ENSINO DO JORNALISMO ONLINE

Tratando-se do ensino acadêmico voltado à construção de um jornalista online, ou um jornalista digital, identificamos que a Academia tem a difícil tarefa de se adaptar para oferecer um ensino de qualidade e em profundidade, em meio a um contexto de constantes disrupções tecnológicas. Na pesquisa “Cartografia do ensino de jornalismo digital no Brasil em 2010: um mapa de conquistas e desafios” (PRIMO *et al*, 2011), podemos observar quanta diferença dez anos de evoluções na internet podem gerar. A pesquisa contou com a resposta de 102 universidades brasileiras. Um dos métodos de análise utilizado pelos pesquisadores foi separar o conteúdo produzido de acordo com o tipo de produção laboratorial, que resultou nos seguintes cinco itens mais utilizados: 41% vídeos no Youtube; 36,5% blog em Blogger; 30,5% site; 36,5% blog em Wordpress; e 19,4% microblog no Twitter. A rede social Orkut, desativada em 2014, era utilizada em 4,4% dos conteúdos. Sobre o campo de atuação do jornalista digital, Primo *et al* (2011) descrevem que são exigidas desse profissional competências em todas tecnologias presentes na rede de comunicação. Ter domínio em múltiplos meios tecnológicos transforma esse profissional em um jornalista multimídia, que trabalhe em plataformas de áudio, vídeo e texto para apresentar e distribuir seus conteúdos na internet.

Percebemos hoje, em 2020, que estes estudos realizados em 2010 soam defasados, tanto pelas plataformas utilizadas, quanto pela forma como são utilizadas. Essa percepção vem da velocidade com que as redes sociais, o uso de dispositivos móveis e a relação de tudo com a internet se transformaram desde então. Não é diferente com o jornalismo digital e as maneiras de ensiná-lo, tendo que se adaptar a desafios que nem existiam há dez anos. Como afirma Conde (2017), a instituição jornalística se altera para acompanhar os meios de comunicação digitais, como a internet e os dispositivos móveis, e as mídias interativas, como os sites e aplicativos de redes sociais. Hjarvard (2014) ressalta a mudança das instituições sociais e culturais como um todo, e os modos de interação entre elas, como consequência do crescimento da influência dos meios de comunicação.

Redes sociais como o *Facebook* são a consequência da apropriação de ferramentas de interação mediada por computador pelos atores sociais e têm seu diferencial na forma como permitem aos seus participantes a visibilidade e articulação de sua rede e seus laços (RECUERO, 2009).

De certa forma, percebe-se que a academia não está acompanhando os avanços do mercado de trabalho, fato que não é novo. A grande questão, específica desse momento em que vivemos, é a velocidade com que as tecnologias digitais avançam, e a rapidez com que práticas de ensino puramente técnicas podem ficar obsoletas, se apenas se fiarem às ferramentas do momento. É necessário um ensino que faça pensar logicamente para, aliando-se às outras faculdades que o ensino do jornalismo traz ao egresso, seja possível apropriar-se das tecnologias disponíveis, dominá-las e produzir algo novo em cima disso.

## 4 METODOLOGIA DA PESQUISA

O objetivo da pesquisa é descobrir como os egressos do curso de graduação em jornalismo da FABICO/UFRGS estão se inserindo no mercado de trabalho. A partir deste objetivo e do estado da arte sobre o assunto, vejo a necessidade de fazer uma pesquisa de objetivo exploratório, que abra um precedente para futuros estudos sobre o mercado de trabalho do jornalista graduado, bem como sobre o que é ensinado no curso de jornalismo da UFRGS. Assim, me insiro criando subsídios para servir de base para futuras pesquisas, como afirma Gil (2008, p. 41) sobre as pesquisas exploratórias, elas “têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”.

Foi de imensa pertinência encontrar o trabalho de conclusão de curso de Lopes (2015), intitulado “Inserção dos egressos do curso de relações públicas da FABICO/UFRGS no mercado de trabalho”. Adquiri, assim, um ponto de partida para meu trabalho, dado que a metodologia de pesquisa de Novelli (2009), utilizada pelo autor para fundamentar sua pesquisa de opinião dirigida sobre um público específico, pode ser reaplicada nos formulários enviados para os egressos de jornalismo.

Sobre a pesquisa de opinião, Novelli (2009, p. 164-179) identifica 11 etapas que devem ser cumpridas para que a metodologia seja utilizada da maneira correta, são elas:

1. O processo da pesquisa: planejamento e realização;
2. Definição do escopo do estudo;
3. Definição do método de coleta, do cronograma e do orçamento;
4. Coleta de informações;
5. Identificação do universo e definição da amostra;
6. Elaboração do instrumento de pesquisa;
7. Realização do pré-teste do instrumento de pesquisa;
8. Realização da pesquisa;
9. Codificação do instrumento e processamento de dados;
10. Realização da análise dos dados;
11. Elaboração do relatório final.

Entretanto, após realizar o formulário e escrever boa parte da metodologia usando o ponto de vista de Lopes (2015) sobre a pesquisa de opinião de Novelli (2009), acabamos identificando uma técnica de pesquisa que poderia se encaixar melhor no propósito desta pesquisa. Me refiro ao levantamento (*survey*), como

especificado por Gil (2002) em fases que podem ser definidas, de modo geral, nesta sequência:

- a) Especificação dos objetivos;
- b) Operacionalização dos conceitos e variáveis;
- c) Elaboração do instrumento da coleta de dados;
- d) Pré-teste do instrumento;
- e) Seleção da amostra;
- f) Coleta e verificação dos dados;
- g) Análise e interpretação dos dados;
- h) Apresentação dos dados.

As etapas são relativamente semelhantes às de Novelli. Ainda assim, creio que definir que esta pesquisa tem como base um levantamento de dados é mais assertivo. Afinal, a enquete realizada é a raiz estrutural deste trabalho de conclusão de curso, e não configura uma pesquisa de opinião. Na realidade, a maior parte das perguntas que são feitas no formulário tratam mais da situação, ou realidade, do participante, do que de uma opinião própria que a pessoa possa expressar.

Os momentos em que a pessoa pode expressar sua opinião de maneira mais explícita são limitados, estão em cinco das 15 perguntas. São elas: percepção pessoal do jornalista sobre o quanto sua função no trabalho atual/mais recente era jornalística; consideração do jornalista desempregado, desalentado ou fora da força de trabalho sobre o motivo de sua demissão, se foi consequência da pandemia de Covid-19 ou não; entendimento do profissional sobre o quanto sua formação acadêmica teve importância em relação ao desenvolvimento ou execução das suas atividades profissionais; e, ao final, uma pergunta de campo aberto, onde o participante é convidado a explicar seus motivos para atribuir importância à sua formação acadêmica em relação ao desenvolvimento de suas atividades profissionais. Considerando isto, entendemos, definitivamente, a pesquisa como um levantamento (*survey*). Sobre o *survey* eletrônico, há vantagens e limitações. Um benefício do seu formato, por exemplo, é o anonimato, o que promove a sinceridade nas respostas. Por outro lado, a amostra coletada não é probabilística, ou seja, não há uma mesma chance de cada indivíduo da população escolhida responder à pesquisa, podendo haver viés de seleção em favor de pessoas mais próximas ao pesquisador, ou ainda de jornalistas mais interessados no tema da pesquisa (ABRAJI; GÊNERO E NÚMERO, 2017).

A presente pesquisa teve como objetivo relacionar o ensino formal do curso de Graduação com Habilitação em Jornalismo oferecido pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com a inserção do jornalista egresso no mercado de trabalho. A formulação da pesquisa foi baseada nos passos de Novelli (2009), como aqui expostos.

Os dados levantados a partir da aplicação desta pesquisa devem responder ao problema que estrutura todo este trabalho: “Como os profissionais egressos do curso de jornalismo da FABICO/UFRGS formados entre 2014 e 2019 estão inseridos no mercado de trabalho?” Este é o objetivo principal da pesquisa.

Dentre os objetivos específicos, estão mais algumas questões: o quanto a graduação em jornalismo está influenciando na execução do trabalho atual, ou mais recente, do egresso? Qual a percepção do egresso sobre sua função profissional ser jornalística ou não? É possível fazer uma relação entre o tempo de formação e o cargo que o egresso ocupa em sua empresa? Estão se formando diferenças profissionais relacionadas aos perfis de gênero e categoria racial dos egressos? Podemos traçar um perfil profissional para os egressos do curso de jornalismo da FABICO/UFRGS? A partir deste levantamento, cruzando os dados de gênero, categoria racial, cargo, situação empregatícia, grau de instrução, esperamos resolver alguns destes objetivos.

O instrumento de coleta de dados escolhido foi a realização de um formulário virtual inscrito na ferramenta *Formulários Google*. O link para responder o formulário foi enviado para 255 dos 271 egressos do curso de Jornalismo formados entre os anos de 2014 e 2019. O nome dos egressos de 2014 a 2017 foi encontrado pelo site de egressos da FABICO<sup>1</sup> e dos egressos de 2018 e 2019 por solicitação direta ao setor acadêmico da FABICO. A intenção ao entrevistar jornalistas egressos destes 6 anos que precedem o momento atual em que a pesquisa está sendo escrita, outubro de 2020, foi abraçar o maior número de trajetórias possíveis; do jornalista recém-formado à jornalista com doutorado, da jornalista trainee à editora-chefe de uma redação com cinco anos de experiência.

Visando a melhor visualização dos dados, optamos por utilizar principalmente perguntas fechadas no formulário. Ao final do formulário, no entanto, foi deixada uma

---

<sup>1</sup> [www.ufrgs.br/fabicoegressos/](http://www.ufrgs.br/fabicoegressos/).

questão aberta e generalista, com o propósito de iniciar um diálogo. Obtivemos, nessa última pergunta, respostas de cerca de 41% dos participantes. Vários responderam em textos extensos, com apontamentos bem específicos e construtivos em relação à universidade. Todas as respostas estão presentes no Apêndice A.

Ainda sobre a metodologia antecessora ao envio da pesquisa: em posse dos nomes dos 271 egressos, inseri todos em uma tabela para relacionar seus nomes, ano de formação e informações de contato. Nas linhas, preenchi seus nomes e os respectivos valores aos títulos das colunas. Nas colunas, organizei da seguinte maneira: Nome; Ano de conclusão; Contato Ok (Se eu tivesse alguma informação de contato do egresso, marcava “Ok”); Currículo (Jornalismo ou Comunicação Social – Habilitação Jornalismo); E-mail; Telefone/Celular; LinkedIn (Link para a rede social do egresso); Facebook (*idem*); Instagram (*idem*); Twitter (*idem*) e Enviado (Se eu já tivesse enviado alguma das mensagens do Apêndice B para a pessoa, dependendo do contexto). As colunas Instagram e Twitter, por serem, na minha visão, redes sociais mais pessoais a despeito do LinkedIn e Facebook, não foram praticamente preenchidas. Somando as duas colunas, tenho apenas 2% dos respectivos contatos preenchidos. Preenchia-as apenas quando não encontrava nenhum outro contato da pessoa, e, ao final da pesquisa, constatei que enviei apenas uma (1) mensagem através dessas redes. Foi bem raro localizar e-mails e/ou números telefônicos das pessoas. Somando as duas colunas, tenho apenas 6% dos contatos respectivos preenchidos. Quanto ao preenchimento de contatos de Facebook, são 71%. No preenchimento dos contatos do LinkedIn, 56%.

Os formulários foram enviados por mensagens pelos meus perfis pessoais nas redes sociais *Facebook*, *LinkedIn*, *Twitter*, *Instagram* e por e-mail pessoal. Respeitei a seguinte hierarquia de modo profissional de contato, baseada em percepção pessoal e profissional minha: E-mail pessoal > *LinkedIn* > *Facebook* > *Twitter* > *Instagram*. Como realizei uma busca ativa dos egressos na internet (*Google*) e redes sociais por não possuir um banco de dados com e-mails profissionais, por exemplo, não consegui seguir essa hierarquia de modo profissional de contato em todos pesquisados, mas fiz o máximo para tal. O formulário ficou aberto para receber respostas entre os dias 8 e 21 de outubro de 2020.

O estado da arte sobre o mercado de trabalho atual do jornalista já é escasso em se considerando período anterior a 2010. Quando se considera o período da última década, há ainda menos material. Segundo dados do site Statista, especializado em

dados gráficos sobre a internet, de 2010 a 2019, houve um aumento de 100% no número de usuários da internet, indo de 2,2 bilhões para mais de 4,1 bilhões de pessoas com acesso à rede. Quanto às redes sociais, passaram de 2,86 bilhões de usuários em 2017 para 3,6 bilhões em 2020. Para título de referência, dois estudos puderam ser utilizados sobre o tema: o Perfil do jornalista brasileiro (MICK; LIMA, 2013) e Mulheres no Jornalismo (ABRAJI, 2017).

No período selecionado para a análise, situado entre os anos de 2014 e 2019, formaram-se doze turmas no curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo e Jornalismo, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Destas turmas, somam-se 271 jornalistas egressos do curso. Esse número indica o valor total do universo da pesquisa.

A tabela abaixo indica o número total de egressos do curso por ano:

Tabela 1 – Relação entre o ano de conclusão do curso de graduação em Jornalismo e número de formandos.

<b>Ano de Conclusão</b>	<b>Número de formandos</b>
2014	50
2015	47
2016	26
2017	65
2018	44
2019	39

Fonte: Site de egressos da FABICO e Secretaria da FABICO via e-mail pessoal do autor.

O nome dos formandos de 2014 a 2017 estava disponível no site de egressos da FABICO, já o dos egressos de 2018 e 2019 precisou ser solicitado por contato direto com o setor acadêmico da FABICO. A partir de uma tabela montada como descrito anteriormente, realizei buscas pelo buscador *Google* e pelas redes sociais *Facebook*, *LinkedIn* e *Twitter*, principalmente, para localizar os contatos de 255 do total de 271 egressos.

