UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
JORNALISMO

INSERÇÃO PROFISSIONAL E O PERFIL DOS EGRESSOS DO CURSO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

AMANDA BATISTA DOS SANTOS

São Cristóvão
2022

AMANDA BATISTA DOS SANTOS

INSERÇÃO PROFISSIONAL E O PERFIL DOS EGRESSOS DO CURSO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE NO CONTEXTO DAS NOVAS TECNOLOGIAS DIGITAIS

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção de título de bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe.

Orientadora: Profª Drª Messiluce da Rocha Hansen

São Cristóvão
2022

INSERÇÃO PROFISSIONAL E O PERFIL DOS EGRESSOS DO CURSO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE NO CONTEXTO DAS NOVAS TECNOLOGIAS DIGITAIS

Amanda Batista dos Santos

Data de aprovação: ____ / ___/ ____

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção de título de bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe.

BANCA EXAMINADORA

_____

Prof ª Dr ª Messiluce Hansen (Orientadora)
Universidade Federal de Sergipe

_____

Profª Drª Sônia de Aguiar Lopes (Examinadora)
Universidade Federal de Sergipe

_____

Profª Drª Patrícia Horta Alves (Examinadora)
Universidade Federal de Sergipe

RESUMO

A presente pesquisa é classificada como descritiva e seu desenvolvimento foi realizado mediante a articulação entre as metodologias da pesquisa documental e da revisão da literatura sobre o problema da profissionalização e dos impactos das novas tecnologias da informação e comunicação no Jornalismo e no ensino do Jornalismo. A pesquisa também teve como objetivo secundário traçar o perfil sociodemográfico dos egressos de jornalismo de 2019, 2020 e 2021 da Universidade Federal de Sergipe (UFS) e identificar suas percepções sobre a profissão e sua inserção no mercado de trabalho. O resultado da pesquisa aponta para a confirmação de tendências já consolidadas na literatura sobre o perfil de egressos dos cursos de jornalismo, como a pouca idade dos novos profissionais, a feminização da área, baixa oferta de empregos formais, desvalorização salarial, acúmulo de funções, a predominância do ingresso no curso por motivos de talento para a área ou afeição com a comunicação social e demandas do mercado de habilidades na área de gestão e produção de conteúdo para mídias sociais.

Palavras-Chaves: profissionalização do jornalista; jornalismo em ambiente digital; jornalismo brasileiro; jornalistas sergipanos; egressos de jornalismo UFS;

ABSTRACT

This research is classified as descriptive and its development was carried out through the articulation between the methodologies of documentary research and the literature review on the problem of professionalization and the impacts of new information and communication technologies in journalism and the teaching of journalism. The research also had as a secondary objective to trace the sociodemographic profile of journalism graduates from the classes of 2019, 2020 and 2021 of the Federal University of Sergipe (UFS) and identify their perceptions about the profession and their insertion in the labor market. The result of the research points to the confirmation of trends already consolidated in the literature on the profile of graduates of journalism courses, such as the young age of new professionals, feminization of the area, low supply of formal jobs, wage devaluation, accumulation of functions, the predominance of entry into the course for reasons of talent to the area or affection with social communication and market demands of skills in the area of management and content production for social media.

Keywords: Journalism. Professionalization. Teaching. Profile. Perceptions. Graduates. Federal University of Sergipe.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 — Atividades Desenvolvidas..... 32
Gráfico 3 — Principais desafios enfrentados pelos novos jornalistas.....33

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 10

1. O QUE SE ENTENDE POR PROFISSIONALIZAÇÃO DO JORNALISMO NO BRASIL 13

1.1 PROFISSIONALIZAÇÃO DO JORNALISTA: O PAPEL DA UNIVERSIDADE E A QUEBRA DA OBRIGATORIEDADE DO DIPLOMA 15

1.2 AS TRANSFORMAÇÕES DO JORNALISMO NO AMBIENTE DIGITAL 19

2. BREVES APORTES HISTÓRICOS SOBRE O DESENVOLVIMENTO E O SURGIMENTO DOS CURSOS DE JORNALISMO EM SERGIPE 22

3. ANÁLISE DO PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DOS EGRESSOS DE JORNALISMO 30

4.CONSIDERAÇÕES FINAIS 36

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 37

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA. PRINCÍPIOS INTERNACIONAIS DA ÉTICA PROFISSIONAL NO JORNALISMO. DISPONÍVEL EM: <HTTP://WWW.ABI.ORG.BR/INSTITUCIONAL/LEGISLACAO/PRINCIPIOS-INTERNACIONAIS-DA-ETICA-PROFISSIONAL-NO-JORNALISMO/>. ACESSO EM: 10 ABR. 2022. 37

APÊNDICE I – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS 43

1. INTRODUÇÃO

Qualquer fato ou evento que sofre mudança em sua síntese, sem que um novo modelo tenha surgido, é chamado de crise, conforme Sodré (1977) apud Lopes (2011). Ao apontar a instabilidade como sinônimo de crise, Sodré trouxe à tona uma das principais características que o perpassa o jornalismo moderno desde as décadas finais do século XIX, a saber: as constantes transformações. Desde o tempo das rotativas até a informatização das redações, os profissionais precisaram se adaptar e evoluir junto às novas tecnologias.

As crises vividas no jornalismo, seja pela necessidade de mão-de-obra especializada (OLIVEIRA, 2009) ou por outros motivos tais como a alta do papel para os impressos nos anos 1970, a chegada de computadores nas redações nos anos 1980, a queda da obrigatoriedade do diploma em Jornalismo para o exercício da profissão em 2009 (no Brasil), o surgimento de novos formatos jornalísticos, a tendência de declínio dos jornais impressos ou mesmo a saturação do mercado (LOPES, 2011) não foram capazes de acabar com a legitimidade da profissão ou desestimular a entrada dos mais jovens nela, pois as crises levaram à criação de novos postos de trabalho, à reformulação de grades curriculares e à extinção de modelos moribundos (Idem).

Contudo, aqueles que pretendem ingressar no mercado jornalístico se deparam com uma dura realidade. Salários baixos, desigualdade entre gêneros e acúmulo de funções são alguns dos desafios encontrados (NICOLETTI; THIBES, 2017). Apesar disso, novos profissionais são formados anualmente e acreditam no valor do jornalismo para a democracia.

De acordo com o último Provão realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) em 2001, o precursor do Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade), os cursos de jornalismo se destacaram na avaliação, pois tiveram maior concentração de cursos nos patamares mais altos (A ou B).

Na Universidade Federal de Sergipe, por exemplo, o curso em comunicação social com habilitação em jornalismo existe há 28 anos e seus

egressos fazem hoje parte do corpo de profissionais que atuam no campo da comunicação em Sergipe e em outros estados brasileiros. Nas últimas duas décadas, ingressaram 802 estudantes de jornalismo e 392 concluíram a graduação, segundo dados dos Anuários Estatísticos da UFS de 2002 a 2021. Neste mesmo período, o número de evasão chegou a 342, algo próximo a metade dos ingressantes desde a criação do Anuário. Tal realidade suscitou o interesse em estudar a situação do curso a partir da perspectiva dos egressos de Jornalismo da UFS, uma das principais instituições de ensino superior de Sergipe, com nota 4 no Índice Geral de Curso (IQC), o que a torna uma das melhores universidades do Nordeste, conforme levantamento do relatório institucional UFS em Números de 2021.

De forma mais específica, o objetivo desta pesquisa é identificar e descrever o perfil sociodemográfico e as percepções dos egressos do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS), nos anos de 2019 e 2021. A pesquisa também buscou colher informações para auxiliar o curso de Jornalismo da UFS a analisar a relação entre a formação oferecida e as atuais demandas do mercado de trabalho local. Para isso, foram levantadas questões sobre formação acadêmica em relação a demanda mercadológica.

Como justificativas para a realização de uma pesquisa sobre o perfil dos egressos de cursos de graduação, coloca-se as assertivas segundo as quais a compreensão dos processos de inserção no mercado de trabalho e de profissionalização das áreas, também contribuem para o entendimento dos desafios enfrentados pela categoria profissional, bem como para a promoção de debates entre os membros do campo sobre as profissões. Além do mais, pesquisas neste âmbito podem influenciar o poder público na criação e melhoria de direitos trabalhistas e na regulamentação profissional. Apesar da relevância do tema, o último grande levantamento sobre o perfil dos jornalistas foi o consolidado em 2012, pela Universidade Federal de Santa Catarina. Embora ela tenha proposto uma nova pesquisa, que coletou dados até setembro de 2021, a maioria dos levantamentos sobre o perfil desses profissionais datam do início dos anos 2000.

Inserindo-se nesse contexto, a presente pesquisa buscou sistematizar e coletar dados sobre o perfil de profissionais recém-formados, egressos do

curso de Jornalismo da UFS. Para a constituição de seu corpus, a pesquisa restringiu seu foco aos egressos de 2019, 2020 e 2021.

A fim de alcançar os objetivos propostos, foram coletas informações por meio da aplicação de questionários on-line na plataforma *Google Forms*, entre 15 de abril a 15 de maio de 2022, a fim de mapear características como gênero, renda familiar, localização do trabalho, motivações para o ingresso no curso, habilidades, acesso ou interesse à pós-graduação, trajetória profissional, opinião acerca da regulamentação da profissão, carga horária de trabalho, percepções sobre a grade do curso, atividades desenvolvidas no mercado e o grau de satisfação com a profissão.

As pesquisas bibliográfica e documental tiveram como objetos centrais a história da profissionalização do jornalismo no Brasil, mudanças na área e no perfil dos jornalistas, pesquisas nacionais sobre o campo profissional e de trabalho do jornalismo e relatórios e anuários estatísticos da UFS.

