



## Jornalismo em seus desafios constantes: a formação profissional diante dos novos cenários no Brasil

**Rodolfo Silva Marques<sup>1</sup>.**

Universidade da Amazônia (UNAMA)

**Resumo:** O presente trabalho tem como principal objetivo fazer uma reflexão a respeito do campo profissional, discutindo de que forma os jornalistas estão relacionando a práxis com o meio acadêmico. O problema de pesquisa está em como vem se dando a formação profissional dos jornalistas, a partir do âmbito acadêmico, diante das novas exigências dos mercados? Usam-se os métodos a revisão de literatura – a partir de textos europeus, norte-americanos e brasileiros – e a observação dos meios acadêmicos e profissionais, em uma abordagem a partir dos conceitos discutidos durante a referenciação teórica. Como resultados identificam-se que as relações entre academia e mercado profissional no país estão mais solidificadas, que os profissionais de jornalismo vêm adquirindo um perfil mais convergente no contexto das mídias, e que há uma relação mais consolidada entre a teoria e a prática.

**Palavras-chave:** formação profissional; jornalistas; academia; mercado; perfil

### 1. Introdução

Este artigo tem como foco o contexto vivenciado pelo menos nas últimas três décadas, em que cada vez mais o jornalismo e a sociologia vêm se comunicando em várias vertentes, em especial nas perspectivas interdisciplinares. O trabalho pretende se situar como um ponto de partida para uma compreensão ampliada sobre as interações do jornalismo com a sociologia e, acima de tudo, identificar os processos de formação do profissional de jornalismo nos períodos mais contemporâneos.

---

<sup>1</sup> Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal do Pará (UFPA); Professor do Curso de Jornalismo da Universidade da Amazônia (UNAMA). Pós-graduando em Jornalismo Digital pela Unyleya. MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV/Ideal). E-mail: rodolfo.smarques@gmail.com

As pesquisas sobre o jornalismo, o campo profissional dos jornalistas e a integração com as diferentes mídias vêm se tornando mais comuns no Brasil. Identifica-se que as áreas têm posturas importantes a respeito da intervenção nos espaços público e político, mas que podem se complementar no contexto de entendimento das sociedades ao redor do mundo (ARAÚJO; MAGALHÃES, 2012). Há os desafios inerentes à formação profissional, às mudanças de legislação no Brasil e o uso cada vez mais constante das mídias digitais como caracteres do atual cenário. Por uma análise sociológica do jornalismo e por uma compreensão melhor do mercado brasileiro, fazer o mapeamento dos diferentes cenários se torna um desafio importante.

Em linhas gerais, há diferentes abordagens sociológicas para melhor entender a produção jornalística – e seu próprio consumo. Propõe-se neste artigo entender um pouco mais sobre a formação (no campo acadêmico) e a seleção para a profissão jornalística, em um viés mais prático. A ideia também é compreender um pouco mais sobre as modificações nas atividades de aprendizado e identificação diante das mídias digitais, que se tornaram onipresentes. Busca-se ainda o exame do fato de que o jornalismo se torna mais presente nos espaços para os debates públicos pelos motivos mais diversos, dialogando com a sociologia no âmbito da divulgação através dos meios de comunicação (ARAÚJO; MAGALHÃES, 2012).

A formação geral de jornalistas, nos contextos mercadológico acadêmico, apresenta fragilidades e desafios, em especial pelas necessidades de adequação às novas tendências e exigência (ABREU E FREITAS, 2017; AGUIAR, SOARES, TOLEDO E ROCHA, 2019). E esses conhecimentos que corroboram para a formação e recrutamento de jornalistas indicam caminhos para aprofundar talentos em sala de aula, em um nível de entendimento com as plataformas digitais. Esse processo de formação é fundamental para o exercício de um jornalismo cidadão (PELICIONI; PELICIONI; TOLEDO, 2013).

Por suas características de informação e de grau de influência junto às pessoas, a prática jornalística reforça seu papel social como nos cenários político e econômico. Assim, jornalismo e sociologia devem andar “juntos”, compartilhando possibilidades para uma compreensão melhor dos fenômenos inter-relacionais.

De acordo com Neveu (2005), o jornalismo tem suas características formas diretamente ligadas ao campo profissional e se desenvolve de maneira diferenciada nos mercados norte-americanos e europeus. O Brasil se insere nesse contexto com suas características próprias, que geram investigações para um melhor entendimento da prática do jornalismo em seu grande e diversificado território.