Destes que foram contatados, 76 responderam ao formulário, o equivalente a, aproximadamente, 30% de retorno. Em relação ao universo da pesquisa, a taxa de retorno correspondeu a cerca de 29% do número total de egressos identificados no período determinado.

Seguindo na trilha da pesquisa de Lopes (2015), posso constatar que o número baixo de respostas ainda teria um bom impacto na proposta de pesquisa que adotamos, já que, por se tratar de uma população pequena e cujas características são de fácil mensuração, utilizamos a amostragem não probabilística em nosso levantamento. Acreditamos, portanto, que a amostra obtida é representativa, podendo servir de base para levantar indícios, hipóteses, suposições e tendências sobre o universo da população que é estudada nesta pesquisa (NOVELLI, 2009).

A elaboração do escopo deste instrumento de pesquisa foi feita com base no trabalho de Lopes (2015), de modo que tínhamos um modelo a seguir. Acrescentamos, no entanto, algumas perguntas identitárias, opinativas e específicas sobre emprego e ensino a mais.

Fizemos duas trilhas diferentes, onde o entrevistado seria encaminhado para a Seção 4 – Última Experiência de Trabalho ou Seção 5 – Trabalho Atual, onde pudemos questionar sobre o impacto da pandemia de Covid-19 na condição de desocupação ou desalento do entrevistado. Essas duas trilhas podem ser visualizadas melhor na Figura 2, no quinto capítulo, dos resultados da pesquisa.

Realizamos o pré-teste com dois membros que faziam parte do universo determinado e um profissional de jornalismo que não fazia parte do universo, mas que se propôs a avaliar o formulário. A pesquisa na íntegra está disponível para apreciação no Apêndice C.

Tivemos sucesso na realização da pesquisa. Recebemos alguns elogios durante o processo que foram motivadores, bem como pedidos de retorno com os resultados consolidados, por interesse no assunto. Os egressos foram tratados da mesma forma, com simpatia e solicitude, nas abordagens pelas diferentes redes sociais, cujas mensagens estão tabeladas no Apêndice B.

O formulário foi editado e divulgado pelo aplicativo *Google Forms*, ferramenta que centraliza as funções de aplicação de formulário, criação de gráficos com os resultados coletivos e criação de tabelas com as respostas individuais. Tendo as tabelas de respostas, fizemos a limpeza das tabelas. Houve, por exemplo, duas respostas registradas duplicadas: marcamos o erro na tabela principal, bruta, com todas respostas como obtidas pelo formulário e excluimos as entradas duplicadas numa cópia da tabela principal, a tabela de dados limpa. Com os resultados obtidos, pudemos tensionar diversos cruzamentos de dados, análises e comparações. Estes resultados estão no próximo capítulo.

## 5 INSERÇÃO DOS EGRESSOS DO CURSO DE JORNALISMO DA FABICO/UFRGS NO MERCADO DE TRABALHO

O objetivo principal desta pesquisa estava relacionado à inserção do jornalista egresso da FABICO/UFRGS no mercado de trabalho, mas com as perguntas e seções deste breve formulário, pudemos explorar mais aspectos. O projeto de pesquisa deste Trabalho de Conclusão de Curso havia sido idealizado na metade de 2019; desde então, tudo mudou com a pandemia de Covid-19.

No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou que o mundo estava vivendo uma pandemia causada pelo SARS-CoV-2, o novo coronavírus. No dia 12 de março, foi registrada a primeira morte por coronavírus no Brasil, segundo informações do Ministério da Saúde atualizadas no dia 27 de junho (G1, 2020). Apesar da falta de liderança do governo federal para implementar medidas de distanciamento social para diminuir a velocidade de transmissão do vírus, governos de estados e municípios de todo Brasil impuseram, em níveis de rigor e de extensão temporal diferentes, sistemas de distanciamento social em seus territórios.

Esta medida, dentre diversas outras consequências da pandemia de Covid-19, causaram uma alta de 27,6% na quantidade de pessoas desocupadas<sup>2</sup> no Brasil, segundo dados da pesquisa Pnad Covid-19 do IBGE. Quando estas pessoas são seccionadas por faixas etárias, aqueles de 14 a 29 anos de idade apresentaram as maiores taxas de desocupação, de 23,3%. Vale ressaltar também que a taxa de desocupação apresentou maior alta, comparando os gêneros, entre as mulheres, e comparando cor ou raça, entre as pessoas de cor preta ou parda (CAMPOS, 2020).

Dadas as circunstâncias, sentimos a necessidade de ampliar o escopo original da pesquisa, que se restringia a questões estritamente profissionais:

O objetivo da minha pesquisa consistiu em revelar aspectos relevantes em relação aos egressos do curso de Relações Públicas da Fabico/UFRGS em relação a sua inserção no Mercado de Trabalho profissional. Para isso, busquei explorar, entre outros fatores, o tipo de organização em que estão/estiveram inseridos, quais seus cargos, a identificação de algumas atividades realizadas e avaliar a importância da sua formação acadêmica

---

<sup>2</sup> O IBGE considera desocupadas “as pessoas que não estão trabalhando, porém tomaram alguma providência efetiva para encontrar trabalho e estão disponíveis para assumi-lo, caso encontrem”. Ver em <https://bit.ly/379JVCb>.

para a realização do seu trabalho dentro da organização (LOPES, 2015, p. 47).

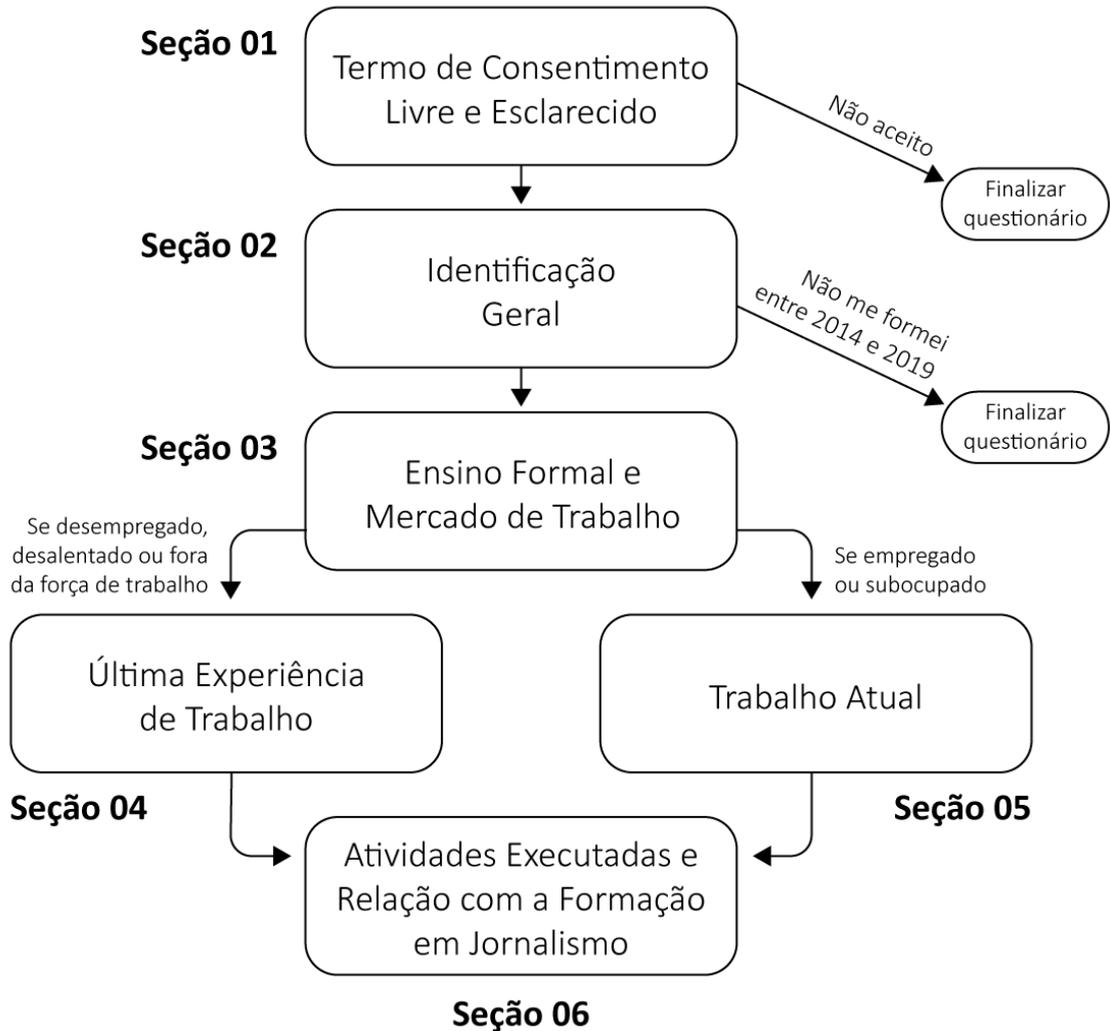
Acrescentamos, ao início do formulário, uma seção de Identificação Geral, onde, além do egresso responder em qual ano se formou, também faz sua autodeclaração de gênero e categoria racial. Além disso, inserimos uma seção de Ensino Formal e Mercado de Trabalho, onde conhecemos melhor o grau de instrução do entrevistado (da graduação em diante) e sua situação de trabalho atual, com opções definidas a partir das classificações de emprego e desemprego do IBGE<sup>3</sup>. Alicerçado na situação de trabalho atual do entrevistado, ele é enviado para a Seção 04 – Última Experiência de Trabalho, ou Seção 05 – Trabalho Atual. Na 04, descobrimos se o motivo para o entrevistado estar fora da força de trabalho, desocupado ou desalentado (gatilhos para a seção 04) foi consequência da pandemia de Covid-19, para, então, fazer as mesmas perguntas que na Seção 05, exceto sobre o vínculo empregatício da última experiência de trabalho. Na 05, além de conhecer a situação do vínculo empregatício, se celetista, informal ou servidor público estatutário, descobrimos em qual veículo trabalha, seu cargo, e qual sua percepção sobre a função que exerce: não tem nenhuma relação com o jornalismo, é plenamente jornalística, ou algo entre as duas afirmações?

Por fim, na última seção, agregamos uma pergunta aberta às questões apoiadas no trabalho de Lopes (2015), sobre as atividades executadas no desenvolvimento do trabalho e a importância da formação acadêmica para exercer suas funções atuais ou mais recentes. Essa pergunta aberta pareceu fechar o formulário de maneira muito satisfatória, pois recebemos respostas de cerca de 40% dos participantes. O que agrada é que alguns textos vieram muito bem elaborados, com várias impressões pessoais sobre o ensino de jornalismo na academia, suas disciplinas preferidas e o impacto disso em sua vida profissional, que poderão ser lidos no item 5.6.3.

---

<sup>3</sup> Ver “IBGE Explica: O que é desemprego”: <https://bit.ly/379JVCb>.

Figura 2 – Mercado de Trabalho para Jornalistas:  
Esquema com o fluxo das seções do formulário.



Fonte: Elaborado pelo autor para melhor visualização do questionário.

O fluxo das seções do formulário foi montado desta maneira, com possíveis saídas na Seção 01 e na Seção 02, para desincentivar que pessoas desavisadas, enganadas ou até mal-intencionadas respondessem-no com informações falsas ou que estivessem fora do universo da pesquisa.

Entre os dias 8 e 21 de outubro, obtivemos 78 respostas no formulário. Duas respostas foram computadas de modo duplicado pelos Formulários do Google. Identificamos isso, pois ambas responderam à questão aberta com exatamente o mesmo texto, além de repetirem todas outras informações. Foram descartadas da versão limpa da planilha de resultados e não serão contabilizadas aqui na pesquisa. Três participantes marcaram respostas que as descartaram entre a seção 1 e 2.

Apenas um participante se negou a responder, marcando que não aceitava o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Duas participantes marcaram que não se formaram entre 2014 e 2019, sendo encaminhadas à tela de envio do formulário.

## 5.2 SEÇÃO IDENTIFICAÇÃO GERAL

Participaram dessa seção 75 jornalistas, porém duas foram encaminhadas à tela de finalização do questionário por não terem se formado entre 2014 e 2019, seguindo 73 para responder o resto do formulário. Visto que as duas participantes excluídas não estariam presentes no resto do questionário, suas respostas foram omitidas do quadro abaixo. A seção identificação geral, acrescentada ao formulário por mim, sem encontrar uma correspondência no questionário que usei de base, foi essencial para cumprirmos objetivos específicos fundamentais desta pesquisa. Além do ano de conclusão de curso, saber com qual gênero e categoria racial a pessoa participante se identifica nos dá a possibilidade de ter uma camada a mais de conhecimento e cruzamento de dados.

### 5.2.1 Ano de conclusão do curso

Das 73 respostas, a maior parte era de jornalistas egressas e egressos de 2018 ou 2019. Isso pode ter ocorrido pelo contato prévio do pesquisador ser maior com as pessoas que se formaram entre 2018 e 2019, por terem sido colegas e/ou ingressado junto no curso de Jornalismo, em 2016. Como detalhado no capítulo 4, o contato foi feito por redes sociais, que podem ocultar ou bloquear mensagens de pessoas que não são suas “amigas”, no caso do Facebook, ou “conexões”, no caso do LinkedIn.

Tabela 2 – Tabela relaciona o ano de conclusão dos participantes com o número de respostas obtidas.

