



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

octavio.islas@proyectointernet.org

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores
de Monterrey
México

Quadros, Claudia; Nunes Langeira, Alvaro
DA PERSPECTIVA DE TRABALHO À REALIDADE DO FUTURO PROFISSIONAL DO JORNALISMO
Razón y Palabra, vol. 18, núm. 83, junio-agosto, 2013
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Estado de México, México

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199527531042>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

DA PERSPECTIVA DE TRABALHO À REALIDADE DO FUTURO PROFIS- SIONAL DO JORNALISMO

Claudia Quadros

Alvaro Nunes Langeira ¹

Resumo

Este artigo traz resultados parciais da pesquisa realizada entre alunos do curso de Jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) sobre perspectivas profissionais. Os dados da referida pesquisa fazem parte do projeto *Identidades e Culturas Profissionais*, que investiga estudantes de Jornalismo no Chile, Brasil, México, Austrália, Suíça, Espanha e Estados Unidos. Em Curitiba, a pesquisa foi realizada no primeiro semestre de 2012, quando a maioria de estudantes de Jornalismo entrevistados respondeu que gostaria de trabalhar em empresas de comunicação quando concluir a faculdade. No entanto, cresce o número de alunos que percebem a comunicação corporativa como uma boa oportunidade para iniciar a carreira. Este artigo também traça o cenário atual do mercado jornalístico paranaense e apresenta a realidade dos egressos da UTP, destacando o início da trajetória profissional de recém-formados.

Palavras-chave

Profissão; jornalismo; ensino; perspectivas; Curitiba.

Abstract

This paper presents partial results of the survey among students of Journalism of Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) on career prospects. The research data is part of the Professional Identities and Cultures project, which investigates students of Journalism in Chile, Brazil, Mexico, Australia, Switzerland, Spain and the United States. In Curitiba, the survey was conducted in the first half of 2012, when the majority of the students of Journalism interviewed said they would like to work in media companies upon graduating. However, the number of students who perceive corporate communication as a good opportunity to start a career is growing. This article also outlines the current market scenario for Journalism in the state of Paraná and presents the reality of the graduates of UTP, highlighting the beginning of the career of the newly graduated students.

Key words

profession; journalism; teaching; perspectives; Curitiba.

Jornalismo: contextos de ensino e de mercado

No Brasil, a queda da obrigatoriedade do diploma de jornalista há mais de três anos pelo STF (Supremo Tribunal Federal) não acabou com os sonhos de uma geração disposta a praticar a profissão que tem como missão levar a informação para a sociedade. No Paraná, os responsáveis pelos meios *mainstream* ainda veem como necessário o diploma de jornalista para exercer a profissão. No entanto, em tempo de convergência de meios as exigências são distintas e múltiplas. A concorrência também é grande, o que significa que nem todos os futuros jornalistas terão a oportunidade de trabalhar na vaga desejada.

No site do E-MEC, do Ministério da Educação, há 373 cursos de Jornalismo em todo o Brasil. O número não é preciso, pois estão incluídos cursos que deixaram de funcionar. No Paraná, aparecem 24 cursos. Só em Curitiba, há sete cursos de Jornalismo em funcionamento (PUCPR, UFPR, UTP, UP, UNIBRASIL, OPET e FACINTER), porque outros três já foram desativados (UNIANDRADE, ROYLLER e ESSEI ¹) antes e depois da queda da exigência do diploma. O fato é que, após a decisão do Supremo Tribunal Federal de 17 de junho de 2009, muitos dos cursos de Jornalismo ofertados pelas instituições privadas tiveram menor procura no vestibular e, conseqüentemente, as turmas diminuiram. Ainda assim, os estudantes que persistem na carreira por vocação profissional não encontram um mercado de trabalho tal como o idealizado no início do curso.

Neste artigo, apresentaremos as perspectivas profissionais de estudantes de jornalismo. A proposta é cruzar os dados desta pesquisa com outras informações coletadas em investigações concluídas ou em andamento sobre o ensino do jornalismo e também sobre recém-formados e a sua relação com o mercado de trabalho. No projeto de pesquisa “O ensino do jornalismo na era da convergência tecnológica: Metodologias, Planos de Estudos e Demandas Profissionais”, que tem a coordenação da UFBA, a participação da UTP e da UFSC e o apoio do Procad/Capes, verificamos numa primeira etapa, realizada em 2010, que os currículos dos cursos de jornalismo investigados nem sempre acompanham as mudanças profissionais.

