
Estágio Curricular: Transformações das Atividades Jornalísticas¹

Janaína Visibeli Barros²
Gilson Soares Raslan Filho³
Matheus Antônio Vieira⁴

Universidade do Estado de Minas Gerais, MG

Resumo

As transformações no mundo do trabalho têm impactado os profissionais em diferentes setores produtivos, dentre eles a comunicação. Nos últimos anos, com a constituição dos monopólios das bigtechs, observa-se uma reorganização do trabalho dos profissionais da comunicação, que tem sido incorporada, ainda que não formalmente, ao processo de formação dos estudantes. Novas funções, atividades e lógicas produtivas têm sido implementadas a partir dos modelos de negócios das organizações denominadas como plataformas. Neste artigo, buscamos analisar a realidade de trabalho de estagiários jornalistas, vivida no contexto da plataformização do trabalho. Para tanto, apresentamos dados de análise de relatórios de estágio, que foram categorizados e revelam novas funções e atividades que têm incorporado esses jovens jornalistas e os prepara para atuação profissional.

Palavras-chave Estágio, Jornalismo, Mundo do Trabalho, Plataformas, Comunicação

Introdução

O estágio curricular para os cursos de bacharelado em jornalismo passou a ser obrigatório a partir da Resolução CNE/CES Nº 1, de 27 de setembro de 2013 e tem por objetivo consolidar práticas de desempenho profissional inerente ao perfil do formando, que deve vivenciar as rotinas produtivas ligadas as atividades jornalísticas durante seu processo de formação. A resolução indica que o estágio pode ser vivenciado em diferentes organizações – públicas, privadas, não governamentais – e reconhece como atividade do jornalista aquelas ligadas ao fazer noticioso em empresas de jornalismo, ou aquelas ligadas a relação das organizações com empresas de jornalismo, como assessoria de comunicação e assessoria de imprensa. Trata-se, portanto, de um conjunto de práticas

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Trabalho, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, e-mail: jvisibeli@gmail.com

³ Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, e-mail: gilraslan@gmail.com

⁴ Graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda e graduando em Jornalismo na Universidade do Estado de Minas Gerais, email: matheusantonio@outlook.com.

profissionais que incluem a apuração de informação, tratamento do fato, construção do material informativo e sua veiculação.

A atividade de jornalismo surgiu no século XIX, como especialidade ligada ao processo produtivo de empresas jornalísticas da indústria da informação (TOMPSON, 1998, TRAQUINA, 2005). Essa atividade carrega a marca do tipo de organização que a originou – os jornais. Desde o advento da internet, que instituiu um processo de transformação social que se compara ao desenvolvimento provocado pela prensa de Gutemberg no século XVI, tem havido mudanças no modelo de negócios das empresas de jornalismo e, conseqüentemente, da atividade profissional do jornalista.

Processos de demissão em massa levaram trabalhadores da notícia a criar novas oportunidades de atuação profissional. Alguns utilizaram das tecnologias de informação e comunicação contemporâneas e criaram seus próprios arranjos jornalísticos alternativos e/ou independentes (FIGARO et al, 2018); outros têm assumido atividades que não se relacionam com as práticas originárias do jornalismo, mas atuam no campo da comunicação. É o que indicam pesquisas realizadas por Figaro et al (2021), no contexto da pandemia; Samuel Lima et al (2022), sobre o Perfil do Jornalista Brasileiro feito no ano de 2021, ou por Silva (2022), ao olhar para jovens jornalistas Cearenses.

Embora ainda atuem nas empresas de mídia – tradicional ou alternativa/independente –, os jornalistas têm sido, cada vez mais, contratados por organizações que não têm relação direta com a especialidade da atividade de sua formação, como por exemplo as agências de comunicação que lidam com práticas mais ligadas à publicidade e ao marketing. Apesar de, nessas organizações, o trabalho feito não ter relação direta com a ideia de produção de notícia para a opinião pública e a defesa estrita dos interesses públicos, observa-se que as competências desenvolvidas por jornalistas em sua formação são acionadas no desenvolvimento de diferentes atividades do setor produtivo da comunicação.