<b>Ano de conclusão</b>	<b>Número de respostas</b>
2014	7
2015	10
2016	10
2017	6
2018	17
2019	23

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Sendo assim, cerca de 55% das respostas eram de jornalistas formados entre 2018 e 2019. Acreditamos que esse grupo acabe não representando a totalidade dos seis anos pesquisados, que estão representados em cerca de 40% das respostas. Soluções para uma futura pesquisa representar melhor todos jornalistas egressos da FABICO/UFRGS são discutidas no sexto capítulo, das considerações finais.

### 5.2.2 Identificação de gênero

A amostra de jornalistas participantes foi composta por mais pessoas identificadas com o gênero feminino do que o masculino, bem como por uma pessoa não binária.

Tabela 3 – Tabela com a identificação de gênero das participantes.

<b>Identidade de gênero</b>	<b>Número de respostas</b>
Feminino	42
Masculino	30
Não binária	1

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Dados da pesquisa sobre o perfil do jornalista brasileiro, de Mick e Lima (2013), já indicavam que, em 2012, havia mais mulheres (64%) do que homens jornalistas em atuação no mercado de trabalho, ainda que eles ocupassem mais cargos de chefia.

### 5.2.3 Categoria racial

Tivemos um número expressivamente maior de jornalistas brancos respondendo o formulário, 80% dos participantes. Pretos, pardos e mestiços, opção que foi adicionada como autoidentificação racial de um participante, somaram 15 respostas, ou seja, 20% do total de participantes.

Tabela 4 – Tabela com a autoidentificação de categoria racial dos participantes.

<b>Categoria racial</b>	<b>Número de respostas</b>
-------------------------	----------------------------

Branca	57
Preta	7
Parda	7
Mestiço	1
Prefiro não responder	1

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Na mesma pesquisa sobre o perfil do jornalista brasileira referida no item anterior, Mick e Lima (2013) identificaram um universo jornalístico majoritariamente branco, com 72% dos profissionais brancos e apenas 23% pretos e pardos. Esta disparidade entre os percentuais de pretos e pardos em relação a brancos nos resultados, que chega a ser maior do que os dados dessa pesquisa de 2012, será melhor discutida no sexto capítulo, das considerações finais.

### 5.3 SEÇÃO ENSINO FORMAL E MERCADO DE TRABALHO

Participaram desta seção 73 jornalistas. Ensino formal e situação empregatícia são relacionados aqui. Ambas questões foram adicionadas à minha versão do formulário, pois não estavam contidas no questionário de Lopes (2015). Como o assunto principal da pesquisa está relacionado ao mercado de trabalho do jornalista, achei importante fazer a distinção de seções a partir da situação empregatícia do participante.

#### 5.3.1 Grau de instrução formal

Foi muito interessante descobrir que quase metade dos jornalistas, 44% dos participantes, buscaram algum estudo formal complementar após se formar em Jornalismo pela UFRGS.

Tabela 5 – Tabela com o grau de instrução formal dos participantes.

<b>Grau de instrução formal</b>	<b>Número de respostas</b>
Superior completo	42
Jornalismo + Outro curso superior	12
Pós-Graduação (Especialização na área)	12
Mestrado	9

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Nas considerações finais, no entanto, fazemos uma autocrítica à opção “Realizei/estou realizando outro curso de Ensino Superior, para além do Jornalismo”, aqui descrita como “Jornalismo + Outro curso superior”. Essa opção representa uma informação ambígua, que pode tanto indicar que o participante buscou uma segunda graduação na área da comunicação, ou em vistas de se especializar como jornalista, quanto que houve uma mudança profissional drástica. Assim, não permite uma visualização precisa do que significa essa realização de outro curso de ensino superior.

### 5.3.2 Classificação de situação empregatícia

A maior parte dos participantes tinha ocupação profissional no momento da pesquisa. São 62 jornalistas egressos da FABICO inseridos no mercado de trabalho, quase 83% dos participantes. Em torno de 8% dos entrevistados estavam desocupados ou fora da força de trabalho no momento do formulário. Outros cerca de 8% estavam subocupados, tendo seu trabalho subutilizado.

Tabela 6 – Tabela com a situação empregatícia dos participantes.

Situação empregatícia	Número de respostas
Ocupada	62
Subocupada	6
Desocupada	6
Fora da força de trabalho	1

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

É reconfortante que, mesmo que a amostra que tivemos de participantes não represente a totalidade do universo de egressos do curso de Jornalismo da FABICO/UFRGS, haja níveis de desocupação e subocupação relativamente afastados da taxa nacional, considerando que, no país, apenas 18% da população alcança o Ensino Superior (OECD, 2019, p. 2). Mas, ainda assim, é preocupante que jornalistas graduados estejam sem emprego. Os motivos para o desemprego são explorados no próximo subcapítulo.

## 5.4 SEÇÃO ÚLTIMA EXPERIÊNCIA DE TRABALHO

Tivemos 7 jornalistas participando desta seção. Foi essencial inserir esta seção separada da seguinte, referente ao trabalho atual do participante. Assim, pudemos separar a questão da percepção sobre a relação da função com o jornalismo, o item 5.4.3. Embora tenhamos tido poucas respostas, nota-se uma boa diferença entre este gráfico e o do item 5.5.3.

### 5.4.1 Situação de desemprego ou desalento é consequência da Covid-19?

A descrição “Com a pandemia de Covid-19, muitas empresas tiveram que fazer corte de pessoal, gerando mais desemprego no Brasil. (Fonte: <https://bit.ly/3iHv1pD>)” acompanhava essa pergunta. Essa é a razão principal para inserirmos uma questão relativa à natureza da situação de desemprego ou desalento, entender se a pandemia de Covid-19 tinha gerado um impacto na situação de emprego do participante.

Tabela 7 – Tabela com a relação entre a situação de desocupação dos participantes e o número de respostas.

Consequência da Covid-19?	Número de respostas
Não	5
Sim	2

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Felizmente, na amostra que tivemos, a pandemia de Covid-19 não teve grande impacto.

### 5.4.2 Nome da empresa e cargo exercido

Relacionamos, aqui, respostas de duas perguntas para melhor entendimento da situação profissional do participante: Nome da empresa e cargo exercido.

Quadro 1 – Quadro com a relação entre o nome da empresa em que trabalhavam e o cargo mais recente dos participantes.

Nome da empresa	Cargo na empresa
-----------------	------------------

Pauta Conexão e Conteúdo	Assessor de Imprensa
	Assistente de Comunicação Digital
Sport Club Internacional	Auxiliar de mediação
Amigos da Terra Brasil	Freelancer como comunicador
	n
Carrefour	Operador de caixa
Rádio Guaíba	Repórter

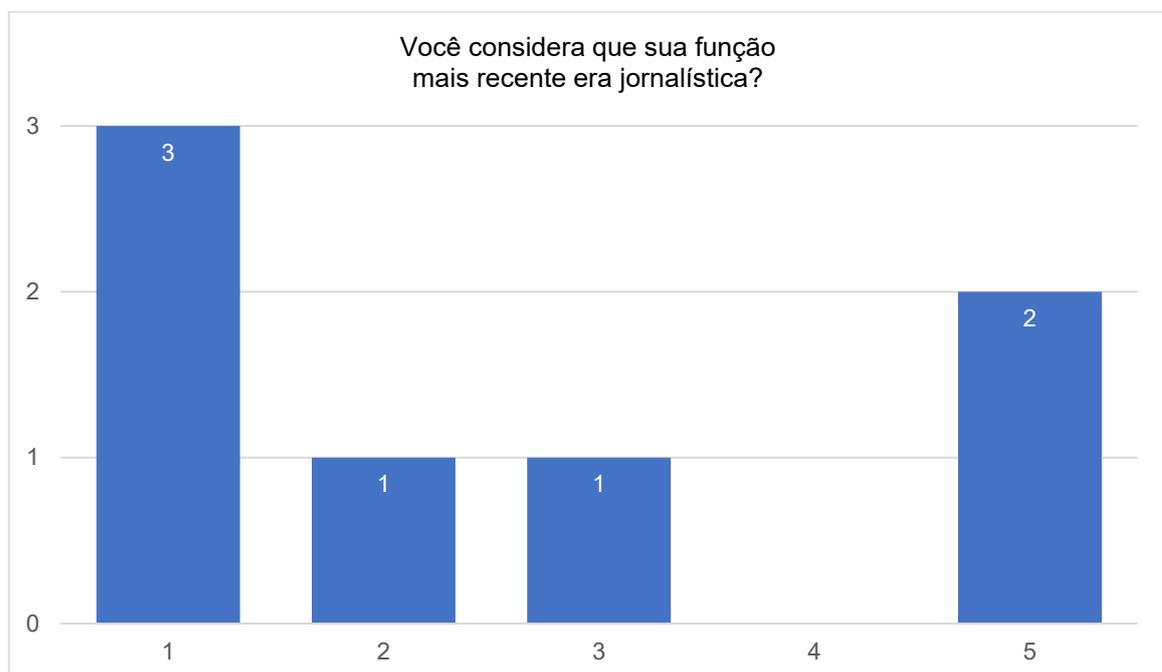
Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Um fato interessante é de que a maioria das pessoas deste grupo trabalhava com comunicação em veículos não jornalísticos.

#### 5.4.3 Relação da função com o jornalismo

Essa pergunta assume um tom de pergunta de opinião pessoal, pois lida com a percepção da pessoa sobre o que é uma função jornalística. Optamos por deixá-la sem explicação do que consideramos jornalístico por considerar que egressos do curso de Jornalismo teriam esse discernimento para definir por si próprios o que é e o que não é jornalístico, a partir de seu conhecimento prévio e percepção pessoal. Nesta régua qualitativa, “1” representa nada jornalística e “5” plenamente jornalística.

Figura 3 – Gráfico com as respostas dos participantes que mede o quanto a função profissional mais recente do entrevistado era jornalística.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Diferente das respostas dessa mesma pergunta com os participantes atualmente ocupados ou subocupados, aqui a maioria trabalhava em funções pouco ou nada jornalísticas.

## 5.5 SEÇÃO TRABALHO ATUAL

Tivemos 68 jornalistas participando desta seção. Esta seção foi adaptada do questionário de Lopes (2015); o autor dava mais foco à empresa/organização na qual o participante trabalhava, enquanto nós demos mais atenção ao vínculo empregatício do trabalhador em si.

### 5.5.1 Classificação do vínculo empregatício

Esta tabela serve como uma boa indicadora da situação de formalização do trabalho do jornalista. A maior parte dos egressos da amostra trabalham com vínculo celetista, e a menor parte são funcionários públicos.

Tabela 8 – Tabela com a situação do vínculo empregatício dos entrevistados.

Vínculo empregatício	Número de respostas
Trabalhador celetista de comunicação	40
Trabalhador celetista fora da comunicação	5
Trabalhador autônomo de comunicação	15
Trabalhador autônomo fora da comunicação	4
Servidor público estatutário de comunicação	3
Servidor público estatutário fora da comunicação	1

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Percebe-se também, a partir desta tabela, que a grande maioria dos egressos do curso de jornalismo da FABICO/UFRGS trabalham com comunicação. Neste caso, 58 (85%) dos 68 que estão ocupados ou subocupados. Cerca de um terço dos participantes da pesquisa trabalham como autônomos.

### 5.5.2 Nome da empresa e cargo exercido

Relacionamos, aqui, respostas de duas perguntas para melhor entendimento da situação profissional do participante: Nome da empresa e cargo exercido.

Quadro 2 – Quadro com a relação entre o nome da empresa em que trabalham e o cargo atual dos participantes

<b>Nome da empresa</b>	<b>Cargo na empresa</b>
Associação Educadora São Carlos (AESC)	Analista de comunicação
Unilasalle	Analista de Comunicação
	Analista de Comunicação e Marketing
	Analista de conteúdo
	Analista de conteúdo
	Analista de Conteúdo Jr
AltoQi Tecnologia	Analista de Marketing
Herself	Analista de marketing
Dutto	Analista de Marketing e Conteúdo
Uhuu.com Tecnologia Ltda.	Analista de Marketing Pleno - Social Media
Reweb	Analista de Mídias Sociais
Adtail New Blue	Analista de Redes Sociais
Agência Mateada	Analista/redator de conteúdo
Bandeirantes	Apresentador da Rádio BandNews FM
Bordado Empoderado	Artista têxtil e comerciante
	assessor de comunicação
Secretaria da Fazenda de Porto Alegre	Assessor Fazendário
Secretaria de Inovação, Ciência e Tecnologia do RS e Comunica Mais Assessoria Estratégica	Assessora de Comunicação
	Assessora de imprensa
	Assessora de imprensa
Zero Hora	Assistente da editoria de Opinião e de colunista
Hospital Ernesto Dornelles	Assistente de Comunicação
PUCRS	Assistente de Comunicação
	Assistente de relacionamento
UFRGS	Assistente em Administração
Dell	Business Intelligence Senior Advisor
	Cargo administrativo
Agência Único	Coordenador de Estratégia e Qualidade
TV Bandeirantes	Coordenador de rede
ESLSCA University	Coordenadora Acadêmica
	Coordenadora de Comunicação
Conta Pra Mim Filmes	Coordenadora de Projetos e Videomaker

	Designer de experiência do usuário
Trabalho como diagramadora no sindicato dos trabalhadores da trensurb, além de outros freelas com comunicação, ilustração, bordado e padaria	Diagramadora / designer gráfico
	Editor adjunto
	Editor de conteúdo
RBS TV	Editor de imagens
	Fotógrafa
Dell Technologies	Gerente de Projetos de Marketing
Codex Remote	Gerente de vendas
	Gestora de Comunidades
	Jornalista
	Jornalista
Ilusões Industriais	Mídias Sociais/Sub-gerente de vendas
GloboNews	Produtor
Rádio Gaúcha (freelancer) e mestranda na UFRGS	Produtor
	Produtora
Lumiere	Produtora de TV
LinGlobo Idiomas	Professor de Língua Portuguesa
Skyscanner	Redator freelancer
Agência GWC	Redator, social mídia e editor de vídeos
	redatora
Agência RedaWeb	Redatora
Warren Brasil	Redatora de Conteúdo
	Repórter
Árvore Educação	Repórter
Estadão	Repórter
Fronteira	Repórter
Jornal NH - Grupo Editorial Sinos	Repórter
O Estado de S. Paulo	Repórter
Record	Repórter
Terra	Repórter 1
	Repórter e Redatora
Grupo RBS	Repórter/editora
	Tradutor e professor de idiomas
Edição de Vídeos	Videomaker

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Identificamos, no quadro acima, sete cargos tradicionalmente jornalísticos: repórter e jornalista, bem como apresentador, produtor, coordenador, assistente de editoria e editor de imagens em empresa jornalística. São, ao todo, 18 profissionais atuando em empresas jornalísticas. Depois de repórter, os três cargos mais exercidos são analista de marketing, analista de conteúdo e redator. Outros cargos que aparecem bastante são analista de comunicação, assistente ou assessor de comunicação e videomaker ou editor de vídeos. Há quatro coordenadoras e dois gerentes. Percebe-se, enfim, que os jornalistas egressos do curso de graduação em Jornalismo da FABICO/UFRGS estão trabalhando menos em empresas jornalísticas e mais em outras áreas da comunicação. No caso deste quadro, concluímos que apenas 18 (26%) dos 68 profissionais estariam trabalhando em empresas jornalísticas, enquanto outros 33 (48%) do total estariam trabalhando em empresas inseridas no campo da comunicação.