Formalmente, esta monografia é composta por três capítulos incluindo a Introdução, dedicada à contextualização e descrição da pesquisa; o Capítulo 1, onde é realizada uma revisão da literatura sobre a profissionalização do Jornalismo no Brasil; o Capítulo 2, cujo foco é oferecer um panorama geral sobre o Jornalismo em Sergipe; o Capítulo 3, no qual são apresentados os dados colhidos mediante a pesquisa documental e a aplicação dos questionários e as Considerações finais, dentre as quais destaca-se a confirmação de um perfil jovem de profissionais, na faixa etária de 20 a 24 anos, a feminização da área, a presença de percepções de baixa oferta de empregos formais, desvalorização salarial, acúmulo de funções e a predominância do ingresso no curso por motivos de talento para a área ou afeição com a comunicação social.

1. O QUE SE ENTENDE POR PROFISSIONALIZAÇÃO DO JORNALISMO NO BRASIL

Desde seu surgimento em território nacional, o jornalismo passou por uma série de transformações. A começar pelo status de jornalista como profissão que não existia no Brasil até meados do século XX (LOPES, 2011). O que se via, na época, era uma série de diversos profissionais, especialmente advogados, intelectuais e jornalistas sem formação acadêmica que escreviam em periódicos, mas que não possuíam formação específica (OLIVEIRA, 2009).

O crescimento da industrialização, o desenvolvimento dos meios de transporte e a difusão de novas tecnologias levaram ao crescimento das empresas de comunicação e à necessidade de um aprimoramento técnico, assim a classe poderia adquirir prestígio social e monopolizar a carreira, o que geraria maior qualidade no produto jornalístico e proporcionaria melhora nas condições de trabalho (Ibdem).

Para alcançar o padrão de qualidade almejado, o acesso ao curso superior foi essencial, pois revestiu o jornalismo de “cientificidade” e criou uma bagagem cultural para aqueles profissionais. De acordo com Petrarca,

> Os papéis das faculdades e dos cursos de comunicação eram o da realização da cultura e o da consolidação de um saber que permitisse impulsionar o progresso do país. Um exemplo dessa formação pode ser encontrado nos próprios currículos dos cursos de jornalismo, cujo centro era basicamente a formação humanística [...] A universidade e os cursos foram concebidos, desde o seu nascimento, mais como um instrumento de ação política do que um lugar de produção científica, de realização de pesquisa e de formação técnica. Nesse sentido, a universidade tinha como objetivo formar uma elite capaz de organizar e delinear os rumos do país (2010, p. 89).

Além da formação específica voltada para cultura e politização dos jornalistas, a criação de sindicatos e o discurso da objetividade foram aspectos que colaboraram para a identidade profissional da área (LOPES, 2011). Assim, o jornalismo consolidou seus próprios princípios, como imparcialidade, neutralidade e atualidade, e estabeleceu um modus operandi que o distanciava das demais profissões em meados do século XX (CHALABY *apud* FRANCISCATO, 2007).

Segundo Petrarca (2010), já envolto pela profissionalização iniciada na Era Vargas, e diante de direitos trabalhistas e cargos regulamentados pelo poder federal, os valores jornalísticos foram novamente endossados na luta

pela liberdade de expressão diante da ditadura militar que assolava o país. Ainda segundo a autora: “Nos anos mais difíceis da ditadura, após 1968, a ética, as normas e os objetivos profissionais foram defendidos, como uma forma de enfrentamento ao golpe militar.” (2010, p. 90).

A década de 1970 também foi marcada pela alta do papel dos jornais e fechamento de diversos veículos diante do aumento dos produtos importados, Lopes (2011), o que reforça os dilemas vividos na profissão, pois, se por um lado vários jornais alcançaram o reconhecimento do público, por outro, não possuíam verba suficiente para se manterem de pé diante do regime militar.

Na década seguinte, com a chegada de computadores às redações do Rio de Janeiro e São Paulo, organizações como sindicatos e instituições de ensino criticaram o novo jeito de fazer jornalismo, pois temiam que os cursos de graduação não se adaptassem na velocidade que o mercado exigia, já que isso implicaria numa formação defasada dos novos profissionais (Idem), além das demissões que a chegada dos computadores impôs com a extinção de certos cargos (BALDESSAR, 2005). Conforme Lopes,

> Os impactos da tecnologia sobre as profissões são fortes a ponto de extinguir funções, alterar modus operandi, conferir novo ritmo, criar novas ansiedades e diminuir outras, motivar formações em novas competências. Elas movimentam não apenas o campo dos fazeres, mas também o dos saberes e dos valores. (2011, p. 64).

Assim, a automatização iniciada nos anos 1980 deu início ao jornalismo brasileiro nos moldes atuais, com suas vantagens e dilemas. Com eles, o aumento da precariedade se tornou uma tendência trazida pela busca de maior lucratividade das empresas do setor jornalístico.

Nos Estados Unidos, por exemplo, essa tendência levou ao enxugamento das redações e a uma maior instabilidade na carreira (NEVEU, 2001). A produção de notícias “leves” e a priorização de editorias que mais atraem o público, como cultura e esportes, em detrimento daquelas consideradas “sérias” e de pouco apelo, como economia e política, são sinais do crescimento do jornalismo de mercado (NEVEU, 2001, p. 158) que visa a maior lucratividade possível, afeta o modo de fazer jornalístico e a valorização dos seus profissionais, que a cada dia se deparam com a pejotização da área, estágios gratuitos e trabalhos momentâneos, os famosos “freelancers”.

Esse tipo de jornalismo deságua na precarização do trabalho e na dissolução do jornalista numa espécie de “profissional da informação” que atua como publicitário, designer, assessor de relações públicas, fotógrafo, editor, mas que não recebe remuneração ou reconhecimento pelos serviços prestados. Assim, a precarização da profissão, o acúmulo de funções e a “flexibilização” da jornada de trabalho e dos vínculos empregatícios, Fígaro (2013), tornaram o mercado insalubre para os agentes da comunicação.

Esses entraves afligem profissionais de todo o mundo, contudo, no Brasil, há um agravante. De acordo com o “The Global Expression Report”, relatório produzido pela Article 19, o Brasil registrou 52 pontos na escala da liberdade de expressão, valor considerado mediano, já que a classificação varia entre 0 a 100. Este foi o pior resultado desde 2010, quando a organização passou a fazer o monitoramento no país. Os dados apresentados no relatório evidenciam a problemática vivida por jornalistas brasileiros em meio à pandemia e aos ataques advindos do governo federal. Segundo a diretora executiva do Article 19 no Brasil, Denise Dora, “foram registradas 464 declarações feitas pelo Presidente da República, seus ministros e assessores próximos que atacam ou deslegitimam jornalistas e o seu trabalho, nível de agressão pública que não é visto desde o fim da ditadura militar”. Por essas e outras questões, os jornalistas encontram um terreno politicamente conturbado para o exercício de sua profissão, tornando ainda mais complexas as pressões exercidas pela necessidade de adaptação ao novo contexto midiático criado pelas tecnologias digitais.

Na seção seguinte, será empreendida uma breve contextualização dos problemas abertos pela quebra da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão no Brasil.

1.1 PROFISSIONALIZAÇÃO DO JORNALISTA: O PAPEL DA UNIVERSIDADE E A QUEBRA DA OBRIGATORIEDADE DO DIPLOMA

De acordo com os Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo da Unesco (1983), informação é um bem social e deve ser tratada como tal. Assim, o jornalista como porta-voz deve fazer juízo às suas

obrigações sociais e profissionais, sem que o campo econômico se sobressaia diante do direito à informação.

O impasse vivido no jornalismo ao precisar atender as demandas do mercado e da sociedade ao mesmo tempo, está presente desde a fundação da área como campo acadêmico. O tema despertou o interesse de diversos autores, como Lowenstein (2000) e Reese (1999), que apontaram as consequências do dilema para professores e alunos.

> Por um lado, os professores de jornalismo procuram satisfazer as exigências das organizações noticiosas, fornecendo um fluxo consistente de licenciados prontos para entrarem nas redações. Por outro, é exigido às escolas de jornalismo que cumpram os padrões académicos - que classificam o ensino universitário como algo que ultrapassa o mero treino vocacional (PETER COLE E SKINNER at al, ano, p. *apud* COELHO, 2013, p. 257).

Seguindo a mesma linha de Cole e Skinner, (REESE, 1999, p. 74) destaca “Os estudantes de jornalismo são treinados, em grande medida, tendo por referência a necessidade de encontrarem emprego”, o que pode levar a uma formação pouco teórica ou que deixe de lado questões éticas e sociais.

Uma das justificativas para o ensino voltado ao mercado é que o campo profissional leva em consideração aptidões individuais acima da formação acadêmica (COELHO, 2013). Entretanto, em diversos países da Europa, como a Alemanha, por exemplo, “há décadas que recrutam, com sucesso, licenciados em jornalismo, apesar das críticas negativas que fazem aos programas dos cursos” (Idem, p. 259). Por isso, o autor questiona se continua fazendo sentido o fato de as universidades priorizarem as demandas do mercado, enquanto já se consolidou como a maior fornecedora de novos profissionais (Ibdem).

Dada a importância da formação específica do jornalista na sociedade, em 2007, a Unesco buscou elaborar um modelo de currículo de jornalismo tendo em vista “a promoção da democracia” por meio de uma formação completa (2007, p. 4).