A avaliação das interações dos jornalistas com suas fontes de informação, com as empresas e com diferentes públicos gera uma reflexão inicial, principalmente nessa perspectiva, em que o fazer jornalístico tem peculiaridades e se relaciona diretamente com as comunidades e com os cenários socioeconômicos das regiões em questão. O jornalismo e a formação profissional, dentro do ambiente cada vez mais amplificado com as mídias digitais, para além da realidade acadêmica, vêm despertado muito a atenção da pesquisa científica, motivando a realização de trabalhos de investigadores e profissionais direta e indiretamente ligados à área.

A noção de Neveu (2005) indica que existem jornalismo, considerando-se as especificidades de cada realidade mercadológica, vinculando a atividade às redes existentes, às morfologias profissionais e às rotinas do trabalho jornalístico, enfatizando os poderes existentes dentro da atividade e que podem ser exercidos de diferentes maneiras e intensidades em uma perspectiva sociológica.

Neveu (2005) apresenta também várias contribuições metodológicas – e teóricas – nas interfaces da sociologia com o jornalismo. Em sua abordagem, ele destaca alguns obstáculos para a compreensão das temáticas em paralelo, em especial com as “mitologias profissionais” derivadas de algumas práticas jornalísticas. As “mitologias” citadas pelo autor se inserem nas ideias de que a imprensa livre é uma instituição essencial para o funcionamento dos regimes democráticos e, ao mesmo tempo, o jornalismo representaria o quarto poder em uma nação, ao lado dos outros poderes: Executivo, Legislativo e Judiciário.

Assim, para buscar aprofundar dessa discussão, o presente artigo se divide em quatro tópicos de conteúdo, além das conclusões. Na primeira parte, apresenta algumas questões do jornalismo profissional, mostrando aspectos das rotinas e uma discussão conceitual. A seguir, expõem-se elementos sobre a formação e o recrutamento para a profissão jornalística. Na terceira seção do trabalho, discutem-se alguns possíveis desti-

nos do profissional de jornalismo no Brasil, com enquadramentos percebidos no atual contexto. No tópico seguinte, há um debate breve sobre as tendências para o futuro dos jornalistas, considerando-se também a presença das mídias digitais. E, por fim, há as conclusões do trabalho, considerando-se que se trata de uma agenda de pesquisa que deve prosseguir.

## **2. Jornalismo profissional**

De acordo com Neveu (2005), os jornalistas são “produtores de si mesmos” ao desenvolverem avaliações das suas atividades rotineiras, além das suas responsabilidades na democratização de uma nação. Ao desenvolver pontos de vista a partir da sua atividade jornalística e de suas rotinas, os profissionais da comunicação acabam por trazer comportamentos inerentes à sua atividade com algo constante e ampliado (NEVEU, 2005).

Usando a metodologia etnográfica, Neveu (2005) crê ser essencial entender as rotinas dos trabalhos diários nas redações, produção de entrevistas e na apuração de conteúdos. Da mesma forma, ao propor a discussão de uma visão sociológica do jornalismo, torna-se relevante examinar o cenário de surgimento nos diferentes lugares, as condições sociais de implantação e progressão da prática jornalística (NEVEU, 2005).

Problematizar o fazer jornalístico, em várias nuances, é um processo essencial na incursão sociológica da análise, com a perspectiva de entender os conflitos, segmentações e peculiaridades da atividade. De acordo com Neveu (2005), embora haja o domínio de uma visão funcionalista no contexto da sociologia das atividades profissionais, o jornalismo tem uma dinâmica própria, com características e visões específicas para o planejamento e a execução do trabalho. É importante entender, portanto, a formação social dos jornalistas, a titulação profissional, as tarefas realizadas e a divisão geral do trabalho, entre outras coisas. Como ressalta Neveu (2005), torna-se um desafio real avaliar as hierarquias do ofício jornalístico, as especialidades e de que maneira os profissionais se forjam durante a trajetória acadêmica e o ingresso no mercado de trabalho.

Buscar a compreensão sobre os eventos que compõem as rotinas das atividades jornalísticas, como a formulação e a execução das pautas, além da divisão de responsabilidades e o entendimento da ordenação e da hierarquia está no cerne de uma investigação sociológica do jornalismo. Traquina (2002) contribui neste debate ao ampliar a compreensão conceitual sobre a ideia de valor-notícia no escopo da atividade jornalística. A definição de valor-notícia é um dos principais critérios utilizados na seleção das notícias que serão veiculadas, com a identificação dos valores gerados por aqueles dados a serem transformados em informação e noticiário, considerando-se o reflexo junto à opinião pública. A notícia, como matéria-prima basilar para o desenvolvimento do processo jornalístico, torna-se um caminho traçado para o interlocutor ter acesso a diferentes realidades nas diferentes mídias (TRAQUINA, 2012).

