

---

## **Condições de trabalho dos estagiários em jornalismo e publicidade no município de Divinópolis-mg<sup>1</sup>**

Talita Vasconcelos BRANDÃO<sup>2</sup>

Janaina Visibeli BARROS<sup>3</sup>

Universidade do Estado de Minas Gerais, Minas Gerais, MG

### **RESUMO**

O artigo proposto tem o intuito de analisar a rotina produtiva dos estagiários dos cursos de Jornalismo e Publicidade de Divinópolis- MG no contexto de precarização das atividades em comunicação. Na metodologia foi aplicado um questionário qualitativo virtual a respeito da condição de trabalho dos estudantes. A pesquisa aborda a acumulação flexível e a importância pedagógica do estágio na formação dos jornalista e publicitários.

**PALAVRAS-CHAVE:** Condições; publicidade; jornalismo; estágio; comunicação.

### **Introdução**

Em pesquisa realizada pelo Volt Data Lab identificou-se 7.817 demissões totais em empresas de mídia no período de 2012 até 2018. Com a redução das equipes profissionais houve a precarização do trabalho na comunicação, neste contexto, as organizações midiáticas sobrecarregaram aqueles que permaneceram pela mobilização da força do trabalho por meio do fluxo tensionado.

De acordo com Durand (2003) o trabalho no fluxo tensionado é bem mais exigente do que o fluxo fordiano já que, nele a produtividade não é incentivada pelo controle do trabalho e sim interdependência entre os empregados. Com uma suposta autonomia, os operários são gerenciados pela sua competência diante da equipe e pela remuneração individualizada.

Esse cenário ocorre, pois, com os avanços tecnológicos, as relações de trabalho são reforçadas na lógica capitalista. No mundo contemporâneo as empresas operam com

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG/Divinópolis, e-mail: talitabrandaov@gmail.com

<sup>3</sup> Dra. Ciências da Comunicação pela ECA/USP Professora da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG/Divinópolis Pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho - CPCT/ECA-USP. Coordenação do Grupo de Pesquisa e Estudos das Poéticas do Cotidiano - EPCO/UEMG, e-mail: jvisibeli@gmail.com

tecnologia digital em rede, e seus objetivos originários são gerar lucro e a acumulação de poder.

Isso quer dizer que, os dilemas vividos no mundo do trabalho do jornalismo não provêm dele mesmo somente. As lógicas da circulação da informação e a valorização dela como aspecto de valorização do capital reverberam na área profissional do jornalismo. Essa repercussão incide para além da incorporação das tecnologias digitais, pois implica uma lógica produtiva e de relações de trabalho que têm como orientação atender às demandas do acesso prioritário à informação que aumenta o potencial de controle dos recursos e do poder para aqueles que já os detêm. (FÍGARO; MARQUES, 2020, p.106).

Nesse contexto de declínio do exercício jornalístico nas empresas tradicionais e de precarização do trabalho jornalístico, foi realizada a pesquisa “Condições de trabalho dos estagiários em Jornalismo e Publicidade no município de Divinópolis-MG”, no período 07 de agosto a 29 de setembro de 2020, que buscou conhecer as condições de trabalho dos estudantes de Jornalismo e Publicidade como estagiários no município. A pesquisa fotográfica, não probabilística, recolheu relatos de universitários que se encontram em um cenário de baixa perspectiva de ascensão profissional, acompanhada da acumulação de funções.

A graduação consiste em um momento de aprendizado e descobertas. Segundo a Lei N° 11.788, de 25 de setembro de 2008:

Estágio é ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior, de educação profissional, de ensino médio, da educação especial e dos anos finais do ensino fundamental, na modalidade profissional da educação de jovens e adultos.