Além das pesquisas citadas anteriormente, relatos de jovens estudantes, nos encontros de supervisão de estágio, do curso de jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais – e que formam o escopo do *corpus* de análise deste texto -, também revelam que há um conjunto de novas atividades e funções que têm sido realizadas por eles, tanto em empresas de jornalismo quanto em outros tipos de organizações. A atividade de produção de conteúdo (e seus similares) se apresenta como uma nova função

dos profissionais da comunicação e dentre eles estão os formados em jornalismo (FIGARO ET AL, 2021; BARROS, RASLAN FILHO, 2022). Esse fenômeno é o resultado do processo de desenvolvimento histórico do capitalismo e com ele dos meios de produção da comunicação (WILLIAMS, 2011), que permitiram o surgimento de empresas plataformas que hoje atravessam as relações sociais e de trabalho. Organizações que são infraestruturas digitais, alimentadas por dados, organizadas por algoritmos e formalizadas por relações de propriedade (VAN DIJCK; POELL; DE WAALL, 2018).

Por sua dinâmica, as plataformas passaram a mediar as relações sociais e se tornaram imprescindíveis para a realização do trabalho. Como destaca Grohmann (2021, p. 170),

as mais diferentes atividades de trabalho – encanador, faxineiro, designer e programador – passam a depender cada vez mais das infraestruturas digitais e suas lógicas, de modo que a plataformização tende à generalização para todas as atividades de trabalho, seja no trabalho remoto ou nas ruas das cidades de maneira generalizada. Por isso a denominação de plataformização do trabalho.

A professora holandesa Anne Helmond, ao estudar o que ela denomina por plataformas de mídias sociais, aponta para a plataformização da web, na qual as dinâmicas sociais passam a ser mediadas por estas organizações, que tratam dados, os incorporam na configuração das plataformas e modelam as dinâmicas de relacionamento que acontecem na rede. Para a autora as plataformas são

Sistemas de fluxos de dados, que configuram canais de dados, os quais possibilitam fluxos de dados com terceiros. Esses fluxos de dados não apenas configuram canais para que os dados fluam entre plataformas de mídias sociais e terceiros, mas também funcionam como canais de dados que preparam os dados externos para a configuração de plataformas (HELMOND, 2019, p. 50).

Nesse movimento, as organizações assumem centralidade no processo de produção e distribuição, circulação e consumo na rede. No que se refere ao campo da comunicação, as plataformas passaram a ser incorporadas no processo produtivo no cotidiano. Elas tanto são usadas nas relações de comunicação no trabalho, na gestão e controle de processos, quanto para a circulação de produtos da comunicação. Por serem corporações com lógicas próprias, tais lógicas têm modificado o processo produtivo da comunicação, afetando tanto as organizações que atuam no setor, quanto os profissionais.

Todo desenvolvimento tecnológico provoca mudanças nos modos de produção, alteram processos produtivos, as prescrições das atividades, solicitam readaptação profissional e desencadeiam o surgimento de novas funções. Essas mudanças não se restringem a um recorte etário e atingem todos os trabalhadores ativos nos diferentes setores produtivos. No setor produtivo da comunicação, há hoje uma grande procura por profissionais que atuem em atividades ligadas a relacionamentos e ao material comunicativo que circula em mídias sociais *online*. Esse processo solicita uma mobilização do trabalho que precisa atender a demanda do mercado, o que força o trabalhador a se adaptar para manter suas condições de sobrevivência.

Por óbvio, os jovens estudantes de jornalismo, em seu treinamento profissional, vivenciam esse fenômeno - e o fazem em uma dupla condição. Por estarem em processo de formação, os estudantes precisam compreender as técnicas ligadas a uma atividade específica, seu conjunto de prescrições e linguagens, os aspectos deontológicos e éticos que a constituem. Ao mesmo tempo, estão sendo chamados, no conjunto de trabalhadores, a atualizar estas prescrições e linguagens de acordo com o que tem sido demandado profissionalmente pelo mercado de trabalho e pelas transformações em andamento. Nesse movimento, estão propensos a realizar atividades que não são, necessariamente, ligadas à sua formação, mas que solicitam aprendizados escolares do campo da comunicação e da habilitação. Por ser um fenômeno recente, pouco se sabe sobre esse processo de mutação do trabalho e menos ainda, sobre como os jovens jornalistas vivenciam este processo, o que torna oportuna pesquisas com esses jovens.

Por ser uma geração que nasce no ambiente midiático das plataformas de comunicação, esta geração é mais aberta a descobrir novos modos de fazer e naturalizar práticas contemporâneas de organização do trabalho no contexto das plataformas. Ao olhar para esses sujeitos em processo de formação, podemos obter pistas sobre as mutações do trabalho da comunicação em andamento e de possíveis caminhos para a defesa do trabalho decente.