Há, dessa forma, parâmetros que conduzem a que determinados temas, conteúdos e fatos passem a ter uma determinada valoração e cabe aos jornalistas fazer essa avaliação e essa escolha, no contexto dos diversos fatos cotidianos. São especificidades que precisam ser observadas com atenção (TRAQUINA, 2002 e 2012).

Dentro desse debate, Lage (2001) traz algumas reflexões a respeito do desenvolvimento da apuração e da transmissão da notícia, além de discussões no campo ideológico. O valor da informação povoa o processo de pautar o trabalho cotidiano do jornalista, além de influenciar no foco narrativo dos conteúdos e da própria rotina do exercício profissional (LAGE, 2001). Esse valor-notícia, na divulgação de conteúdo jornalístico na mídia, reforça a ideia de que os meios de comunicação se convertem em plataformas essenciais para a formação da opinião pública (LAGE, 1998; LIPPMANN, 2008).

Nesse contexto, Lippmann (2008) definiu que a opinião pública, até mesmo como um reflexo do trabalho jornalístico, é o conjunto de imagens feitas por grupos de pessoas, em um grau de identificação que correlaciona as necessidades, o relacionamento e os propósitos. Neveu (2005) propôs, portanto, uma reformulação da discussão sociológica sobre os reais poderes dos jornalistas junto ao público, em especial no campo dos poderes de influência. Também se destaca a percepção de um poder de comunicação e os elementos paradoxais que fazem parte de uma rotina jornalística, como as práticas discursivas e a atenção pública sendo desenvolvidas de forma processual e gradativa (NEVEU, 2005).

De acordo com Neveu (2005), é fundamental perceber não só a sociologia do jornalismo ou da mídia, mas entender a atividade jornalística nos meios de comunicação e a própria produção da informação. Para Araújo e Magalhães (2012), nesse processo de aproximações e distanciamentos entre jornalismo e sociologia, há também imposições das fronteiras disciplinares, discursivas e metodológicas. Para além do aprofundamento teórico das questões de debate, é necessário perceber o jornalismo como disseminação de conhecimento e dos conteúdos alinhados para com os diferentes públicos que, em geral, buscam respostas condizentes com a ideia de cidadania plena (ARAÚJO; MAGALHÃES, 2002)

Para McQuail (2003), ao discutir a comunicação e o jornalismo em relação às massas, há um foco maior na figura do emissor da mensagem. A perspectiva estrutural da análise está na sociologia, embora haja contribuições da história, da economia e da ciência política. Há um ponto importante de verificação do funcionamento e das características das mídias, mostrando de que maneira há um grau de influência no comportamento das pessoas. As dinâmicas essenciais dos fenômenos da mídia e do jornalismo estão ligadas ao exercício do poder (McQUAIL, 2003).

Como destaca Neveu (2005), a fonte jornalística, dentro da construção da notícia, gera um vínculo de investigação e de pesquisa para o repórter, criando uma relação direta com o âmbito sociológico. A perspectiva de o jornalista ser o principal ator da produção das informações traz também uma certa amplificação da importância das fontes.

Deriva daí igualmente o aspecto da recepção dos conteúdos que vem ocupando espaço nas pesquisas sociológicas a respeito da comunicação. É muito importante a maneira de a mensagem ser comunicada. O trabalho dos jornalistas, neste sentido, deve estimular a autonomia dos interlocutores na compreensão de conteúdos, assim como reforçar os diferentes aspectos referentes à criticidade diante dos fatos (ESTEVES, 2011).

Entender toda a complexidade das questões sociológicas do jornalismo, em especial em relação ao poder dos jornalistas e às evoluções da profissão no Brasil se torna uma demanda permanente para a compreensão da profissão e o enfrentamento dos desafios que se interpõem. (GUIMARÃES, 2006). Assim, fica claro que existem múltiplas

possibilidades para o exercício do jornalismo e se torna necessário investigar os vários momentos de formação profissional. Com a premissa básica de que cidadania só se constrói com informação, torna-se cada vez mais importante entender de que maneira o trabalho jornalístico se organiza e de desenvolve, através de uma perspectiva sociológica.