A solução, neste caso, seria uma terceira via, que dependeria das universidades e

> de todos os agentes que promovem e legitimam a aquisição do saber, que assumam o jornalismo como um processo de comunicação passível de o fazer participar na reconstrução do espaço público (...) este é o caminho; e

> os resultados desta investigação devem chegar, rapidamente, ao ensino, e, como consequência, ao jornalismo (COELHO, 2013, p. 125)

Por 40 anos foi necessário possuir graduação em jornalismo para exercer a profissão no Brasil. Conforme Maia e Pereira (2016), o processo para derrubar a obrigatoriedade do diploma surgiu em 2001, resultado de uma ação do Ministério Público de São Paulo. Embora instituições como a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), o sindicato de Jornalistas de São Paulo e a União tenham recorrido e obtido êxito na revogação da decisão, o processo foi encaminhado ao Supremo Tribunal Federal. No dia 17 de junho de 2009, por oito votos a um, o STF derrubou a obrigatoriedade do diploma. Dentre as razões para manter a profissão aberta a todos aqueles que optassem por aderir ao título de jornalista, o relator do processo, Gilmar Mendes, comparou a atividade à culinária e outros ramos profissionais, nos quais o interessado pode aderir todas as técnicas necessárias no exercício da profissão (Idem).

No Brasil, o diploma de jornalismo é facultativo como em diversos outros países do mundo, tais quais Estados Unidos, Espanha, Austrália, China, Holanda e Suécia. Nessas e em outras federações, o poder público utiliza argumentos como a necessidade de manter aberta a profissão que se relaciona de forma tão acentuada com a liberdade de expressão e que está em constantes transformações, a “inexistência” de um campo do conhecimento majoritariamente coeso e a notoriedade de jornalistas que nunca passaram pelo ensino formal da área, (CAMPONEZ, 2018).

Segundo Sandra Marinho (2011), embora válidos, os argumentos contra a formação específica desconsideram diversas consequências negativas, tanto para o jornalismo em si quanto para as sociedades democráticas. Um deles, é que profissionais notáveis e autodidatas eram fruto da inexistência de cursos em jornalismo e que a reverberação dos erros era muito menor, já que, atualmente, o jornalismo possui um alcance maior com produções multimidiáticas.

Assim como Marinho, Scherer (2011) citado por Camponez (2018), defende que o exercício da profissão vai além das competências técnicas, que por si só cobram novos saberes dos jornalistas, como edição de metadados,

de ferramentas busca, de elaboração de relatórios de insights, dentre outras atribuições necessárias no jornalismo digital.

Para Camponez (Ibdem), a qualidade da informação e o interesse público devem estar acima dos demais argumentos para a obrigatoriedade do diploma, por isso, é vital ensinar aos novos profissionais os valores e técnicas passados pela universidade. García (2012) também defende que os jornalistas, como mediadores de informação num mundo profundamente intrincado, precisam da formação sistêmica oferecida pela academia.

Em face da “liquefação” da profissão, Camponez aponta que a união entre novas ferramentas, softwares e a não-obrigatoriedade do diploma colaboram para tornar o jornalismo um campo de conhecimento teórico e prático sem contornos bem definidos, o que contribui para a redução da profissionalização (Ibdem).

> Surgiram: produsers (mistura entre utilizadores e produtores da informação), publireportagens (miscigenação entre o discurso jornalístico e a estratégia publicitária), infoentretenimento (conteúdos de informação e entretenimento), native advertising, corporate Journalism ou brand Journalism que, mais do que jornalismo, é um boundary work (Fidalgo, 2017). Estas expressões refletem a atualidade de formas crescentes de mestiçagem de tarefas, de narrativas, de novas funções normativas e de perfis profissionais híbridos, acelerando a banalização do jornalismo e a sua desprofissionalização (CAMPONEZ, 2018, p. 26).

Mais do que a banalização, a desprofissionalização compromete a legitimidade de uma área historicamente essencial para a democracia. Sem uma formação bem-estruturada, "o jornalismo poderia agravar, se mal inspirado, os desajustamentos entre grupos, classes e partidos", (MEDITSCH, 2004, p. 28).

Assim como os demais, Coelho (Ibdem) defende que, apesar da formação “na prática” satisfazer parte da classe, se o jornalismo possuísse uma base sólida de saberes que pudesse ser fiscalizada, sua legitimidade seria fortalecida.

Edström *at all* (2016) vai além e explica que o fechamento da profissão não implica num fechamento geral para com a sociedade, mas sim, numa reconstrução do jornalismo encabeçada por seus profissionais. Segundo os autores,

> O desafio visa evitar a diluição do jornalismo, confrontado que está por visíveis processos de desprofissionalização, de mercadorização dos seus

> conteúdos e de banalização das suas competências. Essa redefinição tem como pressuposto que as democracias continuarão a precisar de um jornalismo capaz de manter cidadãos bem-informados e visões críticas e olhares escrutinadores (2016, p. 27).

Essas considerações tornam-se ainda mais relevantes quando colocadas no contexto das transformações do jornalismo no ambiente digital, tema da próxima seção.

1.2 AS TRANSFORMAÇÕES DO JORNALISMO NO AMBIENTE DIGITAL

Multimidialidade, hipertextualidade e instantaneidade são algumas das características das fases iniciais do jornalismo digital (MACHADO; PALÁCIOS, 2003).

Segundo García e Meireles (2017), as transformações acarretadas pelas ferramentas digitais no jornalismo tendem a um mercado descentralizado, cooperativo e precário. Além disso, as mutações transpassariam a ordem das funções para a mentalidade dos profissionais. “Em princípio, a autonomia jornalística lidaria mal com a pressão dos gestores pela imposição dos valores de mercado no seu trabalho, mas estão a ocorrer mudanças no quadro mental do jornalista” (GARCIA; MEIRELES, 2017, p. 166).

Para Coelho (Ibdem), a internet não só amplificou a interferência do mercado na profissão, mas também abriu espaço para oportunidade de se fazer um novo jornalismo. Apesar da profunda relação com os avanços dos meios de comunicação, desde a máquina de impressão ao telégrafo, passando pelo rádio, televisão, satélite, cabo e pelas plataformas multimídiáticas, o autor defende “a tecnologia atua mais sobre a forma do que sobre o conteúdo do jornalismo, mesmo quando a primeira tem naturais reflexos na segunda” (Idem, p. 119). Nas palavras de Betty Medgser,

> Novas e poderosas ferramentas podem ser usadas para melhorar o jornalismo e não devem ser vistas como um elemento exterior incontrolável que determine o conteúdo do jornalismo, e que, apesar da distribuição instantânea que possibilita, diminua ou erradique os valores que o moldam – justiça, honestidade, precisão e integridade. (2000, p. 202 apud Coelho, 2013, p. 119).

A crossmedia vivenciada na TV, no rádio e nos jornais impressos (publicados na versão digital) são sintomas da nova era no jornalismo. A

distribuição de conteúdo nas redes sociais, a interação com o público e o modelo de negócio baseado em cliques são algumas das alternativas para manter o interesse do público e a empresa sustentável financeiramente (LOPES; BONISEM, 2019). Para atender a demanda do novo mercado, é necessário um profissional capacitado para produção de conteúdo multimídia e que esteja atento às tendências modernas, embora as novas exigências cheguem junto com o acúmulo de funções e horas extras sem remuneração (Ibdem).

Ao concordar com Medgser (2000), Coelho (Ibdem) sinaliza que um dos principais impactos da tecnologia é na "operatividade" do fazer jornalismo: seja com aumento da instantaneidade, a diminuição dos custos operacionais ou na forma como o produto final é distribuído. Essa característica também leva a um fazer jornalístico cada vez mais solitário se comparado ao modelo tradicional, afirma Silva (2013).

"É hoje muito mais barato ser jornalista do que era há cinco ou dez anos. Com um telefone móvel, uma câmara portátil e um computador com Internet, os jornalistas tornaram-se muito mais produtivos", (BECKETT, 2008, p. 13) destaca o autor sobre uma das muitas vantagens do jornalismo frente às novas tecnologias . Em conformidade, Mattos (2013) faz coro à redução de custos e aponta para a facilidade de armazenamento e recuperação de informações como possíveis causas do barateamento da profissão.

Além da diminuição de custos, outro impacto das novas tecnologias é na interatividade com o público leitor ou a audiência. A participação ativa do público na construção da notícia, a navegação pelos hiperlinks na construção da informação, o acesso aos diversos portais e os filtros de conteúdo são algumas das possibilidades do novo consumidor. (CANAVILHAS,2014).

Canavilhas (Idem) também ressalta a necessidade de produzir conteúdo de acordo com as novas possibilidades, com foco nas principais características do meio digital. Para isso, é necessário pensar fatores como layout, linguagem, volume do texto, distribuição de parágrafos, onde colocar hiperlinks, botões, menus, layout para smartphones, além de diversos outros recursos digitais, (OLIVEIRA; JORGE, 2015, p. 119).

Apesar das vantagens, com as novas possibilidades surgiram novas controvérsias, como o problema da checagem (BIANCO, 2004) e a difusão de

fake News. Por isso, “cabe aos jornalistas a verificação dos factos através da recolha dos dados junto das fontes” (BIANCO, 2004, p. 11).

Para Salaverría (2015, p. 83) “Nunca o jornalismo contou com semelhantes possibilidades para cumprir melhor a função social que lhe corresponde”, embora outros autores sejam mais pessimistas quanto à realidade do jornalismo no ambiente digital, como Broddason,

> No longo prazo, à medida que o processo de recolha e distribuição de notícias fique disponível para o público em geral, a função de guarda portão do jornalista irá diminuir e os jornalistas, enquanto grupo, provavelmente serão confrontados com a desprofissionalização, ou mesmo pior, a inutilidade. ((*apud* COELHO, 2013, p. 198).