Diante deste cenário nos perguntamos: qual é a realidade do mundo do trabalho do jornalismo, no contexto da plataformização do trabalho, vivenciado por estagiários jornalistas? Para responder a essa questão, desde outubro de 2022, tem sido realizado um estudo que tem como objeto empírico o estágio realizado por jovens estudantes de jornalismo, da Universidade do Estado de Minas Gerais - mais especificamente da cidade

de Divinópolis –, que cumprem o estágio curricular obrigatório. Trata-se de uma pesquisa exploratória, por meio da qual se espera conhecer melhor o fenômeno da plataformização do trabalho do comunicador, ainda em andamento, e suas consequências para a atividade de jornalismo. Ela foi pensada para ser realizada em duas etapas.

A primeira etapa realizada no período de outubro de 2022 a setembro de 2023⁵ tomou como amostra os relatórios de estágio curricular obrigatório, entregues pelos estudantes matriculados na atividade nos anos de 2021 e 2022. Os relatórios foram analisados com o objetivo de categorizar os campos de estágio, as atividades, funções e outros achados. Neste artigo, apresentamos o percurso metodológico e os resultados parciais obtidos na primeira etapa da pesquisa em andamento.

Percurso metodológico de análise

Em razão das mudanças pelas quais tem passado o setor produtivo da comunicação e a dinâmica como essas mudanças têm sido vivenciadas, pesquisadores do campo precisam ter maior abertura e sensibilidade para a escolha do caminho metodológico de investigação, pois os comunicadores não estão necessariamente alocados no espaço físico da empresa em um período determinado de trabalho. No contexto histórico presente, eles trabalham de diferentes lugares, acionando redes de colaboração e fazem uso de diferentes linguagens e equipamentos técnicos para realizar sua atividade (SILVA, 2019). Somam-se a isso as mudanças dos dispositivos midiáticos, como o declínio dos formatos impressos em relação a uma diversidade de redes sociais, dispositivos móveis, aplicativos, que unificam plataformas de produção e circulação, que atravessam o trabalho do comunicador.

Trata-se, portanto, de um território fluido, que sofre alterações imprevistas e profundas devido às instabilidades derivadas dos sistemas macroeconômicos e políticos. Nesse sentido, para conhecer o terreno e construir um mapeamento inicial do fenômeno, optou-se pela pesquisa exploratória (GIL, 2008, FIGARO, 2018), que permite ir a campo buscar informações que ajudarão a compor problemas de pesquisa e hipóteses norteadoras.

⁵ Conforme Edital 08/2022 PIBIC/FAPEMIG/UEMG ao qual o projeto está vinculado.

Na pesquisa exploratória, todo elemento encontrado pode ser relevante para a continuidade da investigação. Mas o que define, de fato, a relevância do que deve ser investigado são os problemas de pesquisa, que neste caso é conhecer a realidade do mundo do trabalho do jornalismo, no contexto de plataformização do trabalho, vivenciado por estagiários jornalistas durante seu processo de formação. A pesquisa exploratória permite explorar conceitos, técnicas e hipóteses para propiciar um conjunto de reflexões que permitam apurar os resultados encontrados na investigação.

Para iniciar o contato com os estagiários, a amostra desta pesquisa teve como ponto de partida os relatórios de estágio entregues pelos estudantes do curso de jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG – da unidade de Divinópolis, nos anos de 2021 e 2022, nas disciplinas de estágio curricular obrigatório.

Os relatórios de estágio são compostos por dois documentos. Um formulário que é preenchido pelo estudante, indicando atividade e a carga horária gasta na realização do trabalho no dia a dia de estágio. O segundo documento é um resumo expandido, no qual o estagiário deve realizar uma análise crítica do papel do estágio em sua formação como jornalista, embasada teoricamente, a partir de leituras, debates e reflexões empreendidas no processo de orientação, por docentes, da atividade de estágio.

Os relatórios foram solicitados à coordenação de estágio, que encaminhou 67 relatórios por e-mail: foram 36 relatórios do ano letivo de 2021 e 31 do ano letivo de 2022.

De posse do material, o primeiro esforço de análise e organização foi entender o que era cada um dos documentos entregues e que informações continham para ajudar a pesquisa a identificar as funções, competências e os processos produtivos vivenciados pelos estagiários.