### **3. Formação e recrutamento na profissão jornalística**

Dentro de uma investigação sociológica a respeito dos processos de formação e recrutamento para a profissão jornalística no Brasil, é possível identificar alguns pontos essenciais a esses cenários.

O primeiro aspecto que pode ser destacado é o da vocação. A formação acadêmica contribui para a reconstrução da carreira profissional ao estimular a ação crítica e de refletir o exercício do fazer jornalístico (COELHO, 2015). Ser vocacionado para a atividade contribui sobremaneira no objetivo de ser jornalista, principalmente nesses estágios de formação inicial e com os desafios que a profissão traz. Segundo Coelho (2015), o jornalismo exige a formação de profissionais ágeis, que atendam às tarefas de um mercado que ordena o ensino formal, técnico e que valoriza, prioritariamente, a dimensão da habilidade – ou o “saber fazer”.

Um segundo ponto é o oferecimento, por parte das instituições de educação superior, de disciplinas introdutórias à atividade prática e as de fundamentos do campo profissional. Coelho (2015) ressalta o problema/desafio do jornalismo nos momentos contemporâneos, que é, no âmbito do ensino do jornalismo, a credibilidade profissional e acadêmica. Os conceitos da indústria do jornalismo e sua produção em larga escala, juntamente com os do ensino acadêmico, abrangem realidades diversas e que contribuem na formação dos novos jornalistas (COELHO, 2015).

A vida acadêmica tem como atores importantes, no Brasil, as universidades e faculdades, os coordenadores de cursos, os professores e os alunos. Esse desafio constante em busca da credibilidade se relaciona aos processos de construção de conhecimento, geração de interesse junto aos diferentes públicos e uma relação intrínseca com a questão do profissionalismo. Leitores, ouvintes, internautas e espectadores buscam algo que

combine, na visão deles, os aspectos de credibilidade e de profissionalismo (CARDOSO, VIEIRA e MENDONÇA, 2010).

O terceiro fator que deve ser destacado na formação profissional do jornalista é a apuração e a checagem da notícia. Esse é um dos principais componentes do processo de forjar o acadêmico de jornalismo a se tornar um profissional da área. Verificar as principais possibilidades de uma pauta, com diferentes pontos de vista e as devidas checagens, contribui para a compreensão da atividade de produzir notícias e comunicá-las. Há um peso crescente dos cursos de comunicação e de jornalismo, reforçando a premissa de que o meio acadêmico é o principal fornecedor de mão-de-obra para as empresas de comunicação, em especial, seus veículos (COELHO, 2015).

O quarto elemento dessa discussão sociológica é o da relação com as fontes, de forma teórico-prática. A ação e o pensamento se configuram em um ambiente de confiança entre o jornalista e as pessoas que vão fornecer informações, de forma aberta ou secreta. Esse exercício profissional é a melhor correlação visível entre as perspectivas teóricas – adquiridas durante o período acadêmico –, o senso crítico e a atividade prática. A chamada complexidade do jornalismo demanda um modelo formativo que, em todas as matrizes curriculares e de forma permanente, estimule o pensamento e a reflexão diante de casos concretos – o processo absoluto de construção teórica ou a ação prática sem posturas críticas ou reflexões não geram quaisquer avanços (COELHO, 2015).

E o quinto fator é o da capacidade de adaptação. De acordo com Coelho (2015), com o jornalismo mais presente no meio acadêmico, exige-se dos novos profissionais uma capacitação ainda maior – como se observa no mercado europeu, em geral, quanto no brasileiro. Gera-se uma discussão sobre um possível desequilíbrio entre os meios acadêmico e profissional como se fosse um conjunto de opostos (COELHO, 2015).

Em verdade, a ideia é que ambos os ambientes sejam complementares, com trocas de demandas e objetivos, superando discussões duais como prática e teoria, ação e pensamento e formação e profissão. Essa discussão, vinculada à capacidade de adequação dos acadêmicos de jornalismo para o ambiente profissional, acaba por reforçar também uma nova dicotomia: jornalismo e comunicação (COELHO, 2015). De forma re-



sumida, apresenta-se o quadro a seguir, considerando-se os processos que vêm corroborando para a seleção de jornalistas no campo profissional, no cenário do Brasil.