Seguindo a mesma linha de Bianco (2004) e contrariando Broddason, outros autores defendem a presença cada vez mais necessária do jornalista como intermediário da informação,

> As qualidades que têm sido associadas há séculos ao bom jornalismo - objetividade, capacidade analítica, autoridade interpretativa, integridade na investigação e na reportagem, coragem perante a pressão das elites - aumentarão de valor à medida que o número dos que emitem informação se expande, atingindo milhões de milhões (COELHO, 2013, p. 199)

Graças a essa tendência do jornalista como filtro da informação e ao barateamento da produção, Coelho (Ibdem) destaca que uma das consequências é o aumento de cooperativas e organizações de jornalistas independentes, com novas formas de conexão com o público, uso de redes sociais e ferramentas multimidiáticas. Segundo ele, “todos, naturalmente, representam modelos de negócio incertos, mas solidificam a ideia da necessidade de inovação para a prática do jornalismo na era digital” (2013, p. 108).

Assim como em todo o mundo, os jornalistas sergipanos se depararam com as vantagens e empasses dos novos meios de comunicação. É possível observar o impacto destes na história da ascensão e declínio dos jornais impressos sergipanos, no surgimento de cursos voltados para criação de profissionais capacitados para lidar com a tecnologia de cada época e na atualização da grade curricular do curso de jornalismo da Universidade Federal de Sergipe, temas que serão abordados na próxima seção.

2. BREVES APORTES HISTÓRICOS SOBRE O DESENVOLVIMENTO E O SURGIMENTO DOS CURSOS DE JORNALISMO EM SERGIPE

Em Sergipe, os principais meios de comunicação são de propriedade de políticos e famílias tradicionalmente ligadas à política, Franciscato e Sousa (2020). Este fato sempre influenciou diretamente no desenvolvimento do jornalismo no estado, mas outros fatores também foram cruciais, tais quais vulnerabilidade financeira dos veículos locais, as instituições sociais pouco atuantes, a ausência de uma cultura local dominante e as limitações técnicas e acadêmicas (Idem).

Os primeiros impressos regulares de Sergipe datam de 1832. Nessa época, surgiram jornais como o Recompilador Sergipano, fundado pelo Monsenhor Antônio Fernandes da Silveira, que foi sucedido por outros jornais do interior do estado que possuíam vida curta, Barreto (1994) citado por Franciscato e Sousa (2020).

Assim como em todo o Brasil, os impressos produzidos em Sergipe eram divididos entre jornais da corte e jornais que lutavam por questões sociais, como a independência do Brasil e o fim da escravidão (Idem).

Durante os primeiros anos do século XX, a produção do jornalismo sergipano superou a fase artesanal e esporádica para se tornar diária e industrializada graças ao desenvolvimento dos meios de transporte, fácil acesso ao telégrafo e melhoria nas rotativas, segundo Souza,

> Seus agentes perceberam, enfim, que este empreendimento poderia tornar-se economicamente rentável. A tipografia perde o seu caráter artesanal para situar-se numa linha de produção que exige aparelhamento técnico e manipulação competente. A pequena imprensa não desaparece inteiramente, mas é pouco a pouco substituída por estruturas industriais com racionalidade capitalista (2001, p. 43).

Na época, os principais jornais do estado eram a Folha de Sergipe, O Estado de Sergipe, Correio de Aracajú e Diário da Manhã (Ibdem). Para reivindicar sua legitimidade e profissionalismo, os jornais reafirmavam o compromisso com os fatos, a imparcialidade e a atualidade em suas páginas. Os concorrentes Correio de Aracajú e Diário da Manhã eram os principais atores desse movimento (FRANCISCATO, 2008). Dentre as estratégias utilizadas, estavam: posicionamento editorial na primeira página, cobrança de

neutralidade, sobriedade e atualidade das notícias, responsabilidade pelo conteúdo publicado, crítica ao jornalismo partidário, correções ortográficas e de informação, reforço da credibilidade com transcrição de elogios por parte do público ao jornal, além de denúncias por plágio ou transcrições literais. Ainda segundo Franciscato,

> A constituição do campo do jornalismo em Sergipe foi um processo que, além de fatores de ordem econômica, tecnológica, política e sociocultural, ocorreu por meio de um processo argumentativo conduzido pelos próprios jornalistas na disputa por afirmação de princípios [...] nesse embate, os jornais geraram uma interação discursiva que se realizava com a circulação pública dos argumentos no momento em que cada edição ia às ruas. O jornal conduzia, então, na periodicidade de seu ritmo de circulação, o próprio ritmo do debate sobre questões referentes ao campo do jornalismo (2008, p. 15).

Nas décadas seguintes, o estado conquistou suas primeiras emissoras de rádio e o primeiro jornal diário, chamado Gazeta Socialista, fundado pelo empresário e senador Orlando Dantas (DANTAS, 1997, *apud* FRANCISCATO; SOUSA, 2020).

Já no período do regime militar, Sergipe possuía 4 emissoras de rádio, um jornal semanal, o jornal oficial do governo (Diário Oficial do Estado de Sergipe) e um periódico irregular (Ibdem).

A partir da década de 1970, o estado presenciou uma consolidação dos meios de informação com a inauguração da primeira emissora de TV do estado (a TV Sergipe), a criação do Sistema Telebrás e o surgimento de um grupo comercial de comunicação impulsionado pelo empresário e político Augusto Franco. As flutuações entre nascimento e morte de periódicos, bem como a compra de emissoras e rádios por parte dos políticos sergipanos se estendeu até início do século XXI, quando veículos e seus proprietários foram consolidados (FRANCISCATO; SOUSA, 2020).

Devido ao crescimento da demanda por um jornalismo profissional e ao aumento da área da comunicação no estado, os primeiros cursos com formação específica surgiram por volta da década de 1980. Dentre eles, a graduação em jornalismo da Universidade Tiradentes, em 1985. Na época, Faculdades Integradas Tiradentes. Foi uma das primeiras do estado, datada de 1985, de acordo com o Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Tiradentes (2018). Naquele período, a formação voltada apenas para rádio, impressos e TV era muito bem-vinda, pois o

mercado ansiava por profissionais plenamente capacitados para o setor que despontava a todo vigor (FRANCISCATO, 2008).

Quase 20 anos depois, surgiu o curso de jornalismo da Universidade Federal de Sergipe, em 1993, de acordo com o Projeto pedagógico do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (2015). O curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo foi solicitado desde a criação da universidade, em 1968, mas entrou em funcionamento apenas na década de 1990, com o ingresso de 15 alunos. Dentre as justificativas para criação do curso, estava a necessidade de profissionais qualificados e a criação de um espaço voltado para o pensamento crítico sobre a comunicação no estado (Ibdem). Durante os primeiros anos, os alunos sofreram com o baixo número de docentes e baixo investimento em equipamentos. Porém, aos poucos, o curso ganhou destaque e se tornou uma das principais instituições escolhidas dentre as graduações presenciais ofertadas em Sergipe.

De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo, entre 2011 e 2015 o número de inscritos aumentou em 75% por conta de iniciativas como “adesão ao Reuni e ao Enem, além da política de cotas – e externa, como a maior mobilidade populacional na e para a região, em função dos índices socioeconômicos favoráveis” (2015, p. 6). Além do aumento de inscritos, a “feminização” do curso e distribuição mais igualitária de vagas entre rede pública e privada foram outras mudanças observadas (Ibdem).

Ainda segundo o Projeto Pedagógico,

> O objetivo do Curso de Jornalismo da UFS é, então, considerando os traços gerais da região Nordeste, os quais expressam em boa parte a realidade do mercado de mídia e da profissão de jornalismo em Sergipe, formar profissionais com competência teórica, técnica, tecnológica, ética, estética para atuar criticamente na profissão, de modo responsável, comprometido com a liberdade de expressão, o direito à informação, a dignidade do exercício profissional e o interesse público. Estimula-se, em sua formação, o espírito empreendedor, a capacidade intelectual e o domínio científico, de forma que seja capaz de conceber, executar projetos inovadores que respondam às exigências contemporâneas e ampliem a atuação profissional em novos campos (2015, p. 9).

Foi pensando nos objetivos do curso e nas Novas Diretrizes Curriculares Nacionais, criadas em 2013, que o Projeto Pedagógico estabeleceu uma nova grade curricular, voltada para o ensino teórico das diversas linhas do

jornalismo, com ênfase no papel social do jornalista e em seu dever para com a verdade dos fatos.

> Há, no jornalismo, uma atividade de mediação cognitiva entre o mundo dos fatos e as pessoas para as quais estes fatos possam interessar. É um processo que opera tensões e desafios tanto no aspecto prático, quanto no nível teórico, pelos possíveis enquadramentos teóricos sobre a concepção de verdade, fundamento da atividade jornalística. Esta só é alcançada se o discurso do jornalista for construído a partir de informações verdadeiras sobre os fatos. Compete então ao projeto pedagógico do Curso de Jornalismo que, reconhecendo a concepção de verdade como valor fundamental do jornalismo, oferecer ao aluno as múltiplas matrizes teóricas que lhe permitam desenvolver uma compreensão reflexiva rica sobre esse preceito normativo (Ibdem, 2015, p. 12-13).

Para atingir os objetivos propostos, o Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo estabelecido em 2015 divide a formação em seis eixos: I – Eixo de Fundamentação Humanística (voltado para formação histórica, conhecimento das instituições jurídicas e econômicas, da geografia política nacional, dentre outros); II – Eixo de Fundamentação Específica (promoção de conhecimento histórico, epistemológico e ético do jornalismo); III – Eixo de fundamentação Contextual (ensino das teorias da comunicação, regulamentação de sistemas de mídia, cibercultura, dentre outros aspectos gerais da comunicação); IV – Eixo de formação Profissional (destinado a união dos ensinamentos teóricos e práticos para atuação profissional); V – Eixo de Aplicação Processual (prática do uso de diversos suportes, a fim de promover a dinamicidade do profissional), e, por fim, VI – Eixo de Prática Laboratorial (tem por finalidade unir os demais eixos no exercício de atividades inerentes à profissão).