Observou-se que o formulário com carga horária e função, era o que mais bem indicava o que fazia o estudante durante o estágio curricular obrigatório. Ainda assim, o documento é genérico e não permite analisar especificidades das atividades/tarefas realizadas pelos estagiários. O resumo expandido, oferecia, em alguns casos, informações complementares ao formulário, mas sozinho esse documento oferecia poucas informações sobre as atividades realizadas pelos estudantes. Contudo, em alguns casos observou-se que ele podia qualificar as informações disponíveis no formulário. Entendemos, portanto, que a análise do material precisava combinar as leituras dos dois

documentos, que eram complementares. Por esta razão, foram retirados da amostra todos os relatórios que não tinham os dois documentos, ou não indicavam a função realizada no estágio, ou o período de realização.

A limpeza da amostra resultou na exclusão de todos os relatórios do ano de 2022, que continham apenas o resumo expandido ou não possuíam informações necessárias para a análise. Desse modo, a amostra final está composta por 36 relatórios do ano 2021.

Após a etapa de limpeza, de acordo com os objetivos da pesquisa, buscou-se, na análise documental, identificar o tipo de organização onde o estudante realiza o estágio e o tipo de atividade que é desenvolvida, para, em seguida, ser feita a comparação entre elas e sua categorização.

De acordo com as informações sobre as atividades e o local de estágio, os relatórios foram agrupados em três campos de estágio: (1) Veículos de mídia; (2) Agências de comunicação/redes sociais; (3) Assessoria de comunicação/imprensa.

Após essa categorização inicial, passamos à leitura e análise dos relatórios, buscando reconhecer as funções, o campo de atuação do estagiário, a prescrição do trabalho realizado, se o estágio é no jornalismo, no campo da comunicação ou fora da área; se é possível identificar as competências solicitadas para realização das atividades e pistas sobre o processo de adaptação dos estudantes às atividades.

Para a organização dessa análise, foi construída uma planilha contendo o campo e o local do estágio, a função desempenhada, e as habilidades movimentadas pela função. Para classificar as funções desempenhadas, foram consideradas as seguintes categorias:

- Dentro do campo do jornalismo: A função descrita pelo estagiário carrega marcas deontológicas do jornalismo.
- Dentro do campo da comunicação: A função descrita pelo estagiário pertence ao campo da comunicação, apesar de não apresentar indicações da deontologia do jornalismo.
- Fora do escopo da comunicação: A função não se relaciona nem com o campo comunicação nem com o jornalismo fugindo aos objetivos de formação do estágio.

Durante as análises iniciais dos relatórios, observou-se a ausência de detalhamento sobre as tarefas realizadas pelos estagiários. Imaginávamos encontrar no material uma descrição sobre o que fazem, como fazem, as dificuldades encontradas, os caminhos

criados para superar estas dificuldades e como esse processo ajudou, ou não, em sua formação. Mas não foi o que encontramos. Ao contrário, os documentos apresentam generalizações das atividades, que dão indícios iniciais sobre as funções e competências, mas não permitem alcançar os objetivos propostos para a investigação.

Por isso, escolheu-se observar as funções realizadas por eles, utilizando as próprias nomenclaturas que aparecem no Formulário de Estágio. As poucas transcrições de função desempenhada que aparecem no “Resumo Expandido”, foram desconsideradas pois se apresentaram muito ambíguas ou com um amplo espaço interpretativo em relação a função executada.

Em geral, a pesquisa se deparou com um material empírico carente de descrições detalhadas, que requereu, muitas vezes, revisitar o processo metodológico. Além das diversas vezes em que foi necessário realizar uma nova organização dos documentos, uma vez que vários deles possuíam datas ambíguas e precisavam ser reorganizados.

Passemos à descrição dos resultados parciais.

Sobre o processo pedagógico de avaliação do estágio

Inicialmente observou-se que os documentos presentes no relatório não cumprem os objetivos pedagógicos propostos para a avaliação da etapa de formação do estudante. Ambos os documentos têm problemas.

O formulário com funções e carga horária é genérico e, em geral, os estagiários o preenchem com palavras-chave que se repetem durante todo o formulário. Não há, portanto, uma descrição sobre o que realmente os estudantes fazem no estágio, ou como é o processo produtivo ao qual estão vinculados no campo de estágio. Sem essas informações, não há como saber que tipo de prescrição é feita ao estudante, ou que competências têm sido solicitadas deles para realizar as atividades, ou, ainda, se as atividades cumprem como processo de formação profissional, quais são as dificuldades no processo e os aprendizados.