No entanto, percebemos que algumas instituições de ensino têm investido nas disciplinas de empreendedorismo para que os novos jornalistas criem suas próprias oportunidades de emprego, como abrir uma assessoria de comunicação ou uma empresa de consul-

toria de mídias sociais digitais. Evidentemente que esse tipo de negócio e/ou trabalho de *freelancer* não é contabilizado pelo Ministério do Trabalho, que registrou 89.252 jornalistas empregados em todo o país no ano de 2010 (ANJ, junho de 2012). No Paraná, em junho de 2012, o Sindijor-PR (Sindicato de Jornalistas do Paraná) registrava 3.166 profissionais sindicalizados. Este número não representa o número de jornalistas que atuam no Paraná, porque nem todos estão registrados no sindicato. Entre os estudantes entrevistados para o desenvolvimento desta pesquisa, apenas 58,8% disseram que irão se filiar ao Sindicato dos Jornalistas do Paraná assim que se formarem.

Neste artigo, investigamos as perspectivas dos estudantes de jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) com relação ao futuro profissional, espelhados em duas pesquisas. A primeira faz parte do projeto *Identidades e Culturas Profissionais*, que analisa estudantes de Jornalismo no Chile, Brasil, México, Austrália, Suíça, Espanha e Estados Unidos, e tem a coordenação das Universidad de Santiago de Chile; Sunshine Coast University, Austrália; Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Espanha; Universidade de Brasília, Brasil; Universidad de Aguascalientes; México; Texas State University San Marcos, Estados Unidos; e Zurich University of Applied Sciences, Suíça. No Brasil, participam como colaboradoras outras instituições, como a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e a UTP.

A nossa participação tem a finalidade de traçar o perfil de estudantes de jornalismo de uma universidade particular no Brasil. Aqui, portanto, não apresentaremos resultados comparativos com os alunos de instituições públicas. A segunda referência é o levantamento realizado pela UTP com os egressos da instituição em jornalismo, para delinear a trajetória profissional dos recém-formados e também traçar o cenário atual do mercado jornalístico paranaense. O curso de Jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná foi criado em 1994, quando funcionava em três períodos: manhã, tarde e noite. “A última turma vespertina concluiu o curso em 2000. Desde 2008, as turmas de jornalismo se concentram no período noturno (...)”. (QUADROS E CAETANO, 2009, p. 78 e 79).

Assim como em outras instituições de ensino, o curso de Jornalismo da UTP tem menos alunos do que meados da década de 1990. A criação de outros cursos no interior do estado, o surgimento de novos cursos de jornalismo em Curitiba e a queda da exigência do diploma foram alguns dos motivos que levaram à redução de alunos matriculados no

terceiro curso mais antigo da capital do Paraná.² Desde o seu surgimento, o curso de jornalismo da UTP também recebe alunos que atuam no jornalismo paranaense há muitos anos com o registro provisionado. A procura deste público, evidentemente, era maior quando o diploma de jornalista era obrigatório. No final dos anos 90, também havia um grande número de estudantes oriundos do interior do estado. Atualmente, os alunos do interior são em maior número nos cursos de pós-graduação *lato* e *stricto sensu* da instituição, sendo que realizaram a graduação em suas cidades de origem.

A Universidade Tuitui do Paraná mantém o único programa de Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens do estado³ e, por esse motivo, alguns alunos da graduação também são atraídos pela possibilidade de participar de pesquisas em comunicação e, posteriormente, ingressar no mestrado. No quadro docente da graduação, também estão professores que atuam no referido programa de pós-graduação. O currículo da UTP, no entanto, possui mais disciplinas práticas do que teóricas. A atual coordenação do curso busca o equilíbrio entre a prática e a teoria, contratando e/ou mantendo professores com experiência profissional no jornalismo.

Em tempo de convergência: exigências múltiplas e distintas

A preocupação da instituição se revela como uma tendência seguida pelas escolas de jornalismo no país, que procuram se aproximar mais do mercado de trabalho. A convergência de meios é bastante ampla, não está atrelada apenas às questões tecnológicas. Ela também tem transformado o modo de fazer jornalismo, fato que também exige mudanças empresariais e profissionais. Logo, há necessidade de se refletir sobre o ensino do jornalismo em contexto de convergência de meios. Embora haja pesquisadores (SALAVERRÍA e NEGREDO, 2008) que não acreditam no profissional multimídia como o futuro dos meios de comunicação, o mercado de trabalho tem exigido cada vez mais tarefas de um único jornalista.