Nota-se assim, a necessidade da investigação dessas condições, a pesquisa descritiva em questão pretendeu analisar os impactos das mudanças no mercado de trabalho da comunicação na rotina produtiva dos estagiários dos cursos de Jornalismo e Publicidade. Propôs-se que embora o intuito principal do estágio no projeto pedagógico vise a aprendizagem, este primeiro contato com a atividade não se afasta dos atributos do capitalismo, que incluem estudantes em formação na lógica da acumulação flexível e de tensão sobre seu trabalho já na fase de aprendizagem. Este artigo apresenta o relato da pesquisa feita com estagiários de jornalismo e publicidade como se descreve adiante.

## **O percurso de investigação**

---

Com o objetivo de explorar a realidade dos estagiários no contexto atual de precarização do trabalho, pretendeu-se identificar a rotina desses estudantes e observar suas informações a respeito de seus direitos resguardados pela legislação brasileira no recorte da cidade de Divinópolis, em Minas Gerais.

Para tanto, foi feita divulgação do questionário qualitativo virtual, organizado na plataforma de formulários da empresa Google, com um conjunto de 26 questões, abertas e fechadas, que questionavam sobre o perfil dos estagiários – como as motivações para a escolha do curso, a renda familiar e a faixa etária– além das atividades realizadas no estágio, o tipo de contrato e o conhecimento dos acadêmicos sobre os seus direitos. A amostra não probabilística, foi composta de estagiários que tiveram acesso ao link do formulário e participaram voluntariamente da pesquisa.

O link do questionário foi encaminhado pelo aplicativo de mensagens Whatsapp para as turmas de Jornalismo e Publicidade das duas universidades que possuem cursos de comunicação em Divinópolis: a Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) e a Faculdade Pitágoras. Ele ficou aberto para receber respostas no período de 15 de agosto a 5 de setembro de 2020.

No questionário qualitativo com o total de 30 respondentes, 26 questões foram aplicadas. Além de 21 perguntas fechadas sobre a rotina do estágio e a realidade dos estudantes, também se incluiu 5 perguntas abertas para que os respondentes pudessem dar seus depoimentos em relação às vivências como estagiários. Os resultados foram analisados através de gráficos e planilhas onde as respostas foram observadas e comparadas.

Para a análise dos resultados vale salientar a pesquisa realizada por Barros (2019) na qual o coronelismo eletrônico, apropriação dos meios de produção da comunicação por grupos políticos econômicos locais, presente nas relações de trabalho da comunicação em Divinópolis/MG são explicitados. Trata-se de famílias que iniciam seu poder econômico por meio de atividades industriais em áreas urbanas e detém empresas de comunicação que se constituem como conglomerados midiáticos em razão da propriedade cruzada. Nos objetos investigados pela pesquisadora o Grupo Integração – grupo afiliado ao Grupo Globo – e o grupo Mayrink Pinto Aguiar – Sistema MPA – são casos de organizações midiáticas que se nomeiam agentes do desenvolvimento local, mas que, segundo a autora, são acumuladores de recursos que buscam isolar e defender seu território de influência e os interesses dos grupos dos quais participam. A investigação

feita por Barros (2019) revelou as condições dos antigos estagiários da TV Candidés, TV educativa gerenciada pelo grupo comercial MPA, onde os graduandos eram encarregados de funções não condizentes com o estágio, não recebiam supervisão, porém se sentiam gratos pelo local de trabalho pois entendiam os abusos como necessários para sua formação e oportunidades de crescimento.

### Contexto do trabalho dos estagiários

No questionário aplicado pela pesquisa “Condições de trabalho dos estagiários em Jornalismo e Publicidade no município de Divinópolis-MG”, dentre as perguntas que informam o perfil dos estudantes percebe-se uma diversidade entre os estagiários. A maioria dos entrevistados apresentam de 18 a 25 anos, como mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1



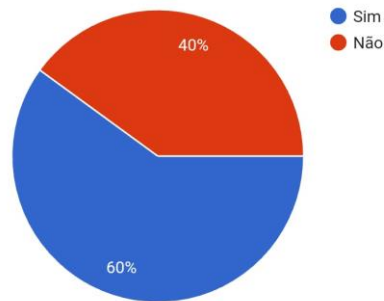
Fonte: elaborado pelas autoras.