O resumo expandido também não cumpre seu objetivo como instrumento de avaliação do estágio, apesar do esforço para fazer o estudante pensar teoricamente o campo de estágio. Este documento acaba por se configurar como um texto que pode ser posteriormente desenvolvido pelo estudante e submetido a eventos científicos no campo da comunicação - o que é bom para a formação do futuro profissional. Mas como

instrumento de avaliação, as leituras dos resumos revelam que a maior parte deles foge do estágio como tema. Eles se configuram mais como uma resenha das referências bibliográficas do estágio, e menos como uma descrição sobre o que se faz no estágio, os ganhos dessa experiência, os confrontos vividos na realização das atividades e suas descobertas.

Essas conclusões – a rigor, debilidades - já foram compartilhados com a coordenação de estágio do curso de jornalismo da UEMG/Divinópolis, que está revendo a documentação. Novo relatório de estágio está sendo construído com a colaboração dos orientadores de estágio e da equipe do projeto, com vistas a identificar as funções, o processo produtivo, as prescrições do trabalho, os desafios, a maior ou menor adequação ao campo profissional do jornalismo ou da comunicação.

Sobre as funções, prescrições do trabalho e competências

Para compreender as habilidades que esses estagiários desenvolvem ao realizar suas funções, a pesquisa pretendia partir do detalhamento da atividade realizada pelo estagiário. Entretanto, como esse detalhamento não aparece nos relatos, tal objetivo não pode ser cumprido durante o processo de análise. A alternativa foi categorizar por palavras-chave as funções e atividades indicadas pelos estudantes nos formulários e buscar nos resumos expandidos outras informações que qualificassem as informações presentes no formulário.

Essa categorização permitiu um mapeamento inicial das principais atividades realizadas pelos estagiários e elas nos dão indícios de competências que são mobilizadas na realização das atividades (Tabela 1).

**TABELA 1. Compilado de palavras-chaves de funções realizadas pelos estagiários
Jornalismo 2021.**

Nº	Palavras-chaves das funções	Área ou local	Campo de trabalho
1	verificar mensagens, produção de textos, produção de legendas, criação de arte, webwriter.	Agência	Dentro do campo da Comunicação
2	produção de arte, produção de release, publicação de conteúdo digital.	Assessoria de Comunicação	Dentro do campo da Comunicação
3	redação de texto, edição, gravação de produtos audiovisuais.	Assessoria de Comunicação	Dentro do campo da Comunicação
4	produção de card, produção de legenda, produção de reels, produção de texto didático.	Assessoria de Comunicação	Dentro do campo do Jornalismo
5	escolha de pautas.	Assessoria de Comunicação	Dentro do campo do Jornalismo
6	produção de material jornalístico, produção e divulgação de releases, contato com clientes, agendamento de postagens.	Veículo de Comunicação	Dentro do campo do Jornalismo
7	responder directs, responder comentários, criar legendas.	Agência	Campo não identificado
8	produção de conteúdo.	Assessoria de Comunicação	Dentro do campo da Comunicação
9	produzir boletim, produzir notícia.	Assessoria de Comunicação	Dentro do campo da Comunicação
10	desenvolvimento de artes, produção de posts.	Agência	Dentro do campo da Comunicação
11	postagem de artes, responder comentários directs feed e timeline.	Assessoria de Comunicação	Campo não identificado
12	designer gráfico - stories para o Instagram, texto + stories	Assessoria de Imprensa	Dentro do campo da Comunicação
13	escrita do copy, elaboração de roteiro, criação de copy	Agência	Dentro do campo da Comunicação
14	ajuste de texto	Agência	Dentro do campo da Comunicação
15	elaboração de texto	Agência	Dentro do campo da Comunicação
16	interação no perfil dos clientes, realização de atendimentos, responder comentários e mensagens	Agência	Fora do campo da Comunicação
17	elaboração de texto, elaboração de pauta	Assessoria de Imprensa	Dentro do campo da Comunicação
18	criação de posts	Agência	Dentro do campo da Comunicação
19	produção de texto, social media, copy, produção de stories	Agência	Dentro do campo da Comunicação
20	produção de releases	Assessoria de Imprensa	Dentro do campo do Jornalismo
21	produção de pauta	Assessoria de Imprensa	Dentro do campo do Jornalismo
22	produção de artigo, produção de design, produção de conteúdo	Assessoria de Imprensa	Dentro do campo da Comunicação
23	elaboração de pauta, criação de roteiro, desenvolvimento de reportagem	Assessoria de Imprensa	Dentro do campo do Jornalismo
24	produção de clipping, atualização de maling, produção de arte gráfica	Assessoria de Imprensa	Dentro do campo do Jornalismo
25	pesquisa e apresentação ao vivo, produção de pauta, checagem, criação de matéria jornalística das notícias, locução das matérias, postagem das matérias no site.	Veículo de Comunicação	Dentro do campo do Jornalismo
26	escrita de pauta, pesquisa e apuramento, revisão	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
27	ronda e seleção de conteúdo, produção de conteúdo	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
28	apresentação ao vivo, produção de pauta, checagem, criação de matéria jornalística	Veículo de Comunicação	Dentro do campo do Jornalismo
29	produção de texto, produção de artigo, diagramação de texto, produção de pauta	Veículo de Comunicação	Dentro do campo do Jornalismo
30	pesquisa e apuração, escrita de pauta	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
31	diagramação de jornal	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
32	produção de notas, agendamento de entrevistas	Veículo de Comunicação	Dentro do campo do Jornalismo
33	pesquisa, entrevista, gravação de material	Veículo de Comunicação	Dentro do campo do Jornalismo
34	apuramento, ronda	Veículo de Comunicação	Dentro do campo da Jornalismo
35	produção de texto, texto para blog	Agência de comunicação	Dentro do campo da Comunicação
36	escolha de pauta	Assessoria de Comunicação	Dentro do campo do Jornalismo