### **5.5.3 Relação da função com o Jornalismo**

Essa pergunta assume um tom de pergunta de opinião pessoal, pois lida com a percepção da pessoa sobre o que é uma função jornalística. Optamos por deixá-la sem explicação do que consideramos jornalístico por considerar que egressos do curso de Jornalismo teriam esse discernimento para definir por si próprios o que é e o que não é jornalístico, a partir de seu conhecimento prévio e percepção pessoal. Nesta régua qualitativa, “1” representa nada jornalística e “5” plenamente jornalística.

Figura 4 – Gráfico com as respostas dos participantes que mede o quanto a função profissional atual do entrevistado é jornalística.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Surpreende a variedade das respostas aqui. Destacamos, ainda, a proximidade de nossa estimativa feita no item 5.5.2, de que apenas 18 participantes estariam inseridos em práticas plenamente jornalísticas, e o número obtido aqui a partir da percepção pessoal dos profissionais. Outros 25 profissionais, segundo sua percepção, estariam bastante ou médio envolvidos em profissões jornalísticas, e 22 em profissões pouco ou nada jornalísticas.

## 5.6 SEÇÃO ATIVIDADES EXECUTADAS E RELAÇÃO COM A FORMAÇÃO EM JORNALISMO

Todos os 73 participantes responderam à última seção do formulário. Nesta etapa, pudemos inserir questões mais trabalhosas, visto que o participante que chegou até aqui só teria que cumprir estas últimas tarefas para entregar o formulário. São elas: uma lista de atividades executadas em seu trabalho, como construída no Quadro 3, para serem marcadas em caixas de seleção; uma escala gradativa que mede a percepção do egresso sobre a importância da sua formação acadêmica na execução de seu trabalho; e, por fim, um campo aberto para o participante indicar qual foi a cadeira disciplinar ou área que mais influenciou nessa percepção do jornalista.

Vimos esse campo aberto ser utilizado de diferentes maneiras, de modo que vale o registro da importância que essa última resposta teve, ao servir como uma espécie de retorno ao pesquisador.

### 5.6.1 Atividades executadas no desenvolvimento do trabalho

Disponibilizamos uma lista com 35 atividades jornalísticas e/ou do mercado de trabalho da comunicação social para os participantes marcarem quais executam no desenvolvimento de seus trabalhos. Fomos bem abrangentes nessa lista de atividades, inserindo “administrar veiculação de anúncios”, “criar campanhas de publicidade online”, entre outras tarefas, que, a rigor, estariam mais relacionadas ao profissional de publicidade, design, ou relações públicas, mas consideramos que deveriam estar presentes aqui. As atividades foram extraídas de diferentes referências bibliográficas, possuindo, portanto, um porquê de figurar nesta lista. A lista completa com a referência bibliográfica de cada uma pode ser conferida na tabela a seguir:

Quadro 3 – Quadro com a relação entre atividades jornalísticas possíveis e suas referências, por autor e página.

<b>Atividade jornalística</b>	<b>Nº da página da referência</b>
Administrar veiculação de anúncios	p. 91
Analisar métricas de audiência (Sites e redes sociais inclusos aqui)	p. 71
Apurar notícias (Fact-checking incluso aqui)	p. 17
Assessorar políticos	p. 18
Atuar como profissional de UX/UI (diagramação e estruturação de apps)	p. 78
Captar vídeos	p. 206
"Codar" em alguma linguagem de programação	p. 1
Coordenar equipes	p. 18
Criar campanhas de publicidade online (Google Ads, Facebook Ads)	p. 91
Diagramar mídia digital (web design, interface de sites)	p. 2
Diagramar mídia impressa	p. 18
Editar textos	p. 17
Editar vídeos	p. 17
Engajar a audiência no processo de produção da notícia	p. 50
Fazer assessoria de imprensa	p. 18
Fazer locução para podcasts	p. 12
Fazer locução para rádio	p. 17

Gerenciar contas de redes sociais para sua empresa/terceiros	p. 91
Interagir com os seguidores por stories, reels (Instagram) ou TikTok	p. 91
Pós-produzir vídeos (VFX, SFX, Tratamento de cores, ...)	p. 206
Produzir reportagens multimídia	p. 17
Produzir artes para redes sociais	p. 91
Produzir newsletter/email marketing	p. 93
Produzir telerreportagens para TV	p. 17
Propor pautas	p. 17
Propor, planejar e executar projetos editoriais	p. 18
Realizar entrevistas	p. 17
Redigir notícias	p. 17
Republicar notícias em blog ou em portal de notícias	p. 90
Responder comentários nas redes sociais	p. 91
Tratar áudio para podcasts	p. 12
Tratar dados para guiar notícias	p. 108

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da leitura dos documentos para definir “atividades jornalísticas”.

O quadro 3 foi feito relacionando as atividades jornalísticas com referências bibliográficas, cujas páginas foram especificadas no próprio quadro. Os documentos dos quais fazem parte essas referências por página estão no quadro 4, abaixo, legendados por cores para relacionar com o quadro 3. As referências completas estão no sétimo capítulo, de referências bibliográficas.

Quadro 4 – Quadro com a legenda por cores que relaciona as páginas do quadro 3 com seus autores.

<b>Legenda por cores</b>
(AROSO, 2003)
(CANAVILHAS; RODRIGUES, 2017)
(FABICO, 2016)
(SILVA, 2019)
(TRÄSEL, 2014)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da leitura dos documentos com a finalidade de definir “atividades jornalísticas”.

Consideramos que a lista de atividades jornalísticas que elencamos, por mais abrangente que tenha sido, encontrou sua relação com a realidade profissional das e dos participantes. Nenhuma das atividades jornalísticas listadas deixou de ser marcada, por menos relacionadas ao imaginário do jornalista tradicional que fossem.

Além destas atividades, demos um espaço aberto para o egresso inserir “Outras atividades” que execute em seu trabalho e que, quando possível, unificamos atividades relacionadas para visualizá-las melhor em uma tabela.

As atividades “fotografar”, “fotografia” e “editar fotos” (que aparecia em duas respostas) foram agregadas em uma única atividade: “Fotografar e editar fotografias”. “Desenvolvimento estratégico de campanhas de marketing”, “Fazer a gestão de campanhas publicitárias” e “Criar estratégias de marketing e comunicação” foram unificadas em “Desenvolvimento e gestão estratégica de campanhas de marketing e publicidade”. “Redigir textos para blog/sites dos clientes da agência”, “Redação de conteúdos para web” e “Escrever posts” foram unificados em “Redigir textos para blogs/sites/posts de clientes”. “Planejamento e estratégia mensal para conteúdo de redes sociais de marcas pequenas e médias” foi acrescentado a “Gerenciar contas de redes sociais para sua empresa/terceiros”. Além destes, foram inseridas pelos egressos as seguintes atividades: “Descrever produtos e categorias de e-commerce”, “Distribuição de material fotográfico para a imprensa”, “Conferir dicção do programa eleitoral”, “Administração e secretariado”, “Redigir e otimizar conteúdo/blogposts para SEO” e “Produção de programas para rádio”.

Tabela 9 – Tabela que relaciona as atividades executadas e a soma do número de vezes que elas foram marcadas no formulário.

<b>Atividade executada</b>	<b>Nº de marcações</b>
Editar textos	47
Propor pautas	42
Gerenciar contas de redes sociais para sua empresa/terceiros	37
Realizar entrevistas	36
Redigir notícias	34
Apurar notícias (Fact-checking incluso aqui)	26
Fazer assessoria de imprensa	25
Analisar métricas de audiência (Sites e redes sociais inclusos aqui)	24
Produzir newsletter/email marketing	23
Republicar notícias em blog ou em portal de notícias	23
Editar vídeos	22
Interagir com os seguidores por stories, reels (Instagram) ou TikTok	22
Captar vídeos	21
Responder comentários nas redes sociais	21
Produzir artes para redes sociais	20
Coordenar equipes	19
Produz reportagens multimídia	17

Propor, planejar e executar projetos editoriais	17
Criar campanhas de publicidade online (Google Ads, Facebook Ads)	12
Diagramar mídia digital (web design, interface de sites)	11
Engajar a audiência no processo de produção da notícia	10
Administrar veiculação de anúncios	9
Fazer locução para podcasts	6
Fazer locução para rádio	6
Pós-produzir vídeos (VFX, SFX, Tratamento de cores, ...)	6
Tratar dados para guiar notícias	6
Nenhuma das atividades listadas	6
Assessorar políticos	5
Diagramar mídia impressa	5
Produzir telerreportagens para TV	4
Tratar áudio para podcasts	4
Desenvolvimento e gestão estratégica de campanhas de marketing e publicidade	3
Redigir textos para blogs/sites/posts de clientes	3
Atuar como profissional de UX/UI (diagramação e estruturação de apps)	1
"Codar" em alguma linguagem de programação	1
Administração e secretariado	1
Conferir dicção do programa eleitoral	1
Descrever produtos e categorias de e-commerce	1
Distribuição de material fotográfico para a imprensa	1
Produção de programas para rádio	1
Redigir e otimizar conteúdo/blogposts para SEO	1

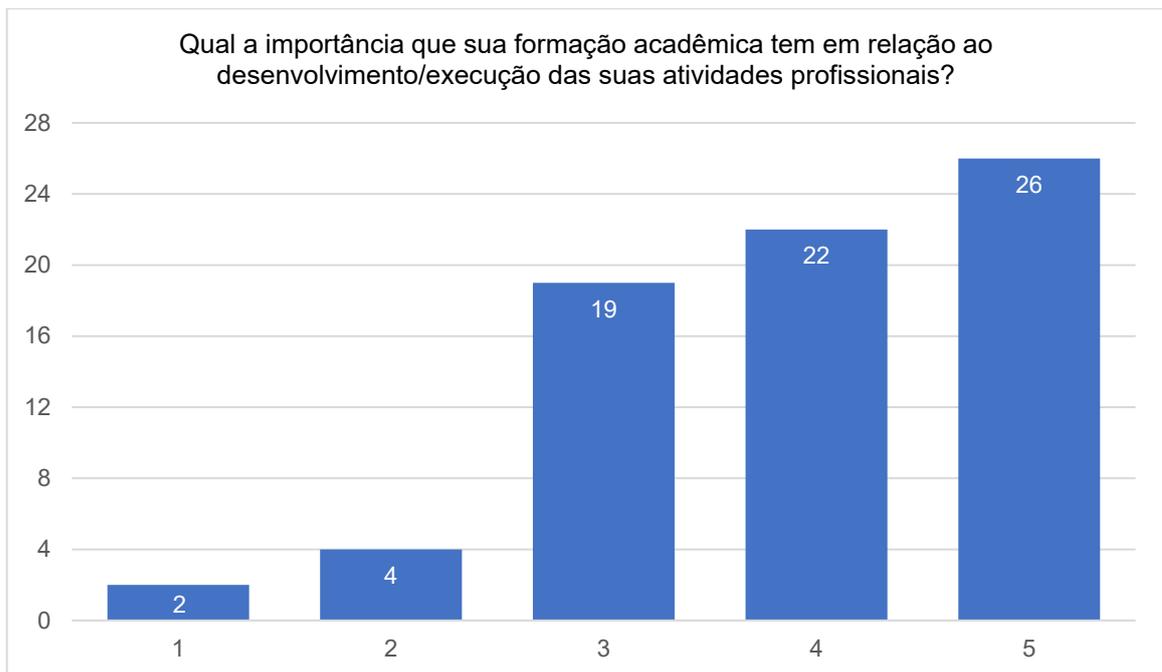
Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

As cinco atividades executadas mais recorrentes são, em ordem decrescente: “Editar textos”; “Propor pautas”; “Gerenciar contas de redes sociais para sua empresa/terceiros”; “Realizar entrevistas”; “Redigir notícias”. Queremos dar um destaque especial à terceira posição. Gerenciar contas de redes sociais já é atividade mais recorrente entre os jornalistas pesquisados do que redigir notícias e realizar entrevistas, ações que acompanham o jornalismo desde o início e às quais é dada a merecida atenção nas faculdades que ensinam a profissão. Mas e quanto a gerenciar contas de redes sociais, essa atividade que é atribuída, inevitavelmente, aos jornalistas que estão inseridos no mercado de trabalho, qual atenção é dada a ela nas faculdades, que deveriam preparar o profissional a atuar em sua área?