Nas emissoras de televisão, por exemplo, há muito tempo o editor cumpre funções antes ocupadas por dois profissionais. Hoje, ele edita textos e imagens. O editor de imagens, outrora desempenhado por técnicos sem formação em jornalismo, existe, em menor número, para pós-produções de reportagens especiais. No jornalismo, o profissional ca-

da vez mais precisa fazer das redes sociais suas ferramentas para divulgar o seu trabalho, para se comunicar com o público e para criar outras formas de narrativa. Para Mirna Tonus (2012), essas interações, frequentes com a convergência de meios, trazem à tona outro perfil de jornalista e, conseqüentemente, a necessidade de rever também as práticas de ensino.

Escolas de comunicação procuram desenvolver ações que coloquem professor e aluno em sintonia com os tempos atuais. Tanto no mercado como na academia, de modo geral, as potencialidades oferecidas pelos meios digitais não foram exploradas de forma imediata. Os meios *mainstream* demoraram a incorporar práticas das redes sociais para atrair e conquistar o público e a maioria dos cursos de comunicação tardou em discutir a sua estrutura curricular para se preparar ante essas mudanças tecnológicas e culturais que cada vez mais transformam a forma de fazer jornalismo. “A era virtual, além de reconfigurar de forma radical cada um dos meios e o conjunto da comunicação, revolucionou as formas de socialização do ser humano, as práticas políticas e o modo pelo qual as novas gerações se relacionam com o saber.” (KUCINSKI, 2012, p. 6).

Bernardo Kucinski ainda discute que a ausência de utopia, presente nesta era de convergência, é preocupante e pode implicar mais mudanças profundas no jornalismo. Se a utopia sempre moveu o mundo, como podemos definir “o jornalista sem abraçar alguma forma de utopia, algum tipo de preferência ou crença no advir de uma sociedade melhor?” (KUCINSKI, 2012, p. 8). A pesquisa em tela tenta revelar as preferências dos estudantes quanto ao futuro do jornalismo. No item detalhamento da pesquisa, a seguir, revelamos um pouco do que crê essa nova geração sobre o jornalismo e o que espera da sua carreira profissional. Antecipamos que os estudantes pesquisados de certo modo preservam alguma forma de utopia, mas que se revela diferente das retratadas em outros tempos.

Ciro Marcondes Filho (2000) relata a dificuldade de caracterizar o jornalista, pois quem opta por essa profissão pode ocupar distintas funções e atuar em diferentes veículos. Nos tempos atuais, o jornalista pode assumir mais de um papel e trabalhar para diferentes meios de comunicação com um único salário. Por exemplo, o editor de cultura também faz uma matéria para as versões on-line e impressa, elabora um boletim para o rádio sobre as principais notícias que estarão no caderno no dia seguinte e planeja um ví-

deo especial para explorar outras narrativas do ciberespaço e, assim, conquistar o seu público.

Se o futuro da profissão era incerto e o jovem jornalista tinha um ideal que não podia realizá-lo, como destaca Marcondes Filho (2000), hoje ele pode criar o seu próprio canal de comunicação, supostamente mais democrático que os *mainstream*. Evidentemente que ter um blog ou outros espaços nas redes sociais não garante a sua sobrevivência e tampouco audiência. No entanto, a adesão do público, que também produz conteúdo, tem feito as grandes empresas de comunicação repensarem suas práticas. Cada vez mais, os portais noticiosos dessas empresas tentam simular as comunidades virtuais em seus ambientes digitais, abrindo espaço para a participação do público. O jornalista, neste sentido, tem múltiplas e distintas funções do passado.

Detalhamento da pesquisa

Em relação ao primeiro levantamento, o questionário foi aplicado em todos os períodos do curso de jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná.² Responderam apenas os alunos que quiseram. No total, foram aproveitados os 17 questionários respondidos de forma completa. Após a aplicação, os dados foram transpostos para uma base de dados e, logo, cruzadas as questões. A investigação, com extensão internacional, foi formulada com questões cujos objetivos foram induzir o entrevistado a desenvolver uma crítica à formação pedagógica acadêmica, externar valores culturais, ideológicos e morais – indicações estas embutidas nas avaliações e posicionamentos em situações corriqueiras do cotidiano jornalístico – e detalhar as expectativas na inserção no mercado de trabalho, tanto perspectivas profissionais quanto financeiras.

As perguntas foram estruturadas a partir de seis eixos temáticos: colocação e realização no campo profissional posterior à conclusão do curso; razões e motivações para a predileção pelo jornalismo; ajuizamento de tópicos relacionados ao trabalho em âmbito geral e a procedimentos específicos do desempenho jornalístico; avaliação de atividades práticas elaboradas no curso com o intuito da simulação da atividade profissional; justificativas para a formação universitária do jornalista; e as representações do entrevistado

quanto ao jornalismo. O quadro a seguir, com a transcrição de 19 das 36 questões apresentadas aos estudantes, ilustra a relação entre os eixos temáticos e as indagações.