Fonte: Elaboração dos pesquisadores

A diversidade de palavras-chave que aparecem na Tabela 1 indica a não restrição do estágio ao campo do fazer jornalístico. Como é possível identificar, há atividades realizadas pelos estagiários que não são reconhecidas – ao menos não até agora – pelo escopo deontológico do jornalismo, como as funções “design”, “criação de posts”, “escrita de copy”, “criação de copy”, “mídia social”, “produção de stories”, “webwriter”, “produção de reels”, “produção de cards”, dentre outros.

Os estudantes também usam expressões genéricas para caracterizar o próprio trabalho, o que nem sempre permite conhecer o tipo de atividade que de fato é feita no estágio. A expressão “produção de conteúdo”, por exemplo, é uma dessas generalizações.

Ela aparece na descrição das funções nos relatórios de estágio 8, 22, e 27, e pode ser realizada em todos os campos de estágio e pode tanto tratar de conteúdo jornalístico, como conteúdo para perfil em redes sociais.

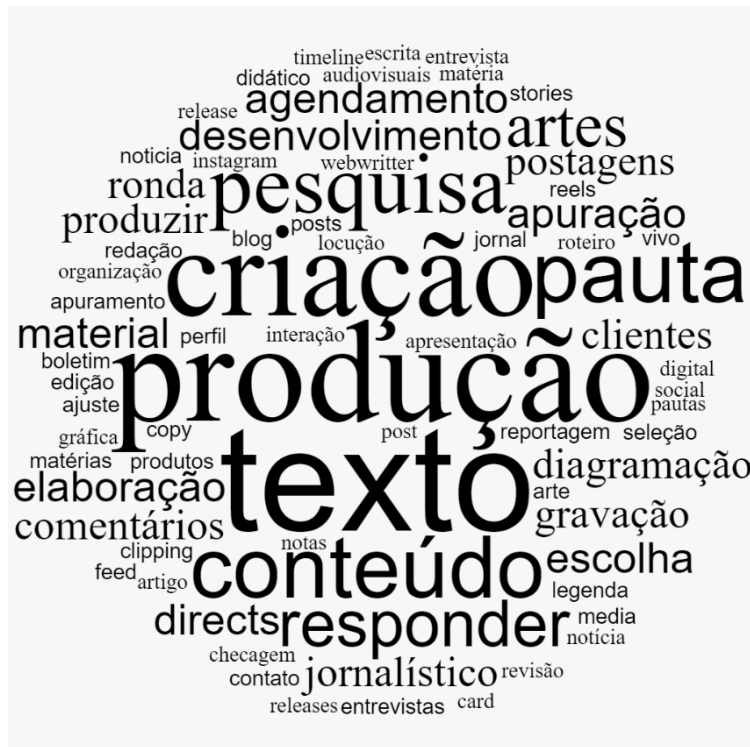
A “produção de legendas” também é um termo recorrente nos relatos dos estudantes. Esta não é uma atividade nova para o jornalismo, mas é nova a forma como ela tem sido apropriada no contexto das plataformas, especialmente de redes sociais. A legenda é o texto que acompanha a postagem de uma imagem no Instagram e sua formatação cumpre com as lógicas de consumo e produção desse meio de comunicação.