### QUADRO 1: Exercício da profissão jornalística

| PONTOS ESSENCIAIS   | CARACTERÍSTICAS   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Vocação profissional</li></ul>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Tendência à criticidade;</li><li>• Profissionais ágeis e com habilidades investigativas.</li></ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Disciplinas acadêmicas/campo profissional</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Relações entre teoria e prática;</li><li>• Exercícios para identificação da realidade do campo profissional;</li><li>• Credibilidade profissional e acadêmica</li></ul> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Apuração e checagem da notícia</li></ul>            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Verificação de pontos de vista distintos;</li><li>• Ato de evitar a divulgação de notícias sem investigações e checagens;</li></ul>                                     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Relação com as fontes</li></ul>                     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ambiente de confiança entre jornalistas e entrevistados;</li><li>• Estímulo ao pensamento crítico das partes envolvidas.</li></ul>                                      |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidade de adaptação</li></ul>                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Complementaridade entre ambientes acadêmico e profissional;</li><li>• Atenção às novas tendências e realidades.</li></ul>   |

Fonte: elaborado pelo autor

#### 4. Alguns destinos do profissional de Jornalismo

Conceitualmente, no Brasil, o profissional de jornalismo é responsável, portanto, pela busca, investigação de conteúdos, redação e transmissão de notícias através das mídias (jornais, revistas, televisão, internet, etc.). O estudante de jornalismo pode desenvolver vários tipos de estágio profissional e, após sua graduação, estar habilitado a ocupar várias funções, como as de repórter, de editor, chefe de reportagem, redator, assessor de imprensa, entre outras atividades. Em linhas gerais, os jornalistas atuam na divulgação de informação após colher, investigar, escrever, ajustar o texto e coletivizar materiais.

A ética é um dos princípios essenciais à postura profissional de um jornalista, aliada a aspectos como o compromisso com a verdade, o respeito às fontes e a responsabilidade com o que é divulgado. Além disso, a adequação da linguagem a cada veículo de comunicação e aos diferentes públicos está entre as habilidades de quem trabalha com jornalismo. O nível de atualização sobre os conteúdos e a respeito dos formatos também é um importante diferencial. A figura do “novo” jornalista, com tantos recursos disponíveis e diante de um mundo com exigências múltiplas, em tempos de internet, deve apresentar o mesmo nível de característica dos “bons jornalistas das antigas” (SILVA, 2010). De acordo com Silva (2010), o jornalista precisa combinar as técnicas de pesquisar, escrever, entrevistas, filmar, fotografar e diagramar, com um nível similar de qualidade e respeitando os interlocutores através de princípios éticos.

Os cursos superiores de Jornalismo no Brasil têm a duração básica de quatro anos, distribuídos em oito semestres letivos, com conteúdos teórico-práticos, nas modalidades presencial e a distância. Do ponto de vista formal, a profissão do jornalismo e o seu exercício são regulamentados pelo Decreto-Lei 972/69, este regulamentado pelo Decreto 83.284/79. A regulamentação da profissão definia a formação de nível superior especializada em jornalismo com um requisito essencial para o exercício da profissão. Todavia, essa determinação foi alterada por decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) no ano de 2009, que passou a considerar a exigência do diploma como algo inconstitucional, possibilitando outros caminhos para que a pessoa pudesse obter o registro profissional junto ao Ministério do Trabalho<sup>2</sup>.

Portanto, desde 2009, não há mais a obrigação de um profissional portar o diploma de jornalismo para ingressar na atividade em uma empresa. Contudo, a maioria das empresas privadas e, principalmente, os órgãos públicos, continuam considerando o diploma como pré-requisito para o ingresso de jornalistas no mercado de trabalho.

No Brasil, após a formação, os profissionais de jornalismo, em geral, podem se inserir em quatro caminhos principais. O primeiro deles está vinculado ao mercado tradicional das redações (rádio, televisão, jornal impresso e internet), assessorias de imprensa e departamentos de comunicação das empresas privadas. Nesse mercado, emer-

---

<sup>2</sup> Fonte: Agência Câmara de Notícias, disponível em <https://www.camara.leg.br/noticias/439105-conselho-de-comunicacao-aprova-exigencia-do-diploma-de-jornalista/>, acessado em 20 mar. 2020.



gem questões como o número de empregos disponíveis, as diferentes cargas horárias, o pagamento de salários – em geral, baixos – e a adequação à integração das mídias, geralmente adotado pelas principais corporações de comunicação no território brasileiro.