De forma resumida, a grade curricular estabelecida tem por finalidade fazer o estudante compreender a importância social do jornalismo, seu desenvolvimento histórico e impacto no âmbito nacional, desenvolver habilidades práticas adequadas aos diversos suportes tecnológicos e promover o pensamento crítico no exercício da profissão (Ibdem). O Projeto Pedagógico também demonstra equilíbrio entre os eixos teóricos e práticos, embora haja problemas de infraestrutura nas disciplinas práticas decorrentes da escassez de equipamentos, dificuldade presente desde a criação do curso em 1993 (Ibdem).

Além destes fatores, 46,2% dos egressos respondentes da pesquisa abordada na seção 3 deste trabalho afirmam que o mercado demanda

conhecimentos não fornecidos pelo projeto do curso. Isto, somado aos 61, 5% de respondentes que gerenciam, produzem e analisam métricas de redes sociais, atividades pouco exploradas no currículo estabelecido em 2015, apontam para uma necessidade de modernização da grade curricular com foco na produção digital, especialmente para redes sociais. A atualização deve se dar ao tempo em que os princípios éticos, humanísticos e pensamento crítico são mantidos no ambiente acadêmico, já que modernizar o ensino para acompanhar as tendências e preservar valores enraizados na profissão são deveres da universidade, conforme Medistch,

> "A imensa responsabilidade que a universidade chama para si, ao assumir a tarefa de formar técnica, académica e profissionalmente os futuros profissionais do jornalismo (...) implica um compromisso com a sociedade como um todo, que sofrerá as consequências do desempenho profissional destes jovens (...) Ao assumir a formação dos jornalistas, a universidade assume também a corresponsabilidade pela qualidade do jornalismo existente" (2004, p. 25).

A atenção ao ensino do jornalismo digital, uma formação específica capaz de habilitar jovens graduandos para administração de conteúdo em redes sociais, se torna ainda mais relevante quando considerados os dados sobre hábitos de acesso à notícia no Brasil. Segundo a pesquisa “A infodemia e os impactos na vida digital” (2021), realizada pela Kaspersky (empresa especializada em proteção de dados digitais) e aplicada na Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru de forma online, dentre os seis países analisados, o Brasil é o que mais consome notícias. O principal meio de acesso dos brasileiros à informação se dá pelas redes sociais; o link de sites é o formato favorito na hora de compartilhar informações e aplicativos de mensagens como WhatsApp são os mais utilizados no compartilhamento. Além de reforçar o papel das redes sociais, o estudo também revelou a dificuldade dos internautas de reconhecerem notícias falsas (Ibdem), o que reforça a posição de autores como Coelho (2013), Bianco (2004), Garcia (2012) e Lopes & Bonisem (2019) que defendem o papel crucial do jornalista como mediador e filtro da informação na era digital.

Apesar da necessidade de atualização da grade curricular, o curso tem mantido um fluxo constante de ingressos. No quesito vagas ofertadas, salienta-se a alteração ocorrida em 2007 quando, no contexto do REUNI, programa criado pelo Governo Federal voltado para ampliação de vagas e cursos

noturnos, promoção de iniciativas inovadoras, difusão de iniciativas contra a evasão, dentre outros objetivos que tinham por meta diminuir desigualdades sociais, o curso aumentou sua oferta de vagas de 25 para 50, conforme pode ser visualizado na Tabela 1, abaixo, que traz dados referentes ao número de estudantes ingressantes e egressos entre os anos de 2002 e 2020.

Tabela 1 — Dados sobre número de alunos matriculados, ingressantes, formados e taxa de sucesso do curso de Jornalismo de 2002 a 2020

Ano	Matriculados por período		Ingressos	Egressos	Evasão	Taxa de Sucesso do Curso
	1º	2º				
2002	94	84	20	13	6	-
2003	92	86	20	14	5	-
2004	95	86	20	20	6	-
2005	88	85	20	13	4	-
2006	93	85	25	18	8	-
2007	119	110	50	11	11	-
2008	147	143	50	12	9	-
2009	170	164	50	12	19	-
2010	225	213	50	11	16	-
2011	248	236	50	14	28	28%
2012	254	234	50	31	26	57%
2013	242	221	50	20	35	25%
2014	252	222	48	26	31	43,33%
2015	243	213	49	36	31	61,40%
2016	234	209	49	30	16	60,00%
2017	240	212	50	29	23	52,73%
2018	230	189	50	35	35	68,63%

Ano	Matriculados por período		Ingressos	Egressos	Evasão	Taxa de Sucesso do Curso
	1º	2º				
2019	207	181	50	21	33	42,9%
2020	-	231	53	26	-	51%
2021	235	186	48	-	-	-

Fontes: Anuário Estatístico da UFS 2002/2004, 2004/2006, 2006/2008, 2009/2011, 2010/2012, 2013/2015, 2017/2019, UFS em números 2021 Edição Especial. Criação do autor.

Os dados coletados na Tabela 1, acima, não contemplam os números totais desde a criação do curso devido a migração do sistema de gestão acadêmica para o SIG, do qual faz parte o SIGAA, segundo informação da Coordenação de Estudos e Monitoramento de Dados Institucionais (CEMDI).

De acordo com o Monitoramento de Indicadores Nº 1 (2017) realizado pela Coordenação de Planejamento e Avaliação Acadêmica (Copac), as taxas de retenção e pouca aprovação em disciplinas são os principais fatores que impactam na baixa taxa de sucesso dos cursos. Nelas, estão contidos aspectos como ensino médio deficitário, escolhas de cursos inadequados ao perfil pessoal e outras questões que ainda não foram pesquisadas formalmente (Ibdem), dentre eles, estão fatores “relativos ao mercado de trabalho; relacionados ao reconhecimento social da carreira escolhida; relacionados à qualidade da escola de primeiro e a de segundo grau; vinculados a conjunturas econômicas específicas; relacionados à desvalorização da profissão”, (FEITOSA, 2016, p. 12-13), dentre muitas outras questões.

Ainda segundo o Copac (Ibdem), 47% dos alunos retidos já tinham integralizado mais de 80% do curso. Por conta dos índices de retenção, surgiu o desvinculamento (jubilamento) dos alunos que não cursaram a carga horária no período máximo estabelecido, que corresponde a 50% a mais do período regular do curso.

Para Biurrum e Nunes (2010), a evasão no ensino superior corresponde à diferença entre o número de ingressantes e concluintes do curso, ou seja, diversos fatores podem estar inclusos nesta diferença, como apontou Feitosa

(2016). Conforme dados do Anuário, é possível notar um aumento significativo na taxa de evasão do curso de jornalismo a partir de 2011, embora não haja pesquisas empíricas que apontem as razões por trás do abandono do curso.

Durante os anos de pandemia, entre 2020 e 2021, embora haja poucos números consolidados, é perceptível a diminuição do número de alunos matriculados e formados. Devido ao déficit de dados dos últimos dois anos, seria necessário realizar uma pesquisa à parte sobre as razões que levaram à diminuição de matriculados e formados, além do possível aumento da taxa de evasão do curso. Neste contexto, os impactos da pandemia da Covid-19 deve ser um dos fatores cujos que mereceria ser estudado.

Dados os aportes históricos sobre a graduação em jornalismo na Universidade Federal de Sergipe, a importância da formação acadêmica e o impacto das pressões do mercado sobre o exercício da profissão, a seção que segue é dedicada à análise do perfil sociodemográfico dos egressos do curso entre 2019 e 2021, a partir da amostra de respondentes do questionário online aplicado.

3. ANÁLISE DO PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DOS EGRESSOS DE JORNALISMO

Neste capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos e os resultados encontrados na pesquisa quanti-qualitativa desenvolvida no mês de abril de 2022. Na parte quantitativa, as questões foram direcionadas de maneira que possibilitasse uma visualização do cenário contemporâneo dos egressos e do mercado de uma forma geral. A coleta da primeira etapa, a quantitativa, foi realizada a partir de um formulário online com questões fechadas (múltipla escolha) e questões abertas com respostas curtas em texto.

Dos 45 egressos entre 2019 e 2021, foram contatados 27 graduados, embora apenas 13 tenham respondido à pesquisa, o que corresponde a, aproximadamente, 30% dos egressos do curso no período. A baixa proporção de respondentes se justifica pela impossibilidade de contatar os egressos com auxílio da universidade, já que pela Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, “Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais”, ela não pode disponibilizar meios de contato. Para solicitar participação dos egressos, buscou-se os novos jornalistas por meio das redes sociais Instagram e WhatsApp, além do envio de e-mails.

No formulário, foram levantadas questões acerca de características como gênero, renda familiar, localização, motivações profissionais, domínio de softwares de edição de imagem, vídeo e texto, interesse em cursos voltados para o exercício do jornalismo, uso e domínio de eletrônicos, acesso ou interesse à pós-graduação, trajetória profissional, opinião acerca da regulamentação da profissão, carga horária de trabalho, opinião sobre grade curricular vs. demanda do mercado e, por fim, se a atuação profissional correspondeu às expectativas que possuíam ao entrar na universidade.

Sobre os resultados obtidos, quase 70% dos egressos se formaram em 2021. Na pesquisa, também foi possível perceber a tendência da feminização da área apontada por diversos autores, já que 80% dos respondentes se identificam como mulher cisgênero. Outra tendência constatada foi a juventude dos profissionais, já que todos os respondentes têm entre 20 e 24 anos. Além disso, 62% se identificam como brancos, 23% como pretos e 15% como pardos,

o que pode levantar questionamentos sobre o acesso ao curso por parte de minorias étnicas, embora seja preciso uma nova pesquisa com uma amostra maior, a fim de validar ou descartar tal hipótese.