Em relação a participação do trabalho do respondente na renda financeira de sua família, 60% dos estagiários contribuem na renda familiar, como mostra o Gráfico 2,

Gráfico 2

Você contribui na renda familiar?

30 respostas



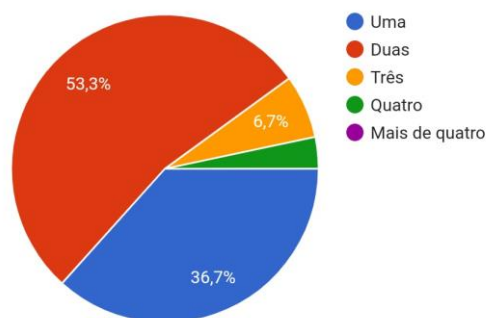
Fonte: elaborado pelas autoras.

Dos que contribuem com a renda familiar, 33,3% participam de famílias que sustentam três pessoas e 23,3% quatro pessoas, como mostra o Gráfico 3. Em 53,3% das famílias dos respondes, a rendas familiares são providenciadas por dois familiares e 36,7% por apenas um. 53,3% dos respondentes se identificou como mulher e 46,7% como homens.

Gráfico 3:

Quantas pessoas contribuem para a obtenção de sua renda familiar?

30 respostas



Fonte: elaborado pelas autoras.

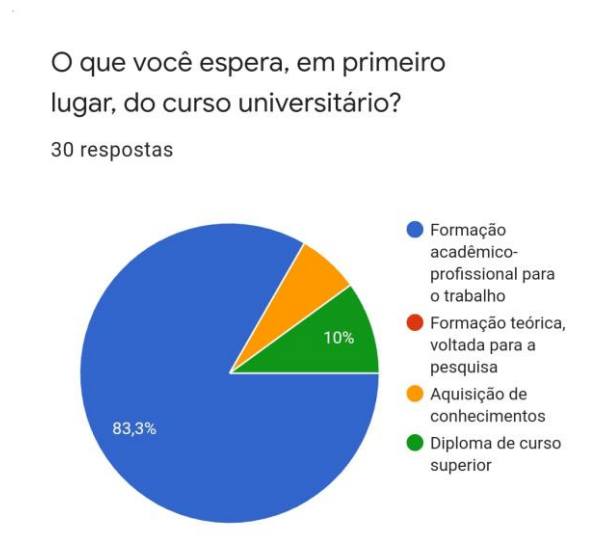
No questionário as primeiras perguntas corresponderem às particularidades e colaboram para entender o contexto dos participantes. De acordo com Minayo *et. al* (2009), entre as abordagens para uma pesquisa qualitativa a metodologia do

*Compreensivismo* tem como principal tarefa a compreensão da realidade humana vivida socialmente. Para observar as condições de trabalho dos estagiários é preciso entender quem são eles e onde estão. Cada contexto evidencia seu próprio repertório de discurso na comunicação social. E a utilização desses válida ou confronta a realidade social (VOLOCHINOV, 2004).

A fim de compreender a opção pelas graduações em questão, perguntou-se primeiramente a instituição de ensino na qual os respondentes estudavam sendo 73,3% são da UEMG e 26,7% do Pitágoras, das graduações 80% cursam jornalismo e 20% Publicidade. Em relação ao perfil dos respondentes, viu-se que 90% são jovens de 18 a 25 anos. 60% contribuem na renda familiar. Na porcentagem de entrevistados do gênero feminino e masculino não há grande variação, sendo 53,3% mulheres e 46,7% homens. 86,7% do motivo para a escolha por estas formações foi o interesse pessoal pela profissão. Vale ressaltar que as alternativas “influência familiar”, “melhores possibilidades no mercado de trabalho” e “possibilidade de conciliar curso com trabalho” não tiveram nenhuma marcação. Dos respondentes 83,3% esperam da universidade uma formação acadêmico-profissional.