O segundo caminho escolhido pode ser o dos concursos públicos. A formação superior em jornalismo permite a participação nos certames e esse segmento vem chamando a atenção dos egressos das faculdades, considerando a possibilidade de buscar uma carreira estável, com carga horária mais definida – e com salários mais atrativos.

O terceiro formato de participação no mercado é o do jornalista empreender em seu próprio negócio, tendo uma empresa de assessoria de comunicação, de geração de conteúdos (online ou offline) e oferecer novos formatos. Há, em consequência, uma maior autonomia de tempo e de investimentos, ao mesmo tempo em que há instabilidade em relação à remuneração e um ambiente de concorrência cada vez mais acirrada.

E a quarta opção mais clara de participação no mercado é se manter na área acadêmica. Um egresso do curso de jornalismo pode seguir fazendo cursos de pós-graduação *lato sensu*, mestrado e doutorado e se converter em professor e/ou pesquisador. De maneira resumida, é possível estabelecer possíveis caminhos após a formação profissional no quadro a seguir:

**QUADRO 2: Caminhos profissionais comuns para um profissional de Jornalismo**

| POSSÍVEL CAMINHO  | CARACTERÍSTICAS  | DESAFIOS  |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado tradicional</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabalho em redações (jornal impresso, rádio, televisão e internet);</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vagas de empregos</li> <li>• Salários</li> <li>• Adequações à convergência de mídias</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concursos públicos</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabilidade no emprego;</li> <li>• Carga horária fixa;</li> <li>• Remunerações, em geral, mais altas.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovação no certame</li> <li>• Manter o nível de atualização e vínculo com o mercado</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empreendedorismo</li> </ul>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autonomia de tempo e de investimentos;</li> <li>• Ocupação de dife-</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instabilidade nos ganhos e custos</li> <li>• Concorrência ca-</li> </ul>                         |



|  |   |  |
|--|---|--|
|  | rentes nichos de mercado.   | da vez mais acirrada;<br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Exercício constante da criatividade.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meio acadêmico</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prosseguimento de pesquisas</li> <li>• Aperfeiçoamento profissional</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manutenção de um regime de estudos</li> <li>• Limitação de vagas</li> <li>• Especialização cada vez maior.</li> </ul> |

Fonte: elaborado pelo autor

## 1. Tendências do cenário digital e o jornalismo

Um dos grandes pontos da constituição desse “novo” profissional de jornalismo no Brasil – e pode ser considerada a primeira tendência – é a respeito de sua adaptação aos mercados a partir da sua compreensão a respeito da convergência de mídias. As mídias digitais, a partir dos recursos da internet e das redes sociais, tornam-se espaços permanentes de criação de conteúdos e, em paralelo, responsabiliza ainda mais os jornalistas a apresentarem materiais diferenciados e com um nível de qualificação de quem é oriundo do meio acadêmico.

Ao entender a questão da convergência de mídias e os desafios para lidar com os diferentes aparelhos tecnológicos, o jornalista, em seu processo de formação, identifica novos recursos e diferentes formas de testes, como em experiências, usando aplicativos, plataformas digitais, recursos radiofônicos e as tecnologias de forma integrada (PRADO, 2012). Prado (2012) reforça a ideia de que o jornalismo passa por um processo de hibridização cultural, tanto na forma como na produção de diferentes conteúdos.

A internet tomou uma grande dimensão, de forma intensa, gerando informações sem fronteiras, com públicos cada vez mais diferentes no ciberespaço (FERRARI, 2004). A vida de um jornalista online/digital – ou repórter web – torna-se mais desafiadora pela convergência dos meios e pela necessidade de estar atento a todos os fatos que estão em seu entorno (FERRARI, 2004). Os profissionais de jornalismo, ao lidarem

diariamente com os canais digitais, em uma nova conformação sociológica, precisam apresentar requisitos fundamentais para o exercício da atividade, principalmente para entender esse mundo digital (CASTELLS, 1999; FERRARI, 2004; SANTAELLA, 2005).

Entre esses caracteres essenciais, destacam-se a compreensão da hipertextualidade (conexão rápida entre fontes, conteúdos imagéticos, textos, etc.), o direcionamento dos conteúdos a consumidores cada vez mais exigentes e a compreensão multimídia de formatos (FERRARI, 2004; SANTAELLA, 2005).

Capacitar-se para estes novos cenários se torna uma condição *sine qua non* para o desenvolvimento do profissional de jornalismo. A convergência de mídias gera uma realidade, via internet, em que os conteúdos são multidirecionados e que a informação pode ser gerada de diversas fontes (RECUERO, 2009).