Apesar do baixo número de respondentes, foi possível identificar uma diversidade entre as realidades dos egressos, fato que concorda com a heterogeneidade do jornalismo, apontada por alguns autores. As diferenças estão presentes na hora de conseguir o primeiro emprego, com quase 50% conseguindo após a formatura e 40% com 6 meses ou mais.

Outro dado relevante, diz respeito à faixa de renda bruta mensal dos jovens profissionais: 15,5% ganham abaixo de R$ 1 mil; 30,8% ganham entre R$ 1 e 2 mil, enquanto 46% ganham entre R$ 2 e 3 mil. Os mais de 40% que recebem até R$ 2 mil levantam um alerta sobre o pagamento do piso salarial, que em Sergipe é de R$ 2.100,00 de acordo com o Sindicato de Jornalistas do estado, embora no site da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) conste R$ 1.970,06. Os números indicam uma estagnação do piso frente a inflação nacional de 2022 e desvalorização da profissão, já que o jornalista recém-formado ganha apenas R$ 700 a mais que um trabalhador que recebe salário-mínimo.

Sobre a inserção no mercado de trabalho e atividades desenvolvidas, os respondentes disseram atuar em diversas cidades. Foram elas: Aracaju/SE, São Cristóvão/SE, Feira de Santana/BA, Brasília/DF, Umbaúba/SE, São Paulo/SP e Florianópolis/SC (este último na modalidade remota). Quando perguntados sobre a carga horária diária, 85% responderam trabalhar até 8h por dia.

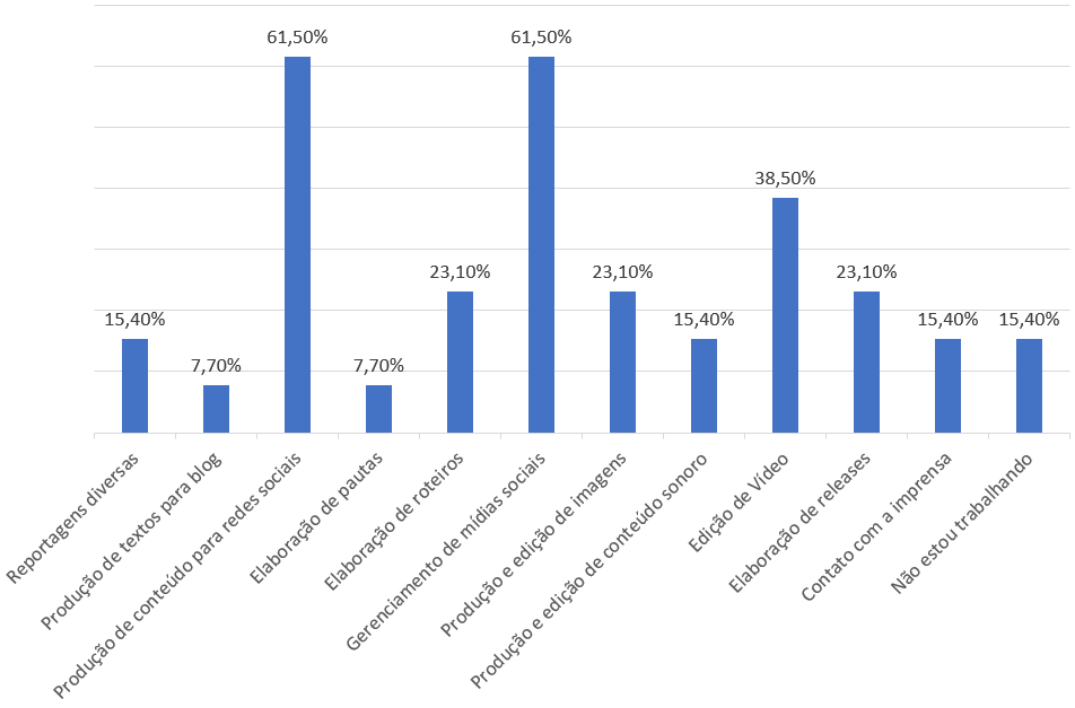
Em relação às atividades desempenhadas, a produção de conteúdo e gerenciamento de redes sociais alcançou a maior proporção, com 61,5% dos respondentes. Atividades como elaboração de roteiro, produção de textos para blogs, contato com a imprensa e reportagens diversas receberam apenas 15,4% das respostas, o que demonstra o crescimento da demanda de atividades digitais em detrimento das atividades tradicionais do jornalismo.

Quando perguntados sobre vínculo empregatício, 53, 8% diz ser funcionário com carteira assinada (regime CLT), enquanto 23,1% afirmam atuar em cargo comissionado, 15,4% como prestadores de serviço sem vínculo

empregatício (MEI) e 7,7% declararam não possuir qualquer vínculo empregatício no momento.

Também foi percebida uma tendência para o acúmulo de funções. Além disso, é possível observar a atuação em atividades anteriormente exercidas por profissionais das áreas de produção e edição audiovisual e publicidade, o que corrobora o argumento de Camponez (2018) que defende a ideia de que o jornalista está caindo num limbo dos “profissionais da comunicação”. O Gráfico 1, abaixo, traz os percentuais das funções declaradas pelos respondentes e faz jus à hipótese de Camponez.

Gráfico 1 – Atividades Desenvolvidas



Fonte: questionário aplicado pela autora.

Quando foi pedido que os egressos expressassem sentimentos ou percepções sobre o seu trabalho como jornalista em três palavras, os adjetivos foram apontados da seguinte forma:

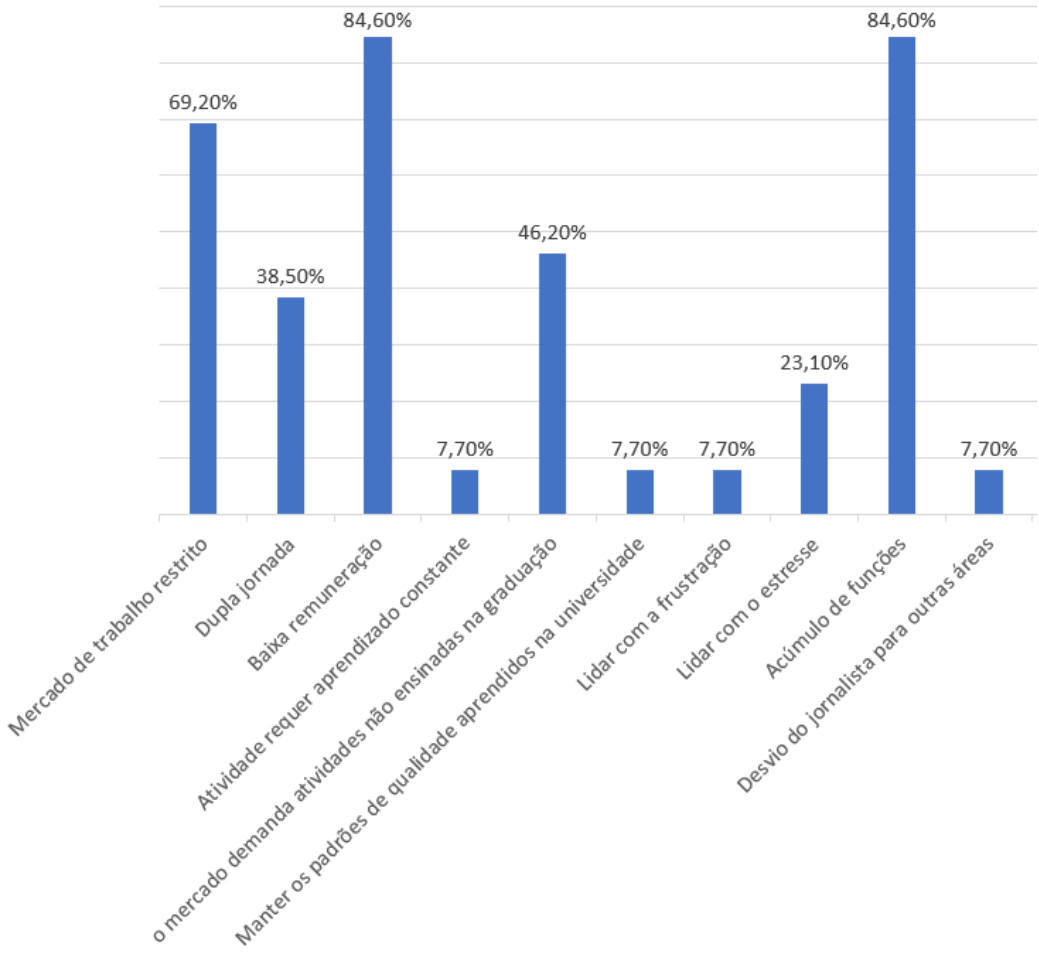
Figura 1 - Nuvem de palavras com percepções dos egressos sobre o jornalismo

Fonte: Criação da autora.

Mutabilidade e seus sinônimos (5), Versatilidade e seus sinônimos (4), Sobrecarga (3), Desafiador (3), Desvalorizado (3), Frustração (2), Dedicação (1), Comunicação (1), Estresse (1), Compromisso (1), Orgulho (1), Medo (1), Sentimento Inexistente (1), esta foi a quantidade exata de sentimentos e percepções dos novos jornalistas. De acordo com as respostas, 14 definições foram consideradas negativas, 10 neutras e 3 positivas, o que evidencia as dificuldades dos egressos de se adaptarem a um mercado de trabalho restrito e com tendência ao acúmulo de funções.

Tais atribulações também são evidenciadas no Gráfico 2, abaixo.