### 5.6.2 Importância da formação acadêmica

O jornalista deve marcar, em uma escala de “1” a “5”, qual importância atribui à sua formação acadêmica em relação ao desenvolvimento e execução das suas atividades profissionais, legendando “1” como “Nenhuma importância” e “5” como “Fundamental importância”.

Figura 5 – Gráfico com as respostas dos participantes que mede o quanto a função profissional atual do entrevistado é jornalística.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

A maior parte dos participantes, quer exerçam uma função jornalística ou não, atribuem uma importância fundamental, grande ou média para sua formação em jornalismo, em relação ao seu trabalho hoje. Os motivos para isso, pelas respostas abertas que obtivemos, serão melhor explorados no próximo subcapítulo.

### **5.6.3 Se quiser, descreva o porquê da última resposta, e qual área de conhecimento, ou cadeira disciplinar, mais contribuiu para isso:**

Tivemos 29 respostas a essa pergunta aberta, que representam cerca de 40% dos participantes. Consideramos este um bom número, pois demonstra o envolvimento e interesse que os participantes tiveram com essa pesquisa. O quadro

com as respostas na íntegra pode ser encontrado no Apêndice A, contendo apenas algumas modificações em nomes de professores e dos próprios jornalistas, bem como de suas empresas, para manter sigilo das partes. Destacamos, aqui, algumas palavras referentes a etapas/disciplinas/habilidades que mais fizeram a diferença para os participantes:

Falando de aprendizados práticos, o termo “Estágio”, referente ao estágio profissional, foi o mais recorrente nas respostas, apareceu cinco vezes. Quanto a disciplinas, a mais frequente foi “Jornalismo Convergente”, que esteve presente em quatro respostas. A seguir, apareceram três vezes as disciplinas “Webjornalismo” ou “Ciberjornalismo”, “Jornalismo Impresso”, “Teorias do jornalismo” ou “Cadeiras teóricas sobre jornalismo”, e “Ética”, tanto como disciplina, quanto como conhecimento teórico. Duas vezes, foram feitas referências positivas a “Diagramação e design”. Houve uma menção, também, a: “Teorias da comunicação”, “Telejornalismo”, “Metodologias de pesquisa”, “Jornalismo investigativo”, “Radiojornalismo”, “Cultura”, “Estudos da imagem”, “Assessoria de imprensa” e “Mídias Digitais”.

As atribuições mais relacionadas a valores foram o ensino do “Fazer jornalístico/produção de notícias e reportagens”, da “Ética” jornalística e do “Pensamento crítico”, que apareceram três vezes cada. A seguir, o “Diploma como atestado”, a “vivência acadêmica” e os “fundamentos teóricos” da profissão foram valores, ou conhecimentos mais teóricos, que apareceram duas vezes. Foram mencionados, ainda, a “Abertura ao mercado de trabalho”, a habilidade de “Comunicar com clareza”, realizar “Produção” e conhecer “Métricas”.

Reproduziremos, aqui, uma resposta referente a cada marcação de nota à importância do ensino formal em Jornalismo em relação à execução ou ao desenvolvimento do trabalho do participante:

- Nota 5: “Como a produtora onde trabalho é constituída por jornalistas e trabalha muito com contar histórias, a formação de jornalista acaba sendo importante para eu me inserir e captar a alma da empresa. Então, saber contar histórias, criar roteiros com sentido, escolher informações, hierarquizar e editar um conteúdo, conduzir bem uma entrevista e saber como passar uma informação junto com emoção se torna algo relevante. Por isso, não saliento uma cadeira específica, acho que é o todo mesmo da faculdade que vai moldando e ensinando essas habilidades. O estágio como bolsista da UFRGS TV foi crucial também, porque foi a prática que permitiu consolidar o conhecimento, já que na faculdade não aprendemos propriamente a parte

técnica de gravar e editar vídeos. Em relação à gestão e coordenação de equipes, aprendi e estou aprendendo na prática do trabalho, não tivemos na faculdade. Mas, com certeza, só estou nesse trabalho hoje por conta da minha trajetória no jornalismo”;

- Nota 4: “Laboratório de mídia convergente foi essencial para a minha atuação hoje como Coordenadora de Comunicação de agência, pois foi quando eu tive a experiência acadêmica de conectar diversas áreas do fazer jornalístico, bem como de trabalhar coordenando uma equipe e definindo processos e atribuições (fui uma das editoras chefes do portal na cadeira). A parte técnica das minhas funções aprendi no dia a dia de agência (fui estagiária, trainee, freelancer e produtora de conteúdo antes de assumir a coordenação), mas a bagagem do pensar a minha prática jornalística devo muito ao aporte teórico da UFRGS. Diversos conceitos que eu aprendi no início do curso só foram fazer sentido quando me deparei com desafios profissionais”;

- Nota 3: “O curso de jornalismo serve para metade das minhas atividades, o resto precisei aprender sozinha e me virar”;

- Nota 2: “O conhecimento específico adquirido na graduação não contribui diretamente para o desenvolvimento do meu trabalho atual e de trabalhos anteriores. No entanto, a vivência da faculdade como um todo contribuiu para meu amadurecimento como profissional. Acredito que esse amadurecimento teria acontecido também se eu tivesse frequentado outros cursos, não sendo especificamente relacionada ao Jornalismo”.

Não houve respostas de quem atribuiu “Nenhuma importância” ao ensino formal de jornalismo em relação à execução ou desenvolvimento de sua função profissional atual.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória profissional do autor desta pesquisa teve grande impacto na escolha e na abordagem do tema do mercado de trabalho do jornalista. O fato de acreditar na formação de um profissional de comunicação mais completo do que está previsto no currículo dos cursos de jornalismo impulsionou a construção deste trabalho. A vontade de que estudantes de jornalismo tenham a oportunidade de se graduar detentores de conhecimento técnico e ético para exercer o jornalismo, mas também para exercer outras funções dentro da área da comunicação.

As pesquisas aqui apresentadas demonstram como a administração de redes sociais e questões técnicas de edição de vídeo, por exemplo, se tornaram tão frequentes para os jornalistas quanto escrever notícias. A reflexão aqui é sobre o ensino das ferramentas de trabalho corretas nas aulas práticas, de modo que o aluno possa crescer, tanto na academia quanto em sua profissão, e apresentar novos entendimentos do que é usado no mercado de trabalho.

A seguir, alguns destaques de possíveis desdobramentos feitos a partir da análise do levantamento de dados:

- As jornalistas fizeram mais cursos de pós-graduação, especializações, cursos superiores além do Jornalismo ou mestrado do que os jornalistas. Somam-se 23 mulheres que seguiram estudando após sua graduação em Jornalismo, em contraste com apenas dez homens;

- Identificamos uma relação entre os participantes atribuírem, no item 5.6.2, uma importância fundamental à formação acadêmica no desempenho de suas funções e buscarem maiores graus de instrução formal. Percentualmente, mais participantes que marcaram 4 ou 5 fizeram pós-graduações, como especializações na área, ou mestrados. Enquanto isso, mais participantes que marcaram 3 ou menos fizeram outro curso de Ensino Superior além do Jornalismo. Uma autocrítica que pode ser feita em relação à opção “Realizei/estou realizando outro curso de Ensino Superior, além do Jornalismo”, do item 5.3.1, relacionado aqui, é que essa resposta pode significar tanto uma complementação feita para se tornar um profissional de comunicação mais completo, ou especializado, vide realizar uma segunda graduação em Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Design ou afins, quanto uma mudança drástica de carreira. A partir desta relação, poderíamos inferir a segunda

opção, da mudança drástica, mas seria um assunto para ser melhor explorado em outro estudo.

- Em relação a cargos de liderança, mulheres figuram em cinco cargos que possuem a palavra “Coordenadora”, “Gerente” ou “Editora” (quando referente a editorias de empresas jornalísticas), enquanto homens estão em quatro cargos que possuem a palavra “Coordenador”, “Senior advisor” ou “Gerente”. Esta métrica não é precisa pois estamos medindo a partir da autodeclaração de cargo, que pode ser entendida de maneira errada; uma analista de marketing pode estar coordenando uma equipe inteira, mas não ter a nomenclatura adequada ao cargo. No entanto, é satisfatório ver que, nessa amostra, há um número de lideranças femininas proporcionais às masculinas, fato que não se encontra a nível nacional, por exemplo (ABRAJI; GÊNERO E NÚMERO, 2017).

- Embora tenhamos recebido poucas respostas de não-brancos, e isso torne cada indivíduo estatisticamente mais significativo dentro das divisões por categoria racial, notamos uma diferença expressiva entre brancos e não-brancos em relação a estarem ocupados ou subocupados/desocupados/fora da força de trabalho. Cerca de 25% dos participantes pretos, pardos, ou de outras categorias raciais além da branca, estavam subocupados/desocupados/fora da força de trabalho no momento da pesquisa, enquanto a metade desse percentual, 12,5% dos participantes brancos, estava na mesma condição.

- Por fim, foi satisfatório receber pelo menos uma marcação em todas as possíveis atividades profissionais elencadas no Quadro 3. Isso demonstra que nossas presunções sobre atividades profissionais que podem estar sendo exercidas por jornalistas foram ao encontro das atividades executadas pelos profissionais no mercado.

Os resultados levantados suscitam diversas questões que poderiam ser exploradas em pesquisas subsequentes, tais como:

- Cinco dos sete participantes que estão desocupados ou fora da força de trabalho possuem algum grau de ensino formal além da graduação em jornalismo;

- Tivemos poucas respostas de homens e mulheres pretos e pardos, não-brancos. Tratando-se de egressos da UFRGS, no entanto, uma universidade pública com ações afirmativas que oportunizaram um aumento significativo de pessoas pretas e pardas a partir de 2008, não esperávamos receber tão poucas respostas de não-brancos. Há duas hipóteses para isso acontecer: Uma seria que, por diversos motivos,

estão se formando menos estudantes pretos e pardos do que estão entrando na faculdade; A segunda diz respeito aos “amigos” do Facebook e “conexões” do LinkedIn feitos pelo autor previamente à pesquisa, fator que pode ter influenciado nesse resultado, do mesmo modo que justificamos a presença maior de egressos dos anos de 2018 e 2019 no item 5.2.1. Vale ressaltar que, ao realizar a pesquisa, indubitavelmente, tratamos todos os egressos da mesma forma, independente de gênero, categoria racial ou amizade prévia. Levantamos a sugestão de que problemas desse tipo poderiam ser resolvidos melhor se houvesse um cadastro em sigilo mais completo dos egressos da FABICO/UFRGS por parte da instituição, contendo, por exemplo, identidade de gênero, categoria racial, e-mail e telefone para contato. Assim, seria mais fácil para a própria instituição e/ou pesquisadores terem a possibilidade de acompanhar a trajetória de seus egressos no mercado de trabalho, tornando possível até a consideração destas trajetórias na hora da tomada de decisões estruturais sobre a oferta de ensino, extensão e pesquisa na universidade.

## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAJI; GÊNERO E NÚMERO. **Mulheres no Jornalismo Brasileiro**. 2017.

BRASIL, Diário Oficial da União (1946), Decreto nº 22.245. Disponível em: [shorturl.at/dgBL5](http://shorturl.at/dgBL5). Acesso em: 21 de outubro de 2020.

BREDARIOLI, Claudia Maria Moraes. **Processos educativos e formação de jornalistas: redirecionamento das práticas profissionais a partir das possibilidades interativas das redes digitais**. 2015. 178 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação – Ênfase em Interfaces Sociais da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-21092015-121706/pt-br.php>. Acesso em: 7 de abril de 2019.

BRUNS, Axel. **Gatewatching**: collaborative online news production. Nova York: Peter Lang, 2005, 330p.

CAMPOS, Ana Cristina. **Desemprego subiu 27,6% em quatro meses de pandemia**. Agência Brasil, [S.l.: s.n.], 23 setembro 2020. Economia. Disponível em: <https://bit.ly/341Cjzs>. Acesso em: 15 out. 2020.

CANAVILHAS, João Magalhães. **Webjornalismo**: Considerações Gerais sobre jornalismo na web. Covilhã: Labcom/UBI, 1999. Disponível em: [shorturl.at/mnNT5](http://shorturl.at/mnNT5). Acesso em: 22 out. 2020.

CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (org.). **Jornalismo Móvel**: linguagem, gêneros e modelos de negócio. Covilhã: Labcom.lfp, 2017. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/livro/289>. Acesso em: 21 out. 2020.

CONDE, Mariana Guedes. Jornalismo no feed de notícias: a relação entre jornalismo e redes sociais através do *Instant Articles* do *Facebook*. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (org.). **Jornalismo Móvel**: linguagem, gêneros e modelos de negócio. Covilhã: Labcom.lfp, 2017. p. 135-152.

FABICO. **Projeto pedagógico do curso de graduação em Jornalismo**. Porto Alegre: UFRGS, 2016.

FABICO. **UFRGS fica em 1º na categoria Comunicação em ranking da Folha**.

FABICO, [S.l.: s.n.], 07 outubro 2019. Acontece Fabico. Disponível em: <https://bit.ly/37eYmVz>. Acesso em: 15 out. 2020.

FACCIN, Milton Julio; FERREIRA, Soraya Venegas. Formação jornalística e os novos fluxos informativos: uma análise do perfil de profissional previsto nas diretrizes curriculares nacionais. **Passagens**, Fortaleza, v. 9, n. 1, p. 34-49, dez. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/36ZC363>. Acesso em: 11 out. 2020.