O valor do estágio no jornalismo

A demanda por trabalhadores da comunicação, que tem levado os jornalistas menos a veículos de comunicação e mais a agências de comunicação e assessorias, é percebido pelos próprios estudantes e manifesta nos relatos sobre o estágio. A exemplo disso, a Estagiária do relatório de número 16 relata que essa mudança oferece novas oportunidades de atuação: “Hoje, porém, ele tem a possibilidade de percorrer outros caminhos dentro do campo da comunicação, deixando o jornalismo em segundo plano para apostar na produção de conteúdo para a internet.” O sentido, expresso por “Jornalismo em segundo plano”, do aproveitamento dos conhecimentos adquiridos na formação em outros campos da comunicação foi uma tendência observada também nos outros relatos dos estagiários que atuaram em agências e assessorias. Em alguns casos, esses estagiários, atuando em agências de comunicação, deixaram de referenciar o jornalismo nos Resumos Expandidos, e a ausência da palavra dá indícios da falta de percepção do valor do estágio no processo de formação para a atuação profissional como jornalista. Importa mais ter o trabalho, não importa se será como jornalista, como comunicador social genérico - ou qualquer atividade em que possa ser empregado.

Para contribuir para esse entendimento do aparecimento das funções, de tal forma como são nomeadas pelos estagiários, foi produzida uma nuvem de palavras. Na nuvem, preferimos não remover as conexões “e”, “de”, nem palavras que têm significados parecidos, uma vez que revelam conexões com outros termos.

Figura 1. Nuvem de palavras-chave das funções dos estagiários de jornalismo



Fonte: Elaboração dos pesquisadores

A palavra que toma centralidade e destaque na nuvem é a “produção”, auxiliada por “criação” e “texto”. A partir dos relatos, conclui-se que a produção estava em muitos casos relacionada à texto – “produção de texto”, ou ao menos um tipo de produto textual, tal como “boletins”. Mas em geral, investigando diretamente que tipo de texto estava sendo produzido, foi possível averiguar que normalmente se trata de textos comerciais ou *copywriter* (“*copy*”), categoria dos textos publicitários. Em outros dois casos, o texto produzido eram legendas para postagens de Instagram, que também possuem uma linguagem comercial. Essa mudança, para os estagiários de organizações empresariais e agências de comunicação (campo da comunicação), emerge no aparecimento do “cliente”, o termo passou a ser escolhido por aqueles estudantes atuando em agências de comunicação e alguns casos nas assessorias. A ideia de audiência, espectador, leitor e/ouvinte, passa a operar sobre o modelo dos profissionais de *marketing* e publicidade.

Nesses casos, o que se esclarece é uma substituição da produção discursiva do jornalista, em que se privilegia para o discurso do *marketing*, nos trabalhos em agências de comunicação e assessorias. Nessas atividades, os estagiários são diretamente influenciados pelo formato das plataformas, especialmente as redes sociais. Elas

transformam o tipo e a expressão linguística que os estagiários de jornalismo produzem – uma vez que precisam organizar o texto nas condições adequadas para aumentar o engajamento no Instagram, ou o posicionamento da página no buscador de pesquisa, como o Google SEO – algoritmo de *ranqueamento* de sites do Google, citado diferentes vezes pelos estagiários de agências de comunicação.

Assim como o aparecimento das atividades “produção” de “stories”, “produção” de “reels”, “postagens”, “posts”, e “Instagram”, “Reels”, “Stories”, que fazem ver novas formas de produção de material dentro da comunicação que são ditados pelo modelo de produção das plataformas. A “produção de conteúdo” aparece nos relatos como a produção de produtos voltados às redes sociais, como produção de design gráfico ou de textos (como legendas de publicações).

Por sua vez, as palavras “matéria”, “pauta”, “ronda”, “apuração”, “jornalístico” também aparecem na nuvem de palavras. Elas, todavia, não possuem o mesmo destaque em termos de menções, aparecendo em segundo plano, e estão especialmente relacionadas ao trabalho realizado em veículos de comunicação: rádio, tv, portal e impresso. São nestes locais de trabalho que mais se manifestam as marcas deontológicas reconhecidas para a atividade do jornalismo.