O segundo ponto é que, diante da desobrigatoriedade de as empresas exigirem o diploma de jornalismo para contratar profissionais nesta área, o ensino acadêmico enfrenta novos desafios. As faculdades de jornalismo vêm buscando acompanhar, ao máximo, as etapas da profissionalização dos jornalistas, enfatizando aspectos que possam correlacionar teoria e prática, e gerar uma formação mais completa e crítica. O exercício profissional, nas diferentes possibilidades, lida, no campo sociológico, com enfrentamentos como a quantidade de vagas disponíveis no mercado nacional tão como a questão da política salarial apresentada pela maior parte das empresas.

Um terceiro aspecto a ser discutido é o combate a qualquer tipo de supressão prévia de conteúdos. Para Hohlfeldt e Valles (2008), por exemplo, um fator que influenciou a prática do jornalismo no Brasil nos séculos XIX, XX e no início do século atual, é a censura. A Carta Magna de 1988 trata do jornalismo e regula as profissões da comunicação social, vetando toda e qualquer forma de censura prévia, garantindo os direitos à liberdade de expressão e de imprensa, nos mais diferentes patamares e sendo resguardados os posicionamentos divergentes dentro da sociedade.

Outra tendência clara no jornalismo, em relação ao campo acadêmico, é o intercâmbio das disciplinas. De acordo com Zelizer (2009), o jornalismo, com suas diferentes interpretações, é pluridisciplinar, desenvolvendo leituras a partir da sociologia, da história, da ciência política, da análise cultural e da linguística. Para Zelizer (2009), a

sociologia traz ao jornalismo um foco nos seres humanos, nas comunidades, nas percepções; a história oferece o aspecto da análise documental à prática jornalística, legitimando-a, e usando o passado como fonte da análise dos dados; a construção da narrativa está ligada aos processos linguísticos; a ciência política e o jornalismo caminham na busca das condições ideias para a execução do trabalho; e a análise cultural trata dos meta-conceitos jornalísticos.

O jornalismo é, pois, um campo de humanidades, como forma de expressão, a partir da interdisciplinaridade, em que a ação do cotidiano pressupõe um enquadramento teórico e, ao mesmo tempo, o experimento com novas abordagens, feitos, em geral, a partir dos espaços acadêmicos (ZELIZER, 2009).

Dessa forma, a partir das quatro tendências apresentadas, os desafios para o jornalismo brasileiro se afiguram mais claros, o que reforça a premissa para uma capacitação mais ampliada, integrando os aprendizados acadêmicos com as novas realidades do meio profissional.

## **2. Conclusões**

Destarte, a partir dos conceitos aqui apresentados, além das observações mercadológicas e acadêmicas, com a discussão das interfaces do jornalismo e da sociologia, é possível apresentar alguns pontos de reflexão.

Respondendo, pois, à problemática apresentada, com os cenários apresentados sobre o mercado brasileiro, com as tendências e com os processos de formação e recrutamento de jornalistas a partir do meio acadêmico, observamos como vem se dando a formação profissional dos jornalistas, a partir do âmbito acadêmico, diante das novas exigências dos mercados. O objetivo básico do trabalho foi atingido, com a realização de uma reflexão a respeito do campo qualificado, discutindo como os jornalistas estão se relacionando com o mercado profissional e com o meio acadêmico.

Como resultados preliminares dessa pesquisa que ora se inicia, percebe-se que as relações entre academia e mercado profissional no país estão mais sólidas e que os profissionais de jornalismo vêm adquirindo um perfil mais convergente, nas mídias e em uma relação efetiva entre a teoria e a prática.

Assim, corroborando os dados acima apresentados, como ressaltou Bourdieu (1996), as relações entre sociologia e jornalismo são claras, valorizando o papel da primeira na compreensão do segundo. De acordo com Bourdieu (1996), o sociólogo é o decodificador, um “desencantador”, para visualizar algumas coisas e desconsiderar outras, em sua constante função de revelar os fatos até então, ocultos.

Dessa forma, fica o desafio lançado para a formação de uma agenda de pesquisa que busque identificar, no mercado brasileiro ( e considerando-se as diferenças regionais) todo o desenrolar de capacitação dos jornalistas para o ingresso no mercado de trabalho, as características das opções desenvolvidas e como se forja esse profissional dentro do meio acadêmico.