FERREIRA, Soraya Vargas. Do projeto das DCNs a sua implantação: percepções sobre as transformações da identidade jornalística refletida nos TCCs. **Revista**

**Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 9, n. 25, p. 120-134, dez. 2019. Disponível em: [shorturl.at/abmvF](http://shorturl.at/abmvF). Acesso em: 21 out. 2020.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo**: bases para sua delimitação teórica. Tese de Doutorado. Salvador: UFBA, 2003.

G1. **Primeira morte por coronavírus no Brasil aconteceu em 12 de março, diz Ministério da Saúde**. G1, [S.l.: s.n.], 27 junho 2020. Bem Estar. Disponível em: <https://glo.bo/342bAmv>. Acesso em: 15 out. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002. 176 p.

HJARVARD, Stig. **A mediatização da cultura e da sociedade**. 1. ed. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2014. 268 p.

JERÓNIMO, Pedro. Jornalistas da imprensa regional em transição para o *mobile*. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (org.). **Jornalismo Móvel**: linguagem, géneros e modelos de negócio. Covilhã: Labcom.lfp, 2017. p. 83-106.

KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os profissionais de jornalismo devem saber e o que o público deve exigir. Porto: Porto Editora, 2004.

LISBOA, Sílvia. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor**: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

LOPES, Felipe Duarte. **Inserção dos egressos do curso de relações públicas da FABICO/UFRGS no mercado de trabalho**. 2015. 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufrgs.br/da.php?nrb=000987941&loc=2016&l=5cbc39a2c90fc030>. Acesso em: 7 de abril de 2019.

MEC, Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013. Disponível em: [shorturl.at/fuvLV](http://shorturl.at/fuvLV). Acesso em: 21 de outubro de 2020.

MEDITSCH, Eduardo. **DIRETRIZES CURRICULARES EM JORNALISMO - Oportunidade para o reencontro entre teoria e prática**. 2014. Disponível em: [shorturl.at/jnoP1](http://shorturl.at/jnoP1). Acesso em: 17 out. 2020.

MELO, José Marques de. **História do jornalismo: Itinerário crítico, mosaico contextual**. 1 ed. São Paulo: Paulus, 2012.

MELO, José Marques de. **Os primórdios do ensino de jornalismo**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 1, n. 2, p. 73-83, 2004.

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

Ministério do Trabalho. **Classificação Brasileira de Ocupações - CBO**. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/36VXCUY>. Acesso em: 11 out. 2020.

MOURA, Cláudia Peixoto de. Curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 8, n. 14, p. 57-65, 10 abr. 2008. EDIPUCRS. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2001.14.3100>. Acesso em: 17 out. 2020.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. **Pesquisa de opinião**. In: BARROS, Antonio e DUARTE, Jorge. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2009.

OECD. **Education at a Glance: OECD indicators**. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3dLgAzf>. Acesso em: 11 out. 2020.

ORLANDO, Tabosi. **Tobias Peucer e as origens do jornalismo**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 1, n. 2, p. 49-59, 2004.

PELLANDA, Eduardo Campos *et al.* Mobilidade e jornalismo digital contemporâneo: fases do jornalismo ubíquo e suas características. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (org.). **Jornalismo Móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Covilhã: Labcom.lfp, 2017. p. 197-218.

PEREIRA, Fábio Henrique. O 'Jornalista Sentado' e a Produção da Notícia on-line no CorreioWEB. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 95-108, jun. 2004. Disponível em: <https://bit.ly/3mdEypV>. Acesso em: 21 out. 2020.

PETRARCA, Fernanda Rios. Construção do Estado, esfera política e profissionalização do jornalismo no Brasil. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 18, n. 35, p. 81-94, fev. 2010. Disponível em: <https://bit.ly/2SORxSc>. Acesso em: 12 out. 2020.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, n. 33, p. 199-216, 1º sem 2000.

PRIMO, Alex *et al.* Cartografia do ensino de jornalismo digital no Brasil em 2010: um mapa de conquistas e desafios. In: SILVA, Gislene *et al.* **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2011. p. 267-294.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina. 2009.

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo: o que dizem veículos, jornalistas e leitores**. 2016. 260 f. Tese de Doutorado (Doutorado em Comunicação e Informação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: < <http://hdl.handle.net/10183/140809>>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

REGINATO, Gisele Dotto. Informar de modo qualificado: a finalidade central do jornalismo nas sociedades democráticas. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [S.L.], v. 17, n. 1, p. 43-53, 18 jun. 2020. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p43>. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p43>. Acesso em: 12 out. 2020.

RIBEIRO, Djamila. **Lugar de fala**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019. 112p.

SILVA, Daniel Gonzaga de Lima Anastásio da. **Jornalismo em formato podcast: o caso presidente da semana**. 2019. 54 f. TCC (Graduação) – Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/28026>. Acesso em: 21 out. 2020.

SPECHT, Patrícia Pivoto. Entrevista com João Canavilhas. In: **Revista Famecos**. V. 22, n. 3. Porto Alegre: PUC-RS, 2015.

STRELOW, Aline. **O estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: de 2000 a 2010**. In: Intexto, v. 02, n. 25, p. 67-90, 2011.

**APÊNDICE A – QUADRO COM RELAÇÃO ENTRE A NOTA DA QUESTÃO 5.6.2  
E A RESPOSTA DISSERTATIVA DA QUESTÃO 5.6.3**

<b>Resposta da questão 5.6.2</b>	<b>Se quiser, descreva o porquê da última resposta, e qual área de conhecimento, ou cadeira disciplinar, mais contribuiu para isso:</b>
5	<p>Como a produtora onde trabalho é constituída por jornalistas e trabalha muito com contar histórias, a formação de jornalista acaba sendo importante para eu me inserir e captar a alma da empresa. Então, saber contar histórias, criar roteiros com sentido, escolher informações, hierarquizar e editar um conteúdo, conduzir bem uma entrevista e saber como passar uma informação junto com emoção se torna algo relevante. Por isso, não saliento uma cadeira específica, acho que é o todo mesmo da faculdade que vai moldando e ensinando essas habilidades. O estágio como bolsista da UFRGS TV foi crucial também, porque foi a prática que permitiu consolidar o conhecimento, já que na faculdade não aprendemos propriamente a parte técnica de gravar e editar vídeos. Em relação à gestão e coordenação de equipes, aprendi e estou aprendendo na prática do trabalho, não tivemos na faculdade. Mas, com certeza, só estou nesse trabalho hoje por conta da minha trajetória no jornalismo.</p>
5	<p>Em tempos de desinformação geradas pelas fakenews, saber onde encontrar dados e notícias verdadeiras é fundamental!</p> <p>Além disso, o compromisso ético do jornalista com a busca pela verdade dos fatos é o que me motiva a fazer jornalismo em qualquer atividade na qual eu escreva para os outros, tendo zelo pela precisão nas informações!</p>
5	<p>É difícil especificar uma só área do conhecimento, eu diria que a capacidade de pensar criticamente é o que continua se provando a maior riqueza da graduação. Trabalhar com experiência do usuário, além da parte visual citada no questionário, requer muita pesquisa e contato com pessoas. Nesse sentido, o jornalismo agrega muito valor. A abordagem é muito distinta, porém as técnicas e fundamentos do jornalismo se aplicam para muitas questões do meu dia a dia. Além disso, comunicar-se com clareza e objetividade é essencial para estabelecer a boa utilização de produtos digitais, o que também foi central na minha graduação.</p>
5	Cadeira de Jornalismo Convergente – Portal Humanista
5	<p>Não poderia elencar só uma cadeira porque a vivência na FABICO me deu conhecimento amplo pra entender muitas coisas de comunicação/ciências humanas. Sem essa “sabedoria” conquistada, eu possivelmente não teria muita clareza sobre limites éticos do jornalismo e o fazer jornalístico. Além disso, aprendi na FABICO coisas técnicas que essenciais para meu trabalho atual, como edição de vídeo e texto.</p>
5	A Fabico foi a coisa mais importante da minha vida. Tanto profissional quanto pessoalmente.

5	Apesar de ter um cargo administrativo, exerço minha função na área da comunicação. Vejo a totalidade do curso muito presente em tudo que faço, mas para indicar algumas em específico, seria ciberjornalismo, design, radiojornalismo e as disciplinas teóricas e relacionadas à cultura, pois conversa muito com o cotidiano do meu trabalho.
5	O diploma em jornalismo serve como um atestado de que o profissional teve contato com os fundamentos teóricos da profissão, bem como os princípios práticos do fazer jornalístico. É um treino importante para que o futuro jornalista tenha apreço pela ética do ofício, sobretudo em momentos de pressão, e saiba fazer decisões editoriais acertadas.
5	Comunicação é a principal ferramenta que uma pessoa pode aprender ao longo da vida. Trabalho com vendas e marketing há quase 10 anos e eu não seria o profissional que sou sem a graduação em jornalismo.
4	Minha formação acadêmica contribuiu de forma significativa nas reflexões em torno do fazer jornalístico e na ciência de como costuma ocorrer este fazer, apesar da prática ter sido melhor desenvolvida/assimilada no mercado de trabalho (desde estágio).
4	Conhecimento em métricas e jornalismo convergente.
4	Como Comunicador Social, aprendi a entender o processo comunicativo sob várias perspectivas e de forma global, o que hoje me permite ter uma visão mais ampla que meus colegas formados pura e simplesmente em jornal, PP ou RP. Ainda que não trabalhe com jornalismo estritamente, comunicação sempre será comunicação e os processos de um lado podem ajudar muito dos outros.
4	As disciplinas na faculdade contribuíram bastante, mas aprendi mais sobre a prática durante estágios que realizei na graduação.
4	As disciplinas fundamentais do jornalismo e, principalmente, as de impresso e tele, foram importantes para a prática das minhas experiências profissionais.
4	Teve fundamental importância em aspectos éticos e teóricos, mas menor importância em questões práticas.
4	Jornalismo investigativo, metodologias de pesquisa e disciplinas focadas em análise em geral foram bases importantes para eu desenvolver o viés crítico, metodológico e focado em resolução de problemas/investigação que uso hoje em dia fazendo análise de dados focados em comunicação e vendas do e-commerce da [SIGILO].
4	Acredito que minha formação como jornalista me proporcionou uma abertura no mercado de trabalho na área de comunicação. Apesar de atualmente não trabalhar exatamente como jornalista, ainda estou dentro da área e isso é possível, também, graças a minha formação. Espero futuramente poder trabalhar com jornalismo mais ativamente, mas não estou infeliz na posição atual. Por enquanto, tenho certeza que a UFRGS me permitiu expandir meus conhecimentos e minha visão de mundo e isso já é muito importante para mim.

4	<p>Laboratório de mídia convergente foi essencial para a minha atuação hoje como Coordenadora de Comunicação de agência, pois foi quando eu tive a experiência acadêmica de conectar diversas áreas do fazer jornalístico, bem como de trabalhar coordenando uma equipe e definindo processos e atribuições (fui uma das editoras chefes do portal na cadeira). A parte técnica das minhas funções aprendi no dia a dia de agência (fui estagiária, trainee, freelancer e produtora de conteúdo antes de assumir a coordenação), mas a bagagem do pensar a minha prática jornalística devo muito ao aporte teórico da UFRGS. Diversos conceitos que eu aprendi no início do curso só foram fazer sentido quando me deparei com desafios profissionais.</p>
3	<p>Creio que maioria dos formados em jornalismo encontram trabalho em outros campos, os mais puristas da profissão os chamariam de publicitários. A verdade é que com o copywriting muitas das técnicas jornalísticas são aplicadas dentro de um texto empresarial para comercialização de produtos ou ideias. Assim, minha formação foi fundamental para exercer a função que tenho hoje, muito embora ela não tenha sido, e nem deveria ser, focada nisso.</p>
3	<p>Não realmente aprendemos muito sobre assessoria de imprensa nem sobre redes sociais na faculdade</p>
3	<p>O curso de jornalismo serve para metade das minhas atividades, o resto precisei aprender sozinha e me virar</p>
3	<p>Acredito que as cadeiras que mais contribuíram foram as que envolvem produção textual (e em outros formatos), assessoria de imprensa e mídias digitais, além de disciplinas teóricas sobre o papel do jornalismo.</p>
3	<p>Apesar de não estar trabalhando com jornalismo, considero que minha formação, principalmente na área de comunicação, é fundamental para meu papel de gerenciamento na minha área. Consigo ter uma visão geral dos processos da comunicação e hoje trabalho mais dentro da área de relações públicas.</p>
3	<p>Acho que só cheguei mais ou menos preparada para o mercado por conta dos estágios que fazia desde o terceiro semestre. Algumas cadeiras (especialmente [SIGILO]) não tinham nenhum tipo de acompanhamento da apuração durante o processo. Sinto que faltava conexão com o mercado, muito se discutia o que os veículos fazem, mas com a visão de professores que trabalharam no mercado 10, 15, 20 ou mais anos antes, até com técnicas datadas (via muito isso nas [SIGILO]). Sentia que faltava uma motivação para a gente se engajar na produção de reportagem. Achava muito bom a base teórica, mas acabava ficando crítica pela crítica quando não se aplicava isso de verdade. No fim, todos que saiam mais preparados era pelo estágio. Sem contar a falta de tecnologia para facilitar. É compreensível que a academia esteja sempre um pouco para trás (na minha época, nem se falava de dados, o que acho até compreensível), mas vejo que só se olha para as novidades de forma crítica, até irrealista. As redações estão cada vez mais enxutas, os materiais sobem no site com muita pressa, dialogar com mídias sociais e procurar formatos atraentes é ideal. Sem contar, que falta uma preparação para quem quer trabalhar por conta, como freela. No fim, acho que nenhuma cadeira me impactou mais fortemente. Acho que me ajudaram a moldar, em termos de senso crítico, mas aliado à formação que procurei em paralelo nas empresas que estagiei.</p>

3	Minhas duas influências diretas no trabalho que toco e na forma que enxergo minha forma de trabalhar são [SIGILO], nas cadeiras de diagramação e design e estudos da imagem e [SIGILO], com quem aprendi a organizar pesquisa e referências (fui bolsista 2 anos de pesquisa e ela também me orientou no meu TCC)
3	Acredito que a formação tem importância no sentido de ter um diploma e de ter tido experiência em estágios. A formação acadêmica colaborou muito pouco no sentido de o que aprendi/o que executo/ o que poderia ter aprendido. As cadeiras que mais colaboraram para o que desenvolvo são as que se relacionam com a produção de notícias/reportagens.
2	Minha formação acadêmica contribuiu bem pouco para o desenvolvimento/execução das minhas atividades profissionais atuais, porque não tive muito contato com comunicação digital/marketing. As cadeiras disciplinares que mais contribuíram provavelmente foram Jornalismo impresso e Webjornalismo.
2	O conhecimento específico adquirido na graduação não contribui diretamente para o desenvolvimento do meu trabalho atual e de trabalhos anteriores. No entanto, a vivência da faculdade como um todo contribuiu para meu amadurecimento como profissional. Acredito que esse amadurecimento teria acontecido também se eu tivesse frequentado outros cursos, não sendo especificamente relacionada ao Jornalismo.
2	Acredito que as cadeiras mais abrangentes como teorias da comunicação contribuíram bastante para a minha atuação profissional, principalmente na formação de um senso crítico diante da atividade. As cadeiras específicas do jornalismo foram importantes para a minha formação enquanto indivíduo, mas são é um conhecimento que utilizo na minha rotina profissional.