Figura 1: questões da pesquisa *Identities e Culturas Profissionais*.

Eixos temáticos	Questões
Colocação e realização no campo profissional posterior à conclusão do curso	<ul style="list-style-type: none"> - Em qual área acha que começará a trabalhar quando se formar – Empresa jornalística/Conteúdo variado/Ensino e pesquisa/Comunicação cooperativa-organizacional-RP-PP? - Em que tipo de organização acha que começará a trabalhar? - Em qual gostaria de trabalhar - Empresa jornalística/Conteúdo variado/Ensino e pesquisa/Comunicação cooperativa-organizacional-RP-PP? - Em qual organização gostaria de trabalhar por toda a vida? - Quanto acha que pode ganhar como jornalista nos primeiros 5 anos? E após os 5 primeiros anos?
Razões e motivações para a predileção pelo jornalismo	<p>Qual a principal razão que motivou sua escolha pelo jornalismo?</p> <p>1) Não pude completar meus estudos em outra área; 2) Não pude ingressar na área que queria; 3) É fácil se formar em jornalismo; 4) Tenho talento e/ou gosto de escrever; 5) Gosto do jornalismo como profissão; 6) Pela possibilidade de mudar a sociedade; 7) Pelo dinheiro que posso ganhar como jornalista; 8) Pela possibilidade de cobrir escândalos e abusos; 9) Pela possibilidade de ser famoso; 10) Porque gosto de viajar; 11) Porque gosto de conhecer gente interessante; 12) Outros. Quais?</p>
Ajuizamento de tópicos relacionados ao trabalho em âmbito geral e a procedimentos específicos do desempenho jornalístico	<ul style="list-style-type: none"> - Dos 16 itens da lista dos aspectos vinculados ao trabalho e vida profissional, enumere de 1 a 5, em ordem de valor decrescente, a importância de cada um deles; - Fazer o mesmo com a lista de 28 atitudes relacionadas à prática diária dos meios de comunicação
Avaliação de atividades práticas elaboradas no curso com o intuito da simulação da atividade profissional	<ul style="list-style-type: none"> - Dos 20 itens da lista de atividades realizadas pelas escolas de jornalismo diariamente, enumere de 1 a 5, em ordem de valor decrescente, a importância de cada um deles;
Justificativas para a formação universitária do jornalista	<ul style="list-style-type: none"> - A preparação acadêmica que recebem os futuros jornalistas é: 1) Muito ruim; 2) Ruim; 3) Regular; 4) Boa; 5) Muito boa; - Você acredita que a formação universitária em jornalismo é ne-

	cessária para exercer a profissão?
As representações do entrevistado quanto ao jornalismo	<ul style="list-style-type: none"> - Enumere os 3 problemas mais importantes que afetam o exercício do jornalismo brasileiro; - Das 7 afirmações listadas sobre prática, papel e valores de jornalistas, diga se 1) Discorda totalmente; 2) Discorda; 3) Não discorda nem concorda; 4) Concorda; 5) Concorda totalmente; - Das 6 afirmações sobre o trabalho de jornalista, diga se 1) Discorda totalmente; 2) Discorda; 3) Não discorda nem concorda; 4) Concorda; 5) Concorda totalmente; - Quando se formar, você se filiá ao sindicato dos jornalistas? - Quando se formar, você será membro de alguma associação profissional/organização sindical? - Na política, na escala de 1 (esquerda) a 7 (direita), em qual você se situaria? - Na política, na escala de 1 (liberal) a 7 (conservador), em qual você se situaria?

O questionário contempla o objetivo de balizar a cultura profissional do estudante de jornalismo engendrada na universidade, base da posterior formação do ethos – a imagem de si construída e fundamentada em dimensões, formulações e representações do ponto de vista culturais, discursivas, ideológicas, morais, políticas e sociais (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 220-221). Aprimorado nas redações, assessorias, empreendimentos e demais funções relacionadas ao ofício do jornalista, o ethos fundamenta a construção da especificidade profissional alentada pela ideia de uma comunidade interpretativa única, a tribo jornalística (TRAQUINA, 2005), e tem sua origem no campo acadêmico, no qual o estudante, por intermédio do corpo docente, mantém contato com os personagens e rituais constitutivos da profissão.