Ao serem questionados sobre a expectativa para o curso superior, obtivemos respostas variadas, como se vê no Gráfico 4.

Gráfico 4:



Fonte: elaborado pelas autoras.

Interessante observar que 10% dos respondentes destaca a obtenção do diploma como principal objetivo em relação ao curso superior. Isso revela o valor social que a formação superior tem para essa parcela de estudantes. Mas para 83% o que os motivou

a buscar o curso superior foi a formação profissional em uma atividade no campo da comunicação. Isso mostra que para os estudantes é o curso superior que vai qualificá-los em relação a profissão escolhida.

O produto comunicativo, resultado do trabalho dos profissionais das áreas da comunicação, influenciam a sociedade porque forjam opiniões, comportamentos e participam da tomada de decisões do sujeito que usa as informações ao seu alcance para fazer escolhas. Nessa medida, tanto o jornalismo quanto a publicidade são atividades relacionadas com a democracia e a percepção político-social da comunidade. Segundo Bourdieu (1997), o resultado do trabalho do comunicador pode transformar-se em instrumento de opressão simbólica quando afastada da ética. Como foi possível observar nas respostas abertas, a escolha dos comunicadores pela profissão, está focada no entusiasmo pelo ofício e não na lógica capitalista de acumulação de dinheiro, o que mostra compromisso dos estagiários com a informação. Isso pode ser percebido nas falas em destaque: “A sensação de que estou repassando informações necessárias à população. Mesmo as notícias não sendo as mais felizes, sinto que cumpro o meu compromisso com a verdade.” (Respondente 10) e “Sentir que ‘eu fiz o meu curso para isso’. Saber que de alguma forma, o que eu fiz, ajudou alguém.” (Respondente 3). Nota-se que as respostas sobre partes positivas do estágio que envolvem propósito e realização são dos estágios em jornalismo, já aqueles com foco na experiência e no mercado de trabalho são respondentes que fazem estágios em agências de publicidade.

Em relação as condições trabalhistas do estágio, 80% recebem remuneração, como se vê no Gráfico 5 e 20% não estavam fazendo estágios-obrigatórios.

Gráfico 5:



---

Fonte: elaborado pelas autoras.

Dos respondentes, 46,6% cumprem estágios voltados para publicidade e marketing, 13,3% trabalham em emissora de televisão e 16,7% em jornais virtuais. Os jornais impressos, assim como a rádio, correspondem a apenas 3,3% dos estagiários. 9,9% dos estágios são em assessorias e os 3,3% estão em outros setores. Não foi possível considerar a resposta de um dos respondentes pois ele não especificou sua área.

A taxa de vagas em agências publicitárias é maior que em jornais, rádio e telecomunicação. Além dos dados levantados junto aos estagiários pela pesquisa, nota-se isso nos 23 anúncios publicados pelo Centro Acadêmico de Jornalismo da UEMG-Divinópolis, no período de realização da pesquisa. 21 destas vagas eram para realização de atividades ligadas ao marketing. Nos anúncios nota-se a padronização dos seguintes pré-requisitos para contratação: design; programas do pacote Adobe; criação, layout e finalização de peças gráficas e para web; CorelDraw Photoshop; edição de vídeo; conhecimento prévio em elaboração de conteúdo e gestão de redes sociais; inglês. As vagas estavam abertas para estudantes de comunicação: jornalismo ou publicidade.

Dos 30 estagiários respondentes, entre os discentes que trabalham com a publicidade e marketing, 9 cursam Jornalismo e 5 Publicidade. Como é possível observar pelos dados, a maioria desses jovens estagiam em agências de publicidade. Este cenário não se restringe apenas ao período de realização do estágio. Segundo Moliani (2020) devido ao aumento no número de profissionais formados em Jornalismo, aliado a crise das empresas jornalísticas, bem como a precarização do trabalho nas redações, cada vez mais jornalistas atuam na área de comunicação empresarial, tanto nas empresas e órgão públicos, como nas agências.