Gráfico 2 – Principais desafios enfrentados pelos novos jornalistas



Como aponta o Gráfico 2, acima, as poucas vagas no mercado de trabalho, a baixa remuneração, o acúmulo de função e o déficit da formação quando comparada com as demandas do mercado são os principais obstáculos apontados. Tal realidade vai ao encontro das tendências profissionais citadas na seção 1 deste trabalho.

Ainda sobre a formação continuada, 69,2% afirmaram pretender realizar um curso de curta duração para complementar sua formação acadêmica. Os outros 30,8% se dividiram entre cursos de edição de imagem, vídeo, gerenciamento de redes sociais, marketing e oratória. Além do desejo de participar de cursos complementares, 69,2% também afirmam possuir interesse em uma pós-graduação; 23,1% afirmaram cursar mestrado e 7,7% (apenas um dos respondentes) diz não se interessar pela pós-graduação. Os números corroboram a tendência já identificada na literatura sobre o aumento de profissionais altamente qualificados no jornalismo.

Quando solicitados a manifestar seu apoio ou não à formação específica para o exercício da profissão, 12 dos respondentes afirmaram concordar com a exigência do diploma em Jornalismo, enquanto apenas um afirmou não ser a favor da obrigatoriedade do diploma.

Como visto, tanto na revisão da literatura quanto nos dados amostrais da pesquisa empírica, a profissão de jornalista passa por um momento de fortes demandas para adaptação ao novo ambiente digital em um contexto de mercado de trabalho com tendências à precarização. Por isso, buscou-se identificar os motivos que levaram os agora jornalistas a buscarem o curso.

Para 84,6% dos egressos, a principal justificativa para escolha foi o talento para atividades de comunicação; 30,8% apontaram o interesse político-social, e, a vocação, 61,5%. Os números ultrapassam os 100% porque foi dada aos respondentes a possibilidade de selecionar mais de uma opção.

4.CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta pesquisa, foram abordados temas caros aos novos jornalistas, como o impacto da queda da obrigatoriedade do diploma, a influência dos meios digitais, o desenvolvimento da formação acadêmica e os entraves do exercício da profissão. O corpo teórico deste trabalho sugere que a formação específica traria benefícios como a valorização profissional, aumento da qualidade de produtos noticiosos e seu consequente impacto na democracia, auxiliaria a resguardar a função do jornalista como porta-voz da sociedade em detrimento dos interesses econômicos, teria maior presença como filtro contra informações falsas e consolidaria a relevância da área como campo teórico. Para isso, a universidade teria a função primordial de ensinar, além dos valores culturais, éticos e humanísticos, habilidades técnicas que facilitassem a inserção dos egressos no mercado e tornassem seu trabalho tão excelente a ponto de o profissional ter meios para ir contra a precarização da área e completa subordinação ao mercado.

A realidade dos novos egressos da UFS também sugere uma necessidade de atualização da grade curricular do curso, com intuito de ensinar aos estudantes a utilizar mídias sociais para criar e difundir conteúdo jornalístico. Além disso, a bibliografia analisada aponta para o problema do desvio de função dos novos jornalistas que são contratados para exercer atividades de Publicidade e Propaganda, Cinema e Audiovisual e áreas afins, o que contribui com a desvalorização da categoria.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. **O jornalista: do mito ao mercado**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 2, n. 1, 2005. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2088. Acesso em: 20 dez. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA. **PRINCÍPIOS INTERNACIONAIS DA ÉTICA PROFISSIONAL NO JORNALISMO.** DISPONÍVEL EM: <HTTP://WWW.ABI.ORG.BR/INSTITUCIONAL/LEGISLACAO/PRINCIPIOS-INTERNACIONAIS-DA-ETICA-PROFISSIONAL-NO-JORNALISMO/>. ACESSO EM: 10 ABR. 2022.

BALDESSAR, Maria José. **A mudança anunciada: o cotidiano dos jornalistas e a revolução informacional.** Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. 1998. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/77367>. Acesso em: 20 dez. 2021.

BARBOSA E SILVA, J. A., Sousa, M. de L. P., & Ribeiro, R. S. (2013). **Convergência profissional: estudo de caso das transformações no perfil do jornalista**. Brazilian Journalism Research, 9(2), 50-67. <https://doi.org/10.25200/BJR>|.v. 9, n. 2, 2013.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo.** Edição 2001. Edições 70. Lisboa. Distribuidora Livraria Martins Fontes. Disponível em: <https://ia802902.us.archive.org/8/items/bardin-laurence-analise-de-conteudo/bardin-laurence-analise-de-conteudo.pdf>. Acesso em: 7 mar. 2022.

BECKETT, Charlie. **Super Media – Saving Journalism so it can save the world**. Wiley-Blackwell, Chichester, UK.(2008). Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/25796/>. Acesso em 6 mar.2022.

BIANCO. Nelia R. Del. **A Internet como fator de mudança no jornalismo** (2004). Tese de Doutorado. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, vl. XXVII, no 1, janeiro/junho de 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>. Acesso em: 3 abr. 2022.

BIURRUM, A. L.; NUNES, L. N. **Perfil do aluno evadido do curso de Estatística da UFRGS**. SINAPE. São Pedro-SP, 2010. Disponível em: <http://www.ime.unicamp.br/sinape/sites/default/files/Artigo_19SINAPE.pdf >. Acesso em: 03 abr. 2022.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, “Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais”. 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm>. Acesso em: 24 mai. 2022.

CAMPONEZ, C. **Novas responsabilidades do jornalismo face à liquidificação da profissão: fundamentos normativos, valores, formação. Media & Jornalismo**, [S. l.], v. 18, n. 32, p. 19-30, 2018. DOI: 10.14195/2183-5462_32_2. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_32_2. Acesso em: 10 abr. 2022.

CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 Caraterísticas que Marcam a Diferença** (2014). Coleção: Livros LabCom, edição 2014. Disponível em: <https://labcom.ubi.pt/livro/121>. Acesso em: 6 mar. 2022.

DANTAS, Juliana Bulhões Alberto et al. **Crise, precarização e mudanças estruturais no jornalismo: reflexões sobre tendências teóricas**. Mediapolis: revista de comunicação, jornalismo e espaço público, v. 5, p. 39-49, 2017. DOI: https://doi.org/10.14195/2183-6019_5_3. Disponível em: <https://digitalis.uc.pt/pt/artigo/crise_precarização_e_mudanças_estruturais_no_jornalismo_reflexões_sobre_tendências_teóricas> Acesso em: 20 dez. 2021.

DANTAS, Juliana Bulhões & SILVA, David Reneault. **A precarização da prática jornalística: uma revisão bibliográfica sobre o impacto das condições de trabalho na saúde e qualidade de vida do jornalista**. **Revista Parágrafo.** v. 4, n. 2, p. 164-175, jul/dez. 2016.

EDSTRÖM, Maria & Kenyon, Andrew & Svensson, Eva-Maria. **Blurring the Lines: Market-Driven and Democracy-Driven Freedom of Expression** (2016). Disponível em:<https://www.researchgate.net/publication/311456653_Blurring_the_Lines_Market-Driven_and_Democracy-Driven_Freedom_of_Expression>. Acesso em: 9 abr. 2022.

Educa+ Brasil. **Faculdade de Jornalismo em Aracaju.** 2021. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/cursos-e-faculdades/jornalismo/se/aracaju?gclid=cj0kcqiak4aobhctarisafwfp9hy-l66m6khp3ctcnwzpvvjhcuzriwy4ga4y7v7khg70awbsnyjadwaalevealw_wcb>. Acesso em: 21 dez. 2021.

FEITOSA, Jamille Muniz. **Análise de evasão no ensino superior: Uma proposta de diagnóstico para o campus de Laranjeiras**. 2016. Tese de mestrado - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2016. Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/12013>. Acesso em: 5 mar. 2022.

Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). 2022. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2022.

FÍGARO, Roseli. **Atividade de comunicação e trabalho dos jornalistas**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.16, n.1, jan./abr. 2013.

FRANCISCATO, C. E. **A construção do campo do jornalismo em uma perspectiva histórica**. Intexto, Porto Alegre, n. 18, jan./jun. 2008. Disponível em:<http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/view/6729>. Acesso em: 20 dez. 2021.

GARCIA, José Luís, Meireles, Sara. **O jornalismo sob a ameaça da tecno-mercantilização da informação**. In Matos, José Nuno, Baptista, Carla, Subtil, Filipa (Orgs.) (2017). A crise do jornalismo em Portugal, p. 158-168. [Porto]: Deriva e Outro Modo, Le Monde diplomatique - edição portuguesa. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/27172>. Acesso em 17 abr. 2022.

GARCÍA, José López. **A Convergência Como Instrumento de Renovação/Conservação do Jornalismo em Galícia: Estratégias e Indefinições.** Brazilian Journalism Research, vol. 8, nº 1, 2012. Disponível em:<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/download/400/369/1796>. Acesso em: 2 de mar. 2022.

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). **Cursos apresentam desempenho satisfatório no Provão.** Publicado em 22 de novembro de 2010. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/outros/cursos-apresentam-desempenho-satisfatorio-no-provao>. Acesso em: 20 dez. 2021.

Kaspersky. **Pesquisa: a infodemia e os impactos na vida digital.** Publicado em 11 de maio de 2021. Disponível em: <https://www.kaspersky.com.br/blog/pesquisa-infodemia-impactos-vida-digital/17467/>. Acesso em: 24 mai. 2022.

LOWENSTEIN, Roger. **When Genius Failed: The Rise and Fall of Long-Term Capital Management.** Random House Trade. 2001.

LOPES, Daniele Vieira; BONISEM, Fabiano Mazzini. **O Jornalismo na Era Digital: Impactos Percebidos por Repórteres e Editores**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/resumos/R68-0800-1.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2022.