A segunda base do artigo foi o *Levantamento do perfil profissional dos egressos da UTP*, realizado pela CEGRE (Coordenadoria de Acompanhamento de Egressos) e o MARKNET (Núcleo de Estudos de Mercado e Pesquisa de Opinião) da instituição curitibana, envolvendo o contato entre maio de 2010 e junho do ano seguinte com 83 alunos formados em 2009 nos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Rádio e Televisão. Vinte e um estudantes, dos 38 graduados em jornalismo naquele ano, preencheram o questionário com 26 perguntas. A universidade objetivou no plano geral verificar se a formação efetivada foi condizente com a expectativa dos alunos e se auxiliou no

ingresso no mercado de trabalho. Na parte específica, sondou dos mesmos a vontade (ou necessidade) de fazer uma das pós-graduações *lato* e *stricto sensu* ofertadas pela UTP e compôs o perfil profissional dos entrevistados.

A pesquisa foi segmentada em três partes: o perfil profissional, compreendendo oito indagações; a avaliação do curso de graduação, perscrutada em sete perguntas específicas; e a sondagem de um potencial público para a pós-graduação entre os recém-formados, esboçada em nove perguntas. A primeira e última etapas envolveram interrogações objetivas. Foram perguntados, relativos à primeira, da atividade profissional, classificação e porte da empresa, desempenho funcional e formação, local e tempo de trabalho, remuneração e benefícios trabalhistas. No tocante à segunda, foram interpelados se havia conhecimento prévio da oferta na UTP, formas de divulgação dos cursos e motivos do interesse ou desinteresse pela pós-graduação.

Destacamos mais o ponto da avaliação do curso porque esta parte complementa e encorpa, pela amplitude e consistência presentes nas alternativas, posições apontadas no estudo das identidades e culturas profissionais sobre contribuições da preparação acadêmica no exercício profissional. Se no caso anterior há apenas duas perguntas resumidas direcionadas ao assunto, na pesquisa da UTP o tema é ampliado, visando a saber dar particularidades do aporte universitário ao trabalho jornalístico, do grau de contentamento com o ensino da instituição e do êxito na mediação/preparação à inserção profissional. Exemplificamos tal afirmação valendo-nos de questões endereçadas aos entrevistados. Três delas solicitam ao egresso para dizer se a formação auxiliou na ascensão profissional, se ao deparar com o mercado de trabalho sentiu-se preparado e qual o nível de satisfação com a faculdade cursada na UTP. Outras duas, apresentaram 18 alternativas com múltipla escolha para avaliar o curso, conforme quadro a seguir:

Figura 2: Questões elaboradas pelo Marknet da UTP.

AVALIAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO	AVALIAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO
14. Na sua opinião, quais foram os principais aspectos positivos do seu curso de graduação na UTP? (RM)	15. E na sua opinião, quais foram os principais aspectos negativos do seu curso de graduação na UTP? (RM)
<input type="checkbox"/> 1. Qualidade do curso	<input type="checkbox"/> 1. Falta de organização do curso
<input type="checkbox"/> 2. Abrangência do curso/visão ampla	<input type="checkbox"/> 2. Falta de abrangência do curso/visão limitada
<input type="checkbox"/> 3. Qualificação de alguns professores	<input type="checkbox"/> 3. Desqualificação de alguns professores
<input type="checkbox"/> 4. Relacionamento e dedicação dos professores	<input type="checkbox"/> 4. Falta de comprometimento/atraso dos professores
<input type="checkbox"/> 5. Atuação da coordenação	<input type="checkbox"/> 5. Atuação da coordenação
<input type="checkbox"/> 6. Gostou de matérias específicas do curso	<input type="checkbox"/> 6. Insatisfação com matérias específicas
<input type="checkbox"/> 7. Aplicação prática do curso	<input type="checkbox"/> 7. Pouca aplicação prática do curso
<input type="checkbox"/> 8. Infra-estrutura do curso	<input type="checkbox"/> 8. Sistema de provas e avaliação ruim
<input type="checkbox"/> 9. Preparação para o mercado de trabalho	<input type="checkbox"/> 9. Falta de infra-estrutura no curso
<input type="checkbox"/> 10. Aprendizagem e conhecimento que proporcionou	<input type="checkbox"/> 10. Falta de preparo/conhecimento para o mercado de trabalho
<input type="checkbox"/> 11. Apoio e preocupação da universidade com os alunos	<input type="checkbox"/> 11. Dificuldade de ingressar no mercado de trabalho
<input type="checkbox"/> 12. Convivência acadêmica	<input type="checkbox"/> 12. Falta de apoio e incentivo da universidade ao aluno para entrar no mercado
<input type="checkbox"/> 13. Qualidade do currículo e conteúdo lecionado	<input type="checkbox"/> 13. Dificuldades na convivência acadêmica
<input type="checkbox"/> 14. Reconhecimento e conceito do curso	<input type="checkbox"/> 14. Problemas com a grade curricular e conteúdos lecionados
<input type="checkbox"/> 15. Atendimento administrativo de modo geral é bom	<input type="checkbox"/> 15. Falta de reconhecimento do curso e conceito ruim
<input type="checkbox"/> 16. Nenhum/ não teve aspectos positivos	<input type="checkbox"/> 16. Atendimento administrativo de modo geral é ruim
<input type="checkbox"/> 17. Organização da UTP	<input type="checkbox"/> 17. Nenhum/ Não teve aspectos negativos
<input type="checkbox"/> 18. Outros. Quais?	<input type="checkbox"/> 18. Outros. Quais?
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Des-
sa
for-

