
O campo de estágio no jornalismo: plataformização e precarização nas vagas do LinkedIn¹

Janaína Visibeli Barros²

Gilson Soares Raslan Filho³

Matheus Antônio Vieira⁴

Universidade de São Paulo – USP

Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG

RESUMO

O avanço da internet e a plataformização transformaram a produção, distribuição e consumo de notícias, impactando o jornalismo e exigindo adaptação de profissionais e estudantes. A pesquisa analisou como essas mudanças afetam a formação e atuação de estagiários em jornalismo, focando nas competências requeridas pelas organizações. O LinkedIn, como a maior rede social de profissionais, permite a criação de perfis e a busca por oportunidades de emprego. Foram coletadas 20 vagas de estágio na plataforma, revelando que as exigências incluem habilidades tradicionais de jornalismo, competências digitais e socioemocionais, e o domínio de ferramentas e plataformas. Isso evidencia a integração das práticas de comunicação com as lógicas das redes sociais e a precarização do estágio, resultando na demanda de um perfil de profissional faz-tudo.

PALAVRAS-CHAVE: estagiário; jornalismo; plataformização; precarização; trabalho.

AS VAGAS DE ESTÁGIO NO JORNALISMO

A internet plataformizada (Helmond, 2019) reconfigurou o jornalismo, criando uma rede de dependência das grandes corporações de tecnologia que afeta as estruturas sociais e os modelos de trabalho (Grohmann, 2021). Essas mudanças introduzem novas formas de organização e controle do trabalho dos comunicadores (Grohmann, 2021). Os estudantes de jornalismo vivenciam essas mudanças de modo particular: em formação, precisam aprender técnicas, deontologia e ética jornalística, ao mesmo tempo em que são confrontados pelo mercado como estagiários, sendo solicitados a atualizar as prescrições do jornalismo dada a plataformização.

Diante disso, percebeu-se a necessidade de desenvolver uma pesquisa com o objetivo de analisar as transformações que a plataformização do jornalismo impõe à formação e à atuação dos estagiários na área. Diante das novas exigências do mercado, a

¹ Trabalho apresentado no GP - Comunicação e Trabalho, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

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 – Habilitação em Publicidade e Propaganda e graduando em Jornalismo na Universidade do Estado de Minas Gerais, e-mail: matheusantonio@outlook.com

pesquisa buscou compreender as competências solicitadas e os tipos de vagas disponibilizadas aos estagiários de jornalismo nessas novas dinâmicas de trabalho.

Metodologia

Foram catalogadas 20 vagas de estágio para jornalistas, coletadas de 9 a 13 de setembro de 2024. A busca foi feita pela palavra-chave “jornalismo” com o filtro “estágio”, exigindo como requisito estar cursando jornalismo ou comunicação social. Para isso, utilizou-se a rede social LinkedIn, a maior rede social do mundo focada em contato profissional (Data Reportal, 2025).

As vagas foram categorizadas em três grupos principais: habilidades tradicionais, como “redação”, “apuração” e “revisão”; habilidades relacionadas ao trabalho com plataformas digitais, como “gestão de redes sociais”, “SEO”, “Wordpress”; e habilidades informáticas específicas, como “Pacote Creative Suite” e “Pacote Office”.

Resultados

A análise de vagas inicialmente revela que a maioria das oportunidades não está em veículos de comunicação, mas sim em agências de publicidade e assessorias de mídia. Essas agências valorizam as habilidades de escrita e produção de conteúdo dos jornalistas, aplicando-as em contextos comerciais. Mas há pouca menção ao jornalismo como fator relevante nas vagas.

Observa-se que os estagiários são requisitados a manejar os três campos de categorização citados, indo além das atividades tradicionais. Isso evidencia a busca por estudantes de jornalismo para vagas e funções de “produtor de conteúdo”. Essa função exige que o estagiário realize múltiplas tarefas: desde a criação de texto e imagem até a adaptação para diferentes formatos e o monitoramento do engajamento. Propõe-se a eles o desempenho de funções que, anteriormente, eram atribuídas a profissionais experientes.

Nas vagas destacam-se também as competências socioemocionais, como “ser proativo”, “buscar o aprendizado constante” e “trabalho em equipe”. Estas características genéricas mobilizam a ideia de flexibilidade e adaptação que são os pré-requisitos solicitados pelos empregadores, e revelam que o mercado busca estagiários que

apresentem competências normalmente desenvolvidas com o tempo e a prática, criando barreiras para estudantes sem experiência.

Considerações Finais

Conclui-se que o estagiário de jornalismo assume um perfil de “faz tudo”, sendo demandado por habilidades técnicas (informática, plataformas), competências socioemocionais e conhecimentos tradicionais do jornalismo. Essa capacidade pode ampliar oportunidades em comunicação e marketing (Barros, Raslan Filho, Vieira, 2025), mas gera preocupações quanto à desvalorização das competências específicas do jornalismo, à sobrecarga de funções e à precarização da atividade. A análise das vagas revela uma transformação profissional marcada pela plataformização do trabalho (Grohmann, 2021) e pelas estratégias do campo do marketing. A exigência de múltiplas competências, no entanto, pode precarizar o estágio, dificultando sua função como complemento à formação acadêmica devido ao conflito entre as demandas do mercado e a prática deontológica da profissão.

REFERÊNCIAS

- BARROS, Janaina Visibeli; RASLAN FILHO, Gilson Soares; VIEIRA, Matheus Antônio. O Estágio Curricular em Jornalismo no Contexto de Plataformização do Trabalho. In: Revista Comunicação e Educação. São Paulo: USP, 2025.
- DATAREPORTAL. **LinkedIn Users, Stats, Data, Trends, and More**. 2025. Disponível em: <<https://datareportal.com/essential-linkedin-stats>>. Acesso em: 16 jun. 2025
- 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.
- 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.
- LinkedIn. **Política de Privacidade**. 18 de setembro de 2024. Disponível em: <https://br.linkedin.com/legal/privacy-policy?src=li-other&veh=www.linkedin.com#use>. Acesso em 14 de abril 2025.