LOPES, Fernanda Lima. **Jornalismo: uma profissão em crise?** Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 58-72, janeiro/junho 2011. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/download/19186/12361>. Acesso em: 20 dez. 2021.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de e ANSARH, M.G.R e DENCKER, A.F.M. **Campo profissional e mercado de trabalho em comunicação no Brasil**. 1996, Anais. Londrina: Intercom, 1996. Acesso em: 10 jun. 2022.

MACHADO, Elias & Palácios, Marcos (Orgs), **Modelos do Jornalismo Digital**, Salvador: Editora Calandra, (2003). Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_olugardamemoria.pdf>. Acesso em 4 fev. 2022.

MARANHÃO FILHO, L. 1995. **Legislação e comunicação: direito de comunicação**. São Paulo: LTr.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **A revolução digital e os desafios da comunicação** (2013). Disponível em: <http://www.repositorio.ufrb.edu.br/handle/123456789/766>. Acesso em: 6 mar. 2022.

MEDITSCH, E. **A formação para a praxis profissional do jornalista: uma experiência brasileira inspirada em Paulo Freire**. Comunicação e Sociedade, [S. l.], v. 5, p. 25, 2004. DOI: 10.17231/comsoc.5(2004).1243. Disponível em: https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1235. Acesso em: 17 abr. 2022.

MICK, Jacques. **Detalhamento metodológico da pesquisa "Perfil profissional do jornalismo brasileiro"**. Projeto de Pesquisa – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, abril de 2011. Disponível em: <https://perfildojornalista.ufsc.br/files/2012/04/PerfilJornal_Metodologia.pdf >. Acesso em: 20 dez. 2021.

MICK, Jacques. **Trabalho jornalístico e convergência digital no Brasil: um mapeamento de novas funções e atividades**. Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, vol.2, n.1 p. 15-37, Jan/Jun, 2015. DOI:10.18661/2318-857X/pauta.geral.v2n1p15-37. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5257521>. Acesso em 20 dez. 2021.

NICOLLETI, Janara & THIBES, André. **Evolução salarial dos jornalistas de 2005 a 2015: Indicativos de precarização do trabalho**. 15º Encontro da SBPJor. São Paulo, nov. 2017.

NEVEU, Erick**. Sociologia do Jornalismo**. Edições Loyola São Paulo, Brasil, 2006. Págs. 41-183.

OLIVEIRA, Michelle Roxo. **A Profissionalização do Jornalista via Ensino: Argumentos Mobilizados em Defesa da Formação Escolar Específica**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, set. 2009.

OLIVEIRA, Vivian R.; JORGE, Thaís de M. **O jornalista atuante nas novas mídias móveis: o perfil do editor de conteúdo noticioso para plataformas tablets e smartphones**. Comunicação & Inovação, PPGCOM/ USCS. v. 16, n. 31 (113-129) maio-ago 2015. Disponível em: <https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/3111>. Acesso em 16 de abril de 2022.

PEREIRA, F. H.; MAIA K. **O jornalista brasileiro face ao fim da obrigatoriedade do diploma para exercício da profissão:**

reagenciamento do repertório de legitimação profissional. Trabajo y Sociedad, Santiago del Estero (Argentina). Disponível em: < https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=387343599003>. Acesso em 10 abr. 2022.

PETRARCA, Fernanda Rios. **Construção do Estado, Esfera Política e Profissionalização do Jornalismo no Brasil**. Rev. Sociol. Polít. Curitiba, v. 18, n. 35, p. 81-94, fev. 2010.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE. **Monitoramento de Indicadores nº 1: Taxa de Sucesso e Retenção dos Cursos**. 2017. Pró-reitora de Planejamento. Edição abril de 2017. Disponível em:<https://indicadores.ufs.br/uploads/page_attach/path/2434/Monitor_n_1_2017.pdf>. Acesso em: 5 mar. 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE. RESOLUÇÃO Nº 15/2017/CONEPE. **Projeto pedagógico do Curso de Graduação em Jornalismo e outras providências**. 2017. Disponível em:<https://www.sigaa.ufs.br/sigaa/public/curso/documentos.jsf?lc=pt_BR&id=320205>. Acesso em: 21 dez. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE. **UFS Em Números**. Edições 2002/2004, 2004/2006, 2006/2008, 2009/2011, 2010/2012, 2013/2015, 2017/2019, 2021. Disponível em: <https://indicadores.ufs.br/pagina/20165-ufs-em-numeros>. Acesso em: 10 mar. 2022.

UNIVERSIDADE TIRADENTES. **PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO DA UNIVERSIDADE TIRADENTES**. p. 33. 2018. Disponível em:< https://portal.unit.br/cursos/wp-content/uploads/sites/6/2014/08/PPC-JORNALISMO-2018.pdf>. Acesso em: 21 dez. 2021.

MARINHO, Sandra. (2011). **Jornalismo e Formação em mudança: modelos e construções na análise do caso português**. Disponível em: < https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/19819/1/Sandra%20Cristina%20dos%20Santos%20Monteiro%20Marinho.pdf>. Acesso em: 7 abr. 2022.

REESE, Stephen D.**The Progressive Potential of Journalism Education: Recasting the Academic versus Professional Debate**. 1999. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 4(4), pp. 70–94. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1081180x9900400405>. Acesso em 5 mar. 2022.

Reestruturação e Expansão das Universidades Federais. **O que é o Reuni?** Publicado em 25 mar. 2010. Disponível em: <https://reuni.mec.gov.br/o-que-e-o-reuni>. Acesso em: 24 dez. 2021.

SALAVERRÍA, Ramón. (2015). **Mídia e jornalistas, um futuro em comum?** Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM. 3. 79-83. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/273446281_Midia_e_jornalistas_um_futuro_em_comum>. Acesso em: 5 mai. 2022.

SILVA, Cláudio Marcos da. **A precarização da atividade jornalística e o avanço da pejotização**. 2014. 215 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em: < https://repositorio.unb.br/handle/10482/15710>. Acesso em: 5 mai. 2022.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

SOUZA, Cristiane V. de. **A República das Letras em Sergipe (1889-1930).** Aracaju, 2001. Monografia (Graduação em História), Universidade Federal de Sergipe.

APÊNDICE I – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Perfil sociodemográfico e inserção no mercado de trabalho dos egressos do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

A proposta desta pesquisa é avaliar o perfil sociodemográfico e a inserção no mercado de trabalho dos egressos do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS), nos anos de 2019 e 2021. As informações coletadas incluem campo e localidade de trabalho e atividades desenvolvidas. A pesquisa faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC II) de Amanda Batista dos Santos, sob a orientação da professora Messiluce da Rocha Hansen. A pesquisa também tem por objetivo contribuir com informações que auxiliem na atualização do Projeto Pedagógico do curso de Jornalismo da UFS e na análise da relação entre a formação oferecida pelo curso e as atuais demandas do mercado de trabalho.
Sua participação neste levantamento é voluntária. Salientamos que os dados coletados serão utilizados exclusivamente para esse fim, de forma confidencial, e nenhum respondente terá suas informações expostas publicamente.
Ao preencher e enviar o questionário você concorda, livremente, com o exposto acima. Para facilitar as respostas e sua tabulação, as questões foram divididas em três blocos temáticos.

1. Identificação demográfica
2. Inserção no mercado de trabalho e atividades desenvolvidas
3. Percepções sobre a educação continuada e sobre a contribuição do curso para o desenvolvimento de habilidades demandadas pelo mercado de trabalho.

Calculamos que o preenchimento do questionário deve levar em média 15 minutos. Agradecemos desde já por sua colaboração.
Os pesquisadores responsáveis estarão à sua disposição para dirimir qualquer dúvida através do e-mail amanda894@academico.ufs.br

Seção 1 - Dados Gerais
1. Com qual gênero você se identifica?

2. Qual sua idade?

3. Identidade étnico-racial:

4. Qual o seu estado civil?

5. Você tem filhos?

6. Qual sua renda bruta mensal?

7. Em qual ano você se formou?

Seção 2 - Inserção no mercado de trabalho e atividades desenvolvidas

8. Em qual tipo de organização você está trabalhando? Você pode selecionar mais de uma opção, caso possua mais de um vínculo de trabalho ou acumule atividades.

9. Em qual município/estado você trabalha?

10. Quais tipos de vínculos empregatícios você possui? Você pode assinalar mais de um item, caso exerça mais de uma atividade.

11. Após a conclusão do curso, quanto tempo levou até entrar em uma vaga de trabalho na área de Jornalismo?

12. Qual sua carga horária de trabalho diária?

13. Quais atividades você desenvolve no seu trabalho? Você pode selecionar mais de uma opção.

14. Qual o seu cargo ou função? Você pode selecionar mais de uma opção, caso exerça mais de uma atividade ou função.

15. Resuma em três palavras seus sentimentos ou percepções sobre o seu trabalho como jornalista.

Seção 3 - Percepções sobre a educação continuada, sobre o curso de Jornalismo e sobre o mercado de trabalho jornalístico

16. Após concluir sua graduação, você já fez ou está fazendo algum curso de curta duração? Você pode selecionar mais de uma opção.

17. Você já fez ou está fazendo algum curso de especialização voltado para alguma das áreas de atuação jornalística? Você pode selecionar mais de uma opção.

18. Você já teve ou tem interesse em uma pós-graduação, mestrado ou doutorado?

19. Você é à favor da formação específica do jornalista? (obrigatoriedade do diploma)

20. Em sua opinião, quais os maiores desafios enfrentados pelos novos jornalistas? Você pode escolher mais de uma opção.
21. Quais foram suas motivações para selecionar o curso de Jornalismo?