ma, os dois questionários propõem-se, ao apresentar e listar situações inerentes à liturgia jornalística fomentada nas salas universitárias e aplicada nos ambientes de trabalho, a identificar o sistema valorativo e cultural de uma profissão muitas vezes mitificada em função de ações e crenças expressas pela maneira pragmática do comportamento imediatista – metaforizado por Traquina como “Novoslândia” (2005, p. 50), pelo utilitarismo discursivo da inteligibilidade e pela recorrente prevalência interpretativa da simplificação, características estas peculiares às competência e cultura jornalísticas (TRAQUINA, 2005, p. 40-51).

Resultados

A simbologia paradigmática da tribo jornalística mantém-se firme no imaginário dos estudantes. Onze dos 17 graduandos em jornalismo da UTP – sendo nove dos 3º e 4º semestres, dois matriculados nos 5º e 6º semestres e seis cursando disciplinas dos 7º e 8º

níveis – se sentiriam realizados em empresas jornalísticas, incorporando a tradicional figura do profissional de redação. Quatro alunos almejam a comunicação institucional e dois outros – um cada – pretendem a docência/pesquisa ou alguma atividade variada. O detalhamento pode ser conferido abaixo.

Figura 3: Resultado da preferência laboral do estudante de jornalismo da UTP.

3. Em que área você gostaria de trabalhar pelo resto de sua vida profissional?	26. Sexo						27. Faixa Etária							
	Total		Masculino		Feminino		De 18 a 20 anos		De 21 a 25 anos		De 26 a 30 anos		Mais de 30 anos	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Empresas Jornalísticas	11	64,7%	5	71,4%	6	60,0%	5	62,5%	2	100,0%	3	75,0%	1	33,3%
Comunicação Institucional/Relações Públicas	4	23,5%	1	14,3%	3	30,0%	3	37,5%					1	33,3%
Docência e Pesquisa	1	5,9%			1	10,0%							1	33,3%
Conteúdo Variado	1	5,9%	1	14,3%							1	25,0%		
Base	17	100,0%	7	100,0%	10	100,0%	8	100,0%	2	100,0%	4	100,0%	3	100,0%

Mais crenças despontam das respostas. A maioria, somando as alternativas Bastante e Muita para funções cotidianas dos meios de comunicação, destacou a imparcialidade (53%), motivação à cidadania e reflexão política (70,5%), qualificador da informação (76%), principalmente as pertinentes à pauta política (70%), esclarecer o público em temas complexos e polêmicos (70%), ser vigilante da cidadania (64%) e, o mais pontuado na soma, debater e avaliar políticas internacionais (82%). Em situações de trabalho, nove entrevistados (52,9%) concordam com a associação da notícia à noção de bem maior, oito (ou 14, se juntarmos ao Concordo os 6 da alternativa Concordo Totalmente) exaltam o comportamento ético independente da situação, o mesmo valendo para evitar métodos questionáveis de apuração, e o mesmo percentual, 47,1%, acredita ser o jornalista capaz de “descrever a realidade como ela é”.

Requisitada a dizer se discordava totalmente, discordava, nem discordava nem concordava, concordava ou concordava totalmente com afirmações e frases apresentadas, o grupo de estudantes posicionou-se da seguinte forma, listadas as respostas com índice superior a 40%: das afirmações, 58,8% discordam totalmente da possível perda da condição de jornalista para quem saiu da redação e resolve atuar em outro ramo – assessoria e comunicação institucional, por exemplo. Acrescentando os 29,4% de quem apenas discorda, temos 88,2%. Outro percentual próximo a este diz respeito à contrariedade com uma afirmativa semelhante: 47,1% discordam totalmente e 35,3% discordam de

que “o jornalista recém-formado que faz pós-graduação e ingressa na academia perde sua condição de jornalista”.