## APÊNDICE B – QUADRO COM MENSAGENS ENVIADAS PARA OS EGRESSOS DE JORNALISMO DA FABICO/UFRGS

<b>Enviado pelo Facebook em uma mensagem privada</b>
<p><b>Enviado entre os dias 8 e 12 de outubro</b></p> <p>Olá, bom dia! Meu nome é Alnilam Orga, estou no último semestre do curso de jornalismo e quero te convidar a participar de uma pesquisa que integra meu TCC. É só responder um formulário com dados gerais sobre você e sua situação profissional. É rapidinho, leva no máximo 5 minutos o processo todo. Estou enviando este mesmo questionário para todas e todos jornalistas formadas(os) na FABICO/UFRGS entre 2014 e 2019 para analisar como está a inserção destas(es) profissionais no mercado de trabalho.</p> <p><a href="https://forms.gle/19kbnJF2xo8ekREu9">https://forms.gle/19kbnJF2xo8ekREu9</a></p> <p>Muito obrigado por participar! Qualquer sugestão ou dúvida, pode me chamar aqui no meu perfil ou pelo email <a href="mailto:alnilamorga@gmail.com">alnilamorga@gmail.com</a></p>
<p><b>Enviado entre os dias 8 e 12 de outubro</b></p> <p>Olá, boa tarde! Meu nome é Alnilam Orga, estou no último semestre do curso de jornalismo e quero te convidar a participar de uma pesquisa que integra meu TCC. É só responder um formulário com dados gerais sobre você e sua situação profissional. É rapidinho, leva no máximo 5 minutos o processo todo. Estou enviando este mesmo questionário para todas e todos jornalistas formadas(os) na FABICO/UFRGS entre 2014 e 2019 para analisar como está a inserção destas(es) profissionais no mercado de trabalho.</p> <p><a href="https://forms.gle/19kbnJF2xo8ekREu9">https://forms.gle/19kbnJF2xo8ekREu9</a></p> <p>Muito obrigado por participar! Qualquer sugestão ou dúvida, pode me chamar aqui no meu perfil ou pelo email <a href="mailto:alnilamorga@gmail.com">alnilamorga@gmail.com</a></p>
<p><b>Enviado dia 20 de outubro para quem ainda não havia visualizado a mensagem</b></p> <p>Oi, tudo certo? Passando aqui só para avisar que amanhã é o último dia para responder esta pesquisa. Agradeço muito se você puder tomar um tempinho para isso! 😊</p>
<b>Publicado no Facebook, no grupo FABICO (<a href="https://bit.ly/2HzsfoG">https://bit.ly/2HzsfoG</a>)</b>
<p><b>Dia 08 de outubro</b></p> <p>[Ajudem um formando de jornalismo a analisar o mercado de trabalho das e dos jornalistas] Oi pessoal, tudo certo? Estou escrevendo meu TCC e quero convidar todas e todos jornalistas formadas(os) aqui na FABICO entre 2014 e 2019 (turma de 2019/02 inclusa) a participarem de um questionário para analisar como está a inserção destas(es) profissionais no mercado de trabalho. Eu mandei a pesquisa pra bastante gente pelo LinkedIn e aqui pelo Face, mas o Face me restringiu por achar que eu estava mandando spam (agora é desses kk), então se você se enquadra nessa descrição em negrito acima e puder participar, te agradeço muito! É rapidinho, não leva nem 5 minutos, neste link: <a href="https://forms.gle/19kbnJF2xo8ekREu9">https://forms.gle/19kbnJF2xo8ekREu9</a></p>
<p><b>Dia 20 de outubro</b></p> <p>E aí gente, boa noite! Depois de amanhã termina o prazo para responder o questionário do meu TCC. Estou investigando a inserção das e dos jornalistas formadas(os) aqui na FABICO entre 2014 e 2019 (turma de 2019/02 inclusa) no mercado de trabalho.</p>

Já mandei a pesquisa pra bastante gente, mas minha mensagem não deve ter nem chegado à caixa de entrada do Messenger de muitos aqui.

Sabe como vc pode me ajudar? Publique a mensagem abaixo no grupo de formandos de seu semestre. Me ajude a chegar a mais pessoas e ter um panorama mais completo da inserção de jornalistas no mercado de trabalho!

“Oi, tudo certo? Estou divulgando uma pesquisa para analisar como está a inserção de jornalistas formadas(os) na FABICO entre 2014 e 2019 no mercado de trabalho. Se enquadra na descrição acima? Participe e me ajude a construir um panorama mais completo sobre nossa profissão!

É rapidinho, não leva nem 5 minutos. É só acessar o link abaixo:

<https://forms.gle/19kbbkZF2xo8ekREu9>

O prazo para responder é dia 21 de outubro, quarta-feira, tá bem? Muito obrigado por participar! Qualquer sugestão ou dúvida, pode me chamar pelo email [alnilamorga@gmail.com](mailto:alnilamorga@gmail.com)”

**Enviado pelo LinkedIn em um convite para se conectar (Máximo de 300 caracteres)**

**Enviado entre os dias 8 e 12 de outubro**

Olá, bom dia! Estou me formando em jornalismo pela UFRGS e quero te convidar a participar de uma pesquisa que integra meu TCC. É só responder um formulário com dados gerais sobre você e sua situação profissional. É rapidinho, nesse link: <https://forms.gle/19kbbkZF2xo8ekREu9>

**Enviado entre os dias 8 e 12 de outubro**

Olá, boa tarde! Estou me formando em jornalismo pela UFRGS e quero te convidar a participar de uma pesquisa que integra meu TCC. É só responder um formulário com dados gerais sobre você e sua situação profissional. É rapidinho, nesse link: <https://forms.gle/19kbbkZF2xo8ekREu9>

**Enviado entre os dias 8 e 12 de outubro**

Olá, boa noite! Estou me formando em jornalismo pela UFRGS e quero te convidar a participar de uma pesquisa que integra meu TCC. É só responder um formulário com dados gerais sobre você e sua situação profissional. É rapidinho, nesse link: <https://forms.gle/19kbbkZF2xo8ekREu9>

## APÊNDICE C – REPRODUÇÃO DO QUESTIONÁRIO ENVIADO PARA OS EGRESSOS DO CURSO DE JORNALISMO DA FABICO/UFRGS

### Mercado de Trabalho para Jornalistas – Análise sobre as(os) profissionais egressas(os) da FABICO/UFRGS

Este questionário é parte fundamental de um trabalho de conclusão de curso sobre a profissão e o mercado de trabalho das(os) jornalistas formadas(os) na UFRGS entre 2014 e 2019. A pesquisa tem como objetivo identificar a inserção das(os) egressos da FABICO/UFRGS no mercado de trabalho e relacionar a formação em Jornalismo com o trabalho da(o) jornalista formada(o).

Segue abaixo um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Por gentileza, leia com atenção e marque, ao final, "Aceito" ou "Não aceito", para prosseguir às perguntas do questionário. Se você clicar em "Não aceito", será conduzida(o) ao final do questionário.

Título da pesquisa: Inserção dos egressos do curso de jornalismo da FABICO/UFRGS no mercado de trabalho

Nome do pesquisador responsável: Anilam Orga Marroquin

Contatos do pesquisador: (51) 992306651 ou [anilamorga@gmail.com](mailto:anilamorga@gmail.com)

Nome do orientador da pesquisa: Marcelo Ruschel Träsel

1. Natureza da pesquisa: Na condição de egressa(o) da UFRGS, você está sendo convidada(o) a participar desta pesquisa, cuja finalidade é realizar um levantamento sobre o mercado de trabalho de jornalistas egressas(os) da FABICO/UFRGS. Os objetivos específicos do estudo são: a) realizar um levantamento das vagas e cargos ocupados e das atividades realizadas por jornalistas egressas(os) da FABICO/UFRGS; b) identificar o quanto o ensino formal da graduação em jornalismo está contribuindo para as(os) jornalistas egressas(os) da FABICO/UFRGS; c) compreender o papel e os limites da(do) profissional de jornalismo no mercado de trabalho atual, contrastando este recorte com as pretensões do curso de jornalismo da FABICO/UFRGS.

2. Confidencialidade: Todas as informações pessoais coletadas neste estudo são estritamente confidenciais. Somente os pesquisadores terão conhecimento dos dados. As opiniões eventualmente expressas por você no questionário serão anonimizadas e agregadas antes da publicação, de forma a proteger a sua privacidade. Os documentos relacionados à pesquisa serão armazenados por um período mínimo de cinco anos.

**\*Obrigatório**

1. Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, declaro que me formei no curso de jornalismo da FABICO/UFRGS entre os anos de 2014 e 2019 e manifesto meu consentimento em participar desta pesquisa. \*

*Marcar apenas uma oval.*

Aceito *Pular para a pergunta 2*

Não aceito

**Identificação Geral****2. Em qual ano você concluiu o curso de Jornalismo na Fabico/UFRGS? \***

Este questionário dedica-se exclusivamente aos egressos do curso de Jornalismo e Comunicação Social/Jornalismo da Fabico/UFRGS, formados entre os anos de 2014 e 2019. Se você não faz parte desse grupo, marque a última alternativa, "Nenhuma das opções acima".

*Marcar apenas uma oval.*

- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018
- 2019
- Nenhuma das opções acima

**3. Com qual gênero você se identifica? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não responder
- Outro: \_\_\_\_\_

**4. Com qual categoria racial do IBGE você se identifica? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Branca
- Amarela
- Preta
- Indígena
- Parda
- Prefiro não responder
- Outro: \_\_\_\_\_

**Ensino Formal e Mercado de Trabalho**

5. A graduação em Jornalismo foi seu último contato com o ensino formal? Qual é seu grau de instrução atualmente? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Superior completo (A graduação em Jornalismo pela FABICQ/UFRGS foi meu último contato com o ensino formal).
- Realizei/estou realizando outro curso de Ensino Superior, além do Jornalismo.
- Pós-Graduação (Especialização realizada após a conclusão da graduação em Jornalismo).
- Mestrado
- Doutorado

6. Como você classificaria sua situação de trabalho atual? \*

Opções definidas a partir das classificações de emprego e desemprego do IBGE ([bit.ly/3jggm4s](http://bit.ly/3jggm4s)).

*Marcar apenas uma oval.*

- Estou desalentada(o) (Eu gostaria de trabalhar e teria disponibilidade, mas não estou mais procurando trabalho por achar que não encontraria). *Pular para a pergunta 7*
- Estou desocupada(o) (Estou desempregada(o), mas ativamente procurando por um trabalho). *Pular para a pergunta 7*
- Estou subocupada(o) (Minha jornada de trabalho é inferior a 40 horas semanas, mas gostaria e tenho disponibilidade para trabalhar mais). *Pular para a pergunta 11*
- Estou ocupada(o) (Estou empregada(o) no setor público ou privado, com ou sem carteira assinada, sou uma(um) profissional autônoma(o) ou sou uma(um) empregadora(empregador)). *Pular para a pergunta 11*
- Estou fora da força de trabalho (Dona(o) de casa que não trabalha fora, universitária(o) que dedica seu tempo somente aos estudos). *Pular para a pergunta 7*

### Última Experiência de Trabalho

7. Se você está desempregada(o) ou desalentada(o), considera que sua demissão foi consequência da pandemia de Covid-19? \*

Com a pandemia de Covid-19, muitas empresas tiveram que fazer corte de pessoal, gerando mais desemprego no Brasil. (Fonte: <https://bit.ly/3iHv1pD>)

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

8. Se quiser, informe a empresa na qual trabalhou por último.

\_\_\_\_\_

9. Qual era o seu cargo? \*

Designativo para função exercida (resposta aberta). Ex: Repórter especial, Analista de Mídias Sociais, Videomaker.