Considerações Finais

Como é possível observar pelos dados analisados, a plataformização do trabalho da comunicação e do jornalismo se apresentou em todos os campos de estágio. Todos os relatórios analisados indicam que, seja no trabalho para veículos de mídia, agências de comunicação ou assessoria de comunicação/imprensa, todos os jornalistas estão realizando atividades voltadas para as mídias sociais e usam as plataformas para cumprir essa função. Não fica claro, contudo, que tipo de competência tem sido solicitada, ou as prescrições da atividade. Nem tampouco se elas dialogam com o saber fazer do jornalismo ou se configura apenas como o que tem sido denominado por microtrabalho (VIANA, 2021). Parece haver uma relevância cada vez maior de um tipo de trabalho em que o trabalhador deve seguir, *curtir* ou comentar perfis em redes sociais, para falsear um engajamento orgânico do *cliente*.

Outro dado relevante da leitura e análise dos relatórios foi a ausência das palavras comunicação e jornalismo em vários relatórios. Também encontramos documentos em

que não havia qualquer menção ao processo de formação profissional do jornalismo em interface com o estágio, o que coloca questões sobre o tipo de estágio feito e como ele qualifica a formação do estudante.

Foram encontrados relatórios nos quais a descrição do estágio revela que a atividade vivida pelos estudantes foge completamente do campo da comunicação e do jornalismo. Destacamos um em que o estudante realizava trabalho em Serviço de Atendimento ao Cliente – SAC. Nesta atividade o estagiário controla as reclamações feitas em aplicativo de mensageria, como whatsapp, ou perfil de rede social, como *messenger* no Facebook. Apesar do ambiente de trabalho ser nas plataformas, monitorando relacionamento comercial da organização com o cliente, essa atividade falseia o campo de estágio da comunicação e, é forçoso concluir, não colabora para a formação profissional do jornalista, sua qualificação e inserção no mercado. Ao contrário condiciona o estudante a um ambiente de exploração do estágio como mão de obra precarizada.

Pelo exposto, é possível observar que as análises dos relatórios nos colocam novas questões de pesquisa, tanto sobre a atividade dos jornalistas, quanto sobre o estágio no processo de formação profissional. Para responder a essas e outras questões, a segunda etapa da pesquisa será qualitativa com a escuta dos estudantes. Esperamos que os dados nos tragam respostas sobre o perfil dos profissionais, as competências solicitadas nos estágios, os dilemas enfrentados pelos estudantes, os aprendizados em relação a profissão e as transformações da atividade dos jornalistas, que não puderam ser observadas na análise documental dos relatórios de estágio.

Referências bibliográficas

BARROS, J. V.; RASLAN FILHO, G. S. Plataformas digitais e novas atividades da comunicação: um perfil do Social Media brasileiro. In: **Anais de Congresso INTERCOM 2022**. João Pessoa, UFPB, setembro de 2022. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0807202218463962f032bfe5ca6> Acesso em: 13 de jul. 2023

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Resolução CNE/CES Nº 1, de 27 de setembro de 2013. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192

FÍGARO, R. Comunicação e Trabalho: implicações teórico-metodológicas. In: PUC/SP. **GALÁXIA. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica**. São Paulo:

PUC, n.º. 39, dezembro de 2018. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/35905>. Acesso em: 07 de julho de 2023. FIGARO, Roseli et al. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA/USP, 2018.

FIGARO, Roseli et al. **Relatório da pesquisa - Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19: ...1 ano e 500 mil mortes depois**. São Paulo : ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GROHMANN, Rafael. Trabalho Digital: o papel organizador da Comunicação. **Revista Comun. Mídia Consumo**. São Paulo, v. 18, n.51, p. 166-185, jan./abr. 2021. DOI 10.18568

HELMOND, A. A Plataformização da Web. In: OMENA, Janna Joceli (Org). **Métodos digitais: teoria, prática, crítica**. Portugal, Lisboa: Instituto de Comunicação da Nova, 2019.

LIMA, Samuel et al. **Perfil do Jornalista Brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho**. Florianópolis: Quórum Comunicações, 2022.

SILVA, Ana Flávia Marques da. **A redação virtual e as rotinas produtivas nos novos arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. Dissertação. São Paulo: ECA/USP, 2019.

SILVA, Naiana Rodrigues. **As relações de comunicação e de trabalho de jovens jornalistas cearenses: um estudo sobre as dramáticas do uso de si, o ethos e a deontologia profissional**. Tese. São Paulo: ECA/USP, 2022.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The Platform Society**. New York: Oxford, 2018.

VIANNA, Matheus. Heteromação e Microtrabalho no Brasil. **Sociologias**, [S. l.], v. 23, n. 57, p. 134–172, 2021. DOI: 10.1590/15174522-111017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/sociologias/article/view/111017>. Acesso em: 5 jun. 2023.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.