Em relação às frases, uma obteve 47,1% de concordância – *Trabalhar como jornalistas em grandes centros garante mais possibilidades de desenvolvimento profissionais* – e três chegaram a 41,2%: duas por discordância - *Trabalhar como jornalista na capital do país garante mais possibilidades de desenvolvimento profissional* e *Trabalhar como jornalista em capitais e em grandes centros é fazer melhor jornalismo* – e uma pela alternativa Concordo: *Trabalhar como jornalista na capital do país e em grandes centros garante maior prestígio*. A afirmativa *Os jornalistas são profissionais respeitados no Brasil* recebeu tratamento singular: 41,2% discordaram e 41,2% nem discordaram nem concordaram.

Quanto à necessidade da formação acadêmica para o exercício jornalístico, 75% são a favor, recebendo 75% de respostas afirmativas femininas e 25% masculinas. Das 20 atividades acadêmicas, os estudantes deram importância maior – somando as alternativas Bastante e Muita – para “Priorizar a prática como item fundamental na formação oferecida pelo curso” (94,1%); “Construir novos conhecimentos” (94,1%); “Transmitir conhecimentos” (94,1%); “Promover a prática jornalística no contexto do mundo real” (88,3%); “Acentuar o domínio das técnicas profissionais no currículo do jornalista” (88,3%); “Publicar material científico” (88,2%); “Desenvolver competências e habilidades didáticas” (88,2%); e “Priorizar o ensino da graduação” (82,4%). A avaliação relativa à preparação acadêmica é tida como boa para 52,9% dos alunos e regular a 35,3%, de acordo com o quadro:

Figura 4: a importância da preparação acadêmica na opinião dos alunos da UTP.

19. A preparação acadêmica que recebem os futuros jornalistas é:	26. Sexo						27. Faixa Etária							
	Total		Masculino		Feminino		De 18 a 20 anos		De 21 a 25 anos		De 26 a 30 anos		Mais de 30 anos	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Muito Ruim	1	5,9%	1	14,3%					1	50,0%				
Ruim	1	5,9%	1	14,3%							1	25,0%		
Regular	6	35,3%	3	42,9%	3	30,0%	3	37,5%			1	25,0%	2	66,7%
Boa	8	52,9%	2	28,6%	7	70,0%	5	62,5%	1	50,0%	2	50,0%	1	33,3%
Muito Boa														
Base	17	100,0%	7	100,0%	10	100,0%	8	100,0%	2	100,0%	4	100,0%	3	100,0%

A amostra com 21 graduados em jornalismo, presente no *Levantamento do perfil profissional dos egressos da UTP*, corrobora muitas das expectativas dos futuros jornalistas expressas na pesquisa do projeto *Identities e Culturas Profissionais*. O cotidiano das redações ainda responde pela preferência e oportunidade de trabalho. Quase metade dos formados – 42,1% – trabalha em empresas de comunicação. Dois investiram em projetos próprios e três enveredaram para assessorias e coordenação da área da comunicação corporativa/institucional. Na parte referente aos pontos positivos do curso foram mencionados, no aspecto pedagógico, a qualificação e dedicação dos professores, com 71,4% e 23,8% respectivamente, a qualidade curricular (14,3%) e a aprendizagem, conhecimento proporcionado e aplicação prática do curso, com 9,5%. Houve ainda semelhança na opinião sobre a propriedade do preparo universitário na atividade profissional, respaldando a sincronia entre projeções e realidades, depurada das pesquisas analisadas neste trabalho.

Figura 5: Pesquisa do Marknet da UTP com ex-alunos.

Avaliação do preparo para o mercado de trabalho após concluir o curso	Total		Jornalismo		Publicidade e Propaganda		Radio e Televisão	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Bem preparado	14	34,1%	8	38,1%	5	33,3%	1	20,0%
Preparado	23	56,1%	11	52,4%	9	60,0%	3	60,0%
Pouco preparado	4	9,8%	2	9,5%	1	6,7%	1	20,0%
Base	41	100,0%	21	100,0%	15	100,0%	5	100,0%

Considerações finais

É importante ressaltar que o número de alunos que respondeu à pesquisa do projeto *Identities e Culturas Profissionais* na UTP foi reduzido, por esse motivo optamos em cruzar dados obtidos com outras pesquisas concluídas e andamento para diminuir a margem de erro. De qualquer modo, os resultados obtidos são relevantes e nos sinalizam que o estudante de jornalismo da UTP considera que a instituição o prepara para o exercício da profissão. Evidentemente que o corpo docente entende que há necessidade de atualizações constantes para atender à demanda do mercado, mas principalmente para ensinar o aluno a refletir sobre o jornalismo dos novos tempos.