Os processos de formação e recrutamento desses profissionais, como se buscou mostrar neste artigo, estão em constante modificação e sua dinâmica precisa ser acompanhada de forma mais detalhada e crítica. A pesquisa deve continuar, para desenvolver um mapeamento mais amplo da atividade jornalística no Brasil, com suas especificidades, peculiaridades, enfrentamentos e tendências.

## Referências

AGUIAR, R. O. G.; SOARES, D. L.; TOLEDO, R. F. de; ROCHA, Arnaldo. **Os sete saberes de Edgar Morin são necessários também à comunicação**. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul – v. 18, n. 35, jan./jun. 2019, p. 57-75

ARAÚJO, E. R.; MAGALHÃES, R. Jornalismo e a Sociologia: um contributo. Porto/Portugal. Revista Comunicando/SOPCOM, v.1. n.1. Dezembro, 2012.

ABREU, J. B.; FREITAS, N. M. da S. **Proposições de inovação didática na perspectiva dos três momentos pedagógicos: tensões de um processo formativo**. Ens. Pesqui. Educ. Ciênc. (Belo Horizonte) [online]. 2017, vol.19, e2734. Epub Dec 07, 2017. ISSN 1415-2150.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988.

BOURDIEU, P. **Acerca de la Televisión, transcrição integral das emissões de 18 de março de 1996 da Paris Première**. Paris: CNRS audiovisual, 1996.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e terra, v.1, 1999.



CARDOSO, G; VIEIRA, J; MENDONÇA, S. **Tendências e perspectivas: Os “novos” jornais**. Obercom, 2010. Disponível em: [www.superdownloads.com.br/download/61/tendencias-prospectivas-novos-jornais-gustavo-cardoso-jorge-vieira-sandro-mendonca/redir.html](http://www.superdownloads.com.br/download/61/tendencias-prospectivas-novos-jornais-gustavo-cardoso-jorge-vieira-sandro-mendonca/redir.html), acessado em 20 mar. 2020.

COELHO, P. **Jornalismo e mercado: os novos desafios colocados à formação**. Covilhã/UBI, Livros LabCom, 2015. Disponível em [https://labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150223-2015\\_08\\_pedro\\_coelho.pdf](https://labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150223-2015_08_pedro_coelho.pdf). Acesso entre 10 e 20 mar. 2020.

ESTEVES, J. P. **Sociologia da comunicação**. Lisboa: FCG, 2011.

FERRARI, P. **Jornalismo Digital**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

GUIMARÃES, M. M.. **Sociologia do jornalismo: o caso Brasil**. In: Neveu, É. Sociologia do Jornalismo. Trad. Daniela Dariano. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

HOHLFELDT, A; VALLES, R. R. **Conceito e história do jornalismo brasileiro na Revista da Comunicação**. Porto Alegre: Edipucrs; 2008.

LAGE, N. **Controle da opinião pública: um ensaio sobre a verdade conveniente**. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: UFSC – Insular; 2001.

LIPPMANN, W. **Opinião pública**. Rio de Janeiro: Vozes: 2008

McQUAILS, D. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**, Porto: Porto Editora, 2005.

PRADO, M. **Relatos de experiências de jornalismo hiperlocal**. Revista Comunicação/Faculdade Cásper Líbero. Volume 12, Edição 2 - 2º semestre de 2012.

PELICIONI, M. C. F; PELICIONI, A. F; TOLEDO, R. F. de. **A educação e a comunicação para a Promoção da Saúde**. In: ROCHA, A. A; CHESTER, L. G. C.; RIBEIRO, H. Saúde Pública: Bases Conceituais. 2. ed. São Paulo: Atheneu, 2013, p. 199-211.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre, Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

SILVA, G. R. da (org.). **Novos jornalistas: para entender o jornalismo hoje**. 2010. Edição Online. Brasil: [s.n.], 2010. Disponível em: <https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2016/07/Novos-jornalistas-para-entender-o-jornalismo-hoje.pdf>, acessado em 20 mar. 2020.

TRAQUINA, N. **Jornalismo: o que é?** Lisboa: Quimera Editores, Lda, 2002.



\_\_\_\_\_. Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular; 2012.

ZELIZER, B. **Journalism and the Academy**, in T. Hanitzsch & K. WahlJorgensen, (org.), The Handbook of Journalism Studies (pp. 29-42). New York: Routledge, 2009.

<https://www.camara.leg.br/noticias/439105-conselho-de-comunicacao-aprova-exigencia-do-diploma-de-jornalista/>, acessado em 20 mar. 2020.