\_\_\_\_\_

10. Você considera que sua função mais recente era jornalística? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1      2      3      4      5

\_\_\_\_\_  
Não tinha nenhuma relação com o jornalismo      Plenamente jornalística  
\_\_\_\_\_

*Pular para a pergunta 14*



### Atividades Executadas e Relação com a Formação em Jornalismo

14. Assinale, entre as alternativas abaixo, as atividades executadas no desenvolvimento de seu trabalho atual ou de sua última experiência de trabalho. \*

Marcar quantas atividades forem necessárias. Caso não desenvolva nenhuma delas, marque a penúltima opção: "Nenhuma das atividades listadas".

*Marque todas que se aplicam.*

- Administrar veiculação de anúncios
- Analisar métricas de audiência (Sites e redes sociais inclusos aqui)
- Apurar notícias (Fact-checking incluso aqui)
- Assessorar políticos
- Atuar como profissional de UX/UI (diagramação e estruturação de apps)
- Captar vídeos
- "Codar" em alguma linguagem de programação
- Coordenar equipes
- Criar campanhas de publicidade online (Google Ads, Facebook Ads)
- Diagramar mídia digital (web design, interface de sites)
- Diagramar mídia impressa
- Editar textos
- Editar vídeos
- Engajar a audiência no processo de produção da notícia
- Fazer assessoria de imprensa
- Fazer locução para podcasts
- Fazer locução para rádio
- Gerenciar contas de redes sociais para sua empresa/terceiros
- Interagir com os seguidores por stories, reels (Instagram) ou TikTok
- Pós-produzir vídeos (VFX, SFX, Tratamento de cores, ...)
- Produz reportagens multimídia
- Produzir artes para redes sociais
- Produzir newsletter/email marketing
- Produzir telerreportagens para TV
- Propor pautas
- Propor, planejar e executar projetos editoriais
- Realizar entrevistas
- Redigir notícias
- Republicar notícias em blog ou em portal de notícias
- Responder comentários nas redes sociais
- Tratar áudio para podcasts
- Tratar dados para guiar notícias
- Nenhuma das atividades listadas

Outro:  \_\_\_\_\_

15. Considere a importância que sua formação acadêmica tem em relação ao desenvolvimento/execução das suas atividades profissionais: \*

Responda de acordo com seu emprego/trabalho atual. Caso não esteja trabalhando, considere sua última experiência.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Nenhuma importância	<input type="radio"/>	Fundamental importância				

16. Se quiser, descreva o porquê da última resposta, e qual área de conhecimento, ou cadeira disciplinar, mais contribuiu para isso.

---

---

---

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

## ANEXO A – GRADE CURRICULAR DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO DA FABICO/UFRGS

### 13 GRADE CURRICULAR

#### 3.1 DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS

Primeira etapa - 18 créditos obrigatórios:

Disciplina	Créditos	Pré-requisitos	Atividade	Súmula
Fundamentos da Notícia (BIB02...)	04	-	Teórico-prática	Notícia: conceitos e características. O acontecimento jornalístico. Critérios de noticiabilidade. Seleção e hierarquização das informações. Modos de construção do lide. Modos de titulação. Redação de notícia.
História do Jornalismo (BIB02...)	04	-	Teórica	O surgimento da imprensa no mundo. Os primeiros jornais. Modelos de jornalismo. A evolução do jornalismo nos séculos XIX e XX. A imprensa no Brasil. Características do jornalismo brasileiro nos vários períodos históricos. Jornalismo contemporâneo.
Fundamentos de Rádio e Televisão (BIB 02029)	04	-	Teórica	Rádio e televisão como meios de comunicação e indústrias culturais. Função social do rádio e da televisão. Linguagem sonora e audiovisual. História do rádio e da televisão. Tecnologia e radiodifusão. Legislação de radiodifusão.
Teorias da Imagem (BIB 02015)	02	-	Teórica	A imagem como representação visual e mental. Elementos da percepção. Tempo, espaço e movimento. Abordagens da percepção visual. A imagem e o espectador.
Comunicação, História e Sociedade (BIB 02143)	04	-	Teórica	O desenvolvimento da comunicação e seus contextos. Mudanças sociais produzidas pela comunicação, em uma perspectiva histórica. A comunicação como cultura, e suas relações com as transformações e/ou conservações sócio-culturais.

## Segunda etapa - 20 créditos obrigatórios:

Disciplina	Créditos	Pré-requisitos	Atividade	Súmula
Mídias Audiovisuais (BIB 02144)	04	Teorias da Imagem	Teórico-Prática	A linguagem visual e a linguagem sonora nos meios audiovisuais. As diferentes mídias audiovisuais. Especificidades da linguagem audiovisual para os diferentes meios audiovisuais. Exercícios em linguagem audiovisual. Especificidades no uso da imagem e do som pelas diferentes áreas da comunicação.
Ciberjornalismo I (BIB02...)	04	História do Jornalismo	Teórico-prática	Aspectos históricos. Teoria das mídias digitais. Características. Narrativas hipertextual e transmídia. Convergência jornalística.
Fundamentos da Entrevista Jornalística (BIB02...)	04	Fundamentos da Notícia	Teórico-prática	Teoria, técnica e tipos de entrevista jornalística. Importância e função da entrevista. Características e desenvolvimento de entrevistas no jornalismo impresso, no rádiojornalismo, no telejornalismo e no ciberjornalismo. A abordagem do tema e do fato. O entrevistador e o entrevistado. Prática de entrevista.
Fundamentos da Reportagem (BIB02...)	04	Fundamentos da Notícia	Teórico-prática	Planejamento e execução de pautas. As fontes no jornalismo. Métodos qualitativos e quantitativos de investigação jornalística. O texto da grande reportagem. A reportagem e o livro-reportagem. Produção e redação de reportagens.
Assessoria e Consultoria em Comunicação (BIB ...)	04	Fundamentos da Notícia	Teórico-prática	Aspectos históricos e marcos legais e éticos da atuação profissional no campo da Comunicação. Conceitos, modelos organizacionais e práticas integradas em "zonas de sombra" com a Administração (Marketing), Publicidade/Propaganda e Relações Públicas. Públicos, imagem e reputação. Relacionamento com as mídias.

## Terceira etapa - 18 créditos obrigatórios:

Disciplina	Créditos	Pré-requisitos	Atividade	Súmula
Comunicação e Cidadania (BIB02020)	02	26 créditos obrigatórios	Teórico-prática	A construção do cidadão e os espaços de cidadania. O papel da comunicação no contexto social atual e na construção da cidadania. As tecnologias de comunicação e a inclusão social. Cidadania no Brasil.
Teorias da Comunicação (BIB02022)	04	26 créditos obrigatórios	Teórica	Conceito de comunicação. O processo de comunicação. O objeto da teoria da comunicação. Paradigmas teórico-metodológicos da teoria da

				comunicação. Principais abordagens no estudo da comunicação.
Fotografia I (BIB02...)	04	Fundamentos da Reportagem	Teórico-prática	História, teorias e técnicas do fotojornalismo. Linguagem fotojornalística. Direitos autorais e direitos à imagem em fotojornalismo. Iniciação à produção e realização em fotojornalismo. Fotojornalismo em dispositivos móveis. Coletivos fotográficos.
Radiojornalismo I (BIB02034)	04	Fundamentos de Rádio e Televisão E Fundamentos da Entrevista Jornalística	Teórico-prática	Mensagem radiofônica. Segmento de radiojornalismo. Formatação de programas e de programação em radiojornalismo. Texto noticioso em rádio. Noticiário radiofônico: tipos, produção e edição. Entrevista e outras formas de apuração em radiojornalismo. Reportagem radiofônica: pauta, realização e montagem.
Teoria do Jornalismo I (BIB02043)	04	Fundamentos da Reportagem	Teórica	Escolas, paradigmas e pensadores sobre o jornalismo. Panorama das teorias do jornalismo. O jornalismo como conhecimento. Jornalismo e teorias da verdade. Subjetividade, objetividade e responsabilidade no jornalismo.

Quarta etapa – 20 créditos obrigatórios:

Disciplina	Créditos	Pré-requisitos	Atividade	Súmula
Cibercultura (BIB02023)	04	40 créditos obrigatórios	Teórica	Cultura e tecnologia. Trajetória do pensamento tecnológico. O campo dos estudos de cibercultura: conexão entre comunicação, cultura e tecnologia. Tópicos selecionados: estudos de caso e reflexões teóricas sobre suas principais idéias e pensadores.
Fotografia II (BIB02...)	04	Fotografia I E Teoria do Jornalismo I	Teórico-prática	Produção e realização avançadas em fotojornalismo. Narrativa fotojornalística. Fotojornalismo multiplataformas. Metodologias de pesquisa em fotojornalismo.
Telejornalismo I (BIB02035)	04	Fundamentos da Entrevista Jornalística E Teoria do Jornalismo I	Teórico-prática	Notícia na televisão. Estrutura, funcionamento e funções do telejornalismo. Produção e edição de boletins, notas, coberturas e entrevistas. Técnicas de reportagem: pauta, produção e edição. Técnicas de redação. Edição digital.

Radiojornalismo II (BIB02038)	04	Radiojornalismo I	Teórico-prática	Linguagem sonora aplicada ao radiojornalismo. Roteiro radiofônico. Noções de sonoplastia. Documentário radiofônico. Reportagens especiais.
Ciberjornalismo II (BIB02...)	04	Ciberjornalismo I E Teoria do Jornalismo I	Teórico-prática	Reportagem assistida por computador: jornalismo de precisão e jornalismo de dados. Jornalismo e redes sociais. Jornalismo Colaborativo. Tecnologias digitais e novas tendências do jornalismo.

Quinta etapa - 16 créditos obrigatórios:

Disciplina	Créditos	Pré-requisitos	Atividade	Súmula
Design Editorial (BIB02...)	04	Ciberjornalismo II	Teórico-prática	Dispositivos: suporte, forma, conteúdo. Fundamentos do design editorial: elementos, processos e práticas. Princípios técnicos para produção impressa, desktop e mobile.
Assessoria de Imprensa (BIB02...)	04	Assessoria e Consultoria em Comunicação E Fotojornalismo II	Teórico-prática	Relacionamento com os assessorados, veículos e a sociedade. Implantação, operação e avaliação de desempenho de estruturas operacionais. Discussão sobre as tarefas de "fonte" e "porta-voz". Ferramentas e produtos. Especificidades das assessorias segmentadas por atividade econômica ou social. Media training.
Teoria do Jornalismo II (BIB02045)	04	Teoria do Jornalismo I E Fotojornalismo II	Teórica	Aprofundamento de conceitos e princípios do jornalismo. Interesse público, pluralidade e credibilidade. O jornalismo como objeto teórico e a construção da problematização de pesquisa.
Telejornalismo II (BIB02039)	04	Telejornalismo I	Teórico-prática	Tipos de telejornais. Espelho e laudas. Paginação dos blocos. Telejornalismo em diferentes plataformas: linguagens não tradicionais. Finalização e apresentação ao vivo de telejornal de referência.

Sexta etapa - 20 créditos obrigatórios:

Disciplina	Créditos	Pré-requisitos	Atividade	Súmula
Metodologias de Pesquisa em Comunicação (BIB02026)	04	Teoria do Jornalismo II	Teórica	Métodos e técnicas de pesquisa aplicados ao campo da comunicação. Técnicas qualitativas e quantitativas e os conteúdos das mídias. Desenvolvimento do projeto de

				pesquisa individual sobre tema vinculado à comunicação. Elaboração do projeto de pesquisa do TCC.
Jornalismo e Cultura (BIB...)	04	Teoria do Jornalismo II	Teórico-prática	Mediação jornalística da cultura. Aproximações entre jornalismo e literatura. Laboratório de produção de narrativas.
Radiojornalismo III (BIB02041)	04	Radiojornalismo II E Teoria do Jornalismo II	Teórico-prática	Produção e realização de programas jornalísticos em rádio. Formatos de programas jornalísticos. Apresentação e condução de programas ao vivo. Entrevista no programa de rádio.
Telejornalismo III (BIB02042)	04	Telejornalismo II	Teórico-prática	Grande reportagem: pauta, produção e edição. Efeitos de áudio e vídeo. A paginação dos blocos. O texto. Finalização e apresentação.
Ciberjornalismo III (BIB02...)	04	Design Editorial	Teórico-prática	Fundamentos da reportagem multimídia. Elaboração de pauta e edição para narrativas hipertextuais. Elaboração de reportagens.

Sétima etapa - 20 créditos obrigatórios:

Disciplina	Créditos	Pré-requisitos	Atividade	Súmula
Ética e Jornalismo (BIB02047)	04	Ciberjornalismo III	Teórica	Ética e moral. Responsabilidade moral. Liberdade e autonomia. Bases filosóficas da ética. Sistemas baseados no dever, sistemas baseados nas consequências. Princípios-chave que orientam a deliberação ética. Principais abordagens da ética em jornalismo. Dilemas éticos no jornalismo contemporâneo.
Gestão em Jornalismo (BIB02...)	04	Ciberjornalismo III	Teórico-prática	O negócio da comunicação, os ambientes empresariais e o mercado da mídia. A construção do portfólio de produtos informativos para suportes midiáticos isolados e convergentes. Seleção, liderança e desenvolvimento de pessoas. A organização legal e financeira nas iniciativas empreendedoras coletivas e autônomas.
Jornalismo Impresso (BIB02...)	04	Design Editorial E Jornalismo e Cultura	Teórico-prática	Linguagem de revista. Pauta, reportagem e edição jornalística. Produção de revista-laboratório.
Laboratório de Jornalismo Convergente (BIB02...)	08	Telejornalismo III E Radiojornalismo III E Ciberjornalismo III	Teórico-prática	Desenvolvimento de produto laboratorial.

Oitava etapa - sem créditos obrigatórios - 210 horas:

Atividade	Créditos	Pré-requisitos	Atividade	Súmula
TCC	- [210 horas]	Metodologias de Pesquisa em Comunicação	Teórica	Atividade de pesquisa, regulada por Resolução específica.