A maioria dos estudantes espera receber pelo menos o piso no início da carreira, R\$ 2.323,68 segundo a tabela do Sindicato dos Jornalistas do Paraná. Apesar de 35,3% das entrevistadas mulheres acreditarem que receberão um salário abaixo do piso (R\$ 1.500,00) nos primeiros cinco anos de profissão. Depois deste período, a maioria dos alunos espera receber entre 5 mil reais ou mais. A nosso ver a expectativa desses estudantes está acima da realidade de mercado. A pesquisa realizada com os egressos constata que a maioria recebe até R\$ 2000,00 após o primeiro ano da conclusão do curso. Logo, inferimos que para ganhar a quantia desejada o futuro jornalista precisará manter pelo menos dois empregos. Muitos dos alunos (35,3%) acreditam que o seu primeiro emprego será em uma assessoria de comunicação, que, normalmente, contrata para período integral. Considerando que alunos do curso já tiveram experiência com o trabalho em assessoria de comunicação, esta passa a ser a primeira oportunidade para atuar na área. Mas a maioria dos alunos, como apontado anteriormente, espera poder trabalhar em empresas jornalísticas, como rádio, revista, televisão e jornal impresso. Os alunos entrevistados conhecem as dificuldades que encontrarão na questão de ganhos, tanto que 57,1% consideram que o salário baixo é um dos motivos que marcam a desvalorização do jornalista no mercado.

Outras dificuldades no dia a dia da profissão também são consideradas pelos alunos. Dos entrevistados, 66,7% julgam que a falta de tempo para apurar as matérias impede maior aprofundamento das notícias. Quando questionados sobre a manipulação dos conteúdos jornalísticos, apontam uma série de razões empresariais para isso acontecer. Entre elas, 45,5% acreditam que são por conta de interesses políticos; 27,3% por interesses econômicos e 27,3% por interesses próprios da redação.

Apesar de conhecerem muitas das agruras que enfrentarão, os futuros jornalistas respondem que escolheram o jornalismo para seguir carreira porque gostam da profissão (47,1%), entendem que têm talento para escrever (29,4%), pela possibilidade de mudar a sociedade (17,6%) e não se veem fazendo outra coisa (5,9%). Talvez estejam mais cientes das dificuldades e desafios que gerações anteriores de estudantes de jornalismo, mas acreditam que podem ter um papel relevante na sociedade ao exercer a profissão. Para 64,7% é bastante importante levar a informação mais interessante ao público.

Comprendemos que o futuro jornalista encontra no cenário da convergência de meios mais desafios para exercer a profissão. Isso, no entanto, não o impede de ter expectativas que o motivam a continuar no campo do jornalismo. Se retomarmos o questionamento feito no início do texto que destaca a importância do jornalista ter ao menos uma crença para ter uma sociedade melhor, concluímos que os estudantes pesquisados entendem que levar a melhor informação ao público pode contribuir.

Notas

1. A ESSEI inicia o processo de transferência de seus alunos para outras instituições.
2. O curso mais antigo é o da PUCPR e o segundo da UFPR.
3. Atualmente, há outros três mestrados: UEL, UFPR e UEPG, mas estes programas ainda não possuem doutorado no campo da comunicação.

Referências

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. Dicionário de análise do discurso. São Paulo: Contexto, 2004.

KUCINSKI, Bernardo. A nova era da comunicação: Reflexões sobre a atual revolução tecnológica e seus impactos no jornalismo, Estudos em Jornalismo e Mídia, Porto Alegre: Editora da UFRGS, Vol. 9, janeiro a junho de 2012, pp. 4-17.

MARCONDES FILHO, Ciro. A Saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

QUADROS, Cláudia; CAETANO, Kati. Da convergência de meios: reflexões sobre o seu ensino. In: BARBOSA, Marialva; FERNANDES, Márcio; MORAIS, Osvando. Comunicação, Educação e Cultura na era digital. São Paulo: Intercom, 2009, pp. 71-96.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. Periodismo Integrado: convergencia de medios y reorganizaci3n de redacciones, Barcelona: Editorial Sol 90, 2008.

TONUS, Mirna. Lacunas tecnológicas em tempos cibernéticos: entre a formação jornalística e o exercício da profissão, Estudos em Jornalismo e Mídia, Porto Alegre: Editora da UFRGS, Vol. 9, janeiro a junho de 2012, pp. 49-61.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo – volume II: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

¹ Sus cuentas de correo electrónicos son: clauquadros@gmail.com y alvarolarangeira@gmail.com

² Os autores contaram com apoio da professora Fernanda Carraro para a aplicação dos questionários.