Na pergunta aberta, quando questionados a respeito dos conhecimentos exigidos nos estágios fora da área de atuação explicitados na universidade, sete participantes responderam realizarem funções que não foram ensinadas nas grades curriculares de suas instituições. Um afirmou ser uma pergunta complicada e um relatou que todas as suas funções foram ensinadas no curso de graduação.

Em relação às competências solicitadas dos estudantes para se candidatar às vagas de estágio, os respondentes indicam em sua maioria: conhecimento em anúncios (Google Ads e Facebook Ads), programas de edição e marketing digital, conhecimento sobre redes sociais e outras ferramentas, utilização de softwares, programas de edição de vídeo,



gerenciamento de mídias digitais, prática de entrevista, produção de roteiro, design, conhecimentos com programas não aprendidos na faculdade e noções de redação publicitária. Essas afirmações revelam como a produção e gestão de conteúdos têm sido demandada aos profissionais em formação.

Segundo os entrevistados, as atividades realizadas que não correspondem com a vaga de estágio foram: planejamento e atendimento; conferência de documentação da parte administrativa; controle e cálculo de preço de mercadorias; orçamentos e compra de produtos para empresa; tarefas que exigiam noções de programação; atender a recepção; gravar um “VT” completo. Destaca-se entre os depoimentos a declaração do Respondente 2:

*“No meu antigo estágio passei por tarefas como suporte, copywriting, gestora de projetos, tive que lidar com infoprodutos entre outros. Porém, minha função era apenas social media.”.*

A categoria laboral “social media” pode ser mobilizada em diferentes atividades. O respondente 2 não reconhece as atividades realizadas como sua função, mas a indefinição do que compõe a atividade de um “social media”, permite que ela seja mobilizada em diferentes situações para diferentes atividades e mesmo que o estagiário não reconheça as atividades, o empregador pode entender o contrário, já que dizem respeito a produção de produtos virtuais, ou produtos para e no ambiente digital.

Dos estagiários 76,7% cumprem o limite de seis horas diárias e 70% dizem que os supervisores são comprometidos em ensinar a prática e responder dúvidas. Para 66,7% dos estudantes a dedicação ao estágio não prejudica sua performance na faculdade. Ainda que a maioria dos universitários digam ser supervisionados e seguirem a jornada de trabalho máxima regulamentada por lei, é necessário uma maior vigilância para que os direitos dos estudantes sejam mantidos como consta a Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008:

§ 1º O estágio, como ato educativo escolar supervisionado, deverá ter acompanhamento efetivo pelo professor orientador da instituição de ensino e por supervisor da parte concedente, comprovado por vistos nos relatórios referidos no inciso IV do caput do art. 7º desta Lei e por menção de aprovação final.

§ 2º O descumprimento de qualquer dos incisos deste artigo ou de qualquer obrigação contida no termo de compromisso caracteriza vínculo de emprego do educando com a parte concedente do estágio para todos os fins da legislação trabalhista e previdenciária.

A importância das questões abordadas na legislação é evidenciada nos 15 comentários positivos sobre o estágio, destacados na tabela 1. Nos depoimentos é visível a gratidão dos estagiários pela contratação nas organizações, as respostas foram focadas nos aprendizados, aquisição de experiência, oportunidades, bagagem cultural, ressalta-se as falas:

Tabela 1

<b>Entrevistados</b>	<b>Comente experiências positivas do estágio</b>
Respondente 2	Adquiri novas habilidades em criação de artes, aprendi a usar programas de edição e tive que trabalhar minha inteligência emocional
Respondente 3	Sentir que "eu fiz o meu curso para isso". Saber que de alguma forma, o que eu fiz, ajudou alguém.
Respondente 4	Aprendizado no campo profissional e bagagem cultural
Respondente 5	Ajudou para que eu me tornasse a profissional que sou, me deu muitos contatos e fontes, e me abriu portas para que com apenas 23 anos eu já esteja contratada recebendo bem sem estar formada ainda
Respondente 8	Aquisição de experiência
Respondente 10	A sensação de que estou repassando informações necessárias à população. Mesmo as notícias não sendo as mais felizes, sinto que cumpro o meu compromisso com a verdade.
Respondente 11	Trabalho em equipe, aprendi algumas coisas em relação a programação e marketing pessoal nas redes sociais.
Respondente 14	Oportunidades
Respondente 15	Aprendizado sobre diversos assuntos, experiência...
Respondente 16	Respeitam meus horários, flexibilidade e facilidade de conversar com o patrão caso haja demanda da faculdade
Respondente 22	Todo trabalho repassado é conforme os conhecimentos e os que não são sou bem supervisionado
Respondente 23	Menor pressão e comprometimento, pelo menos pra mim é mais fácil pra aprender a função.
Respondente 28	Aprendizado adquirido
Respondente 30	Adquiri novas habilidades em criação de artes, aprendi a usar programas de edição e tive que trabalhar minha inteligência emocional
Respondente 31	Graças a Deus meu estágio é muito bom e todos os dias me proporciona muitas oportunidades tanto para aprender como para mostrar meu potencial.

Fonte: elaborado pelas autoras.

Sobre o estágio e a legislação, 70% não conhecem seus direitos como estagiário, 46,7% não sabem se as universidades acatam tais leis; 20% não reivindicariam seus direitos nas organizações e 20% sabem que a legislação não é seguida e apresentam receio de reivindicá-la.

36,7% dos estudantes já passaram por mais de um estágio, sendo 27,3% das demissões por conta de problemas no pagamento por parte do empregador, 18,2% por pressão. 36,7% pretendem continuar trabalhando na empresa onde realizam o estágio como profissional contratado, 40% talvez permaneçam e 23,3% não continuarão. Nota-se que todos os acadêmicos que estagiam em televisão desejam seguir como contratados.

Evidencia-se a falta de conhecimento e preocupação dos alunos para com seus direitos, visto que esses são apresentados no documento assinado para a universidade. Ademais a decisão de ignorar as transgressões das concedentes (empregadores) mostra a posição de poder desses para com os graduandos. Essa relação é salientada nos depoimentos sobre as experiências negativas em destaque na Tabela 2

Tabela 2

<b>Entrevistados</b>	<b>Comente experiências negativas do estágio</b>
Respondente 2	Já lidei com situações desagradáveis, nas quais a minha supervisora me pediu para fazer coisas que eu nunca fiz e nem mesmo ela sabia fazer para me ensinar
Respondente 3	Tinha uma chefe que não sabia fazer críticas com gentileza. Além disso, ela me escravizava e cobrava coisas que não faziam sentido
Respondente 4	Contato distante com o supervisor
Respondente 8	Falta de remuneração
Respondente 10	Ficar até 20h, mas era "plantão", dia bem movimentado. Logo no início de pandemia.
Respondente 11	Sobrecarga de tarefas, desrespeito aos horários, falta de comunicação, falta de auxílio do supervisor, porque no caso não havia um.
Respondente 13	Muita exploração
Respondente 15	Não trabalhar com o que gosto, estresse diário, falta de valorização...
Respondente 16	Sem apoio dentro da empresa, colaboradores e patrões desconhecem sobre minha função e acabam achando que posso resolver coisas extremamente técnicas.
Respondente 22	Não tive ainda

Respondente 28	Distância da empresa em relação a universidade e casa.
Respondente 30	Já lidei com situações desagradáveis, nas quais a minha supervisora me pediu para fazer coisas que eu nunca fiz e nem mesmo ela sabia fazer para me ensinar
Respondente 31	Nenhuma

Fonte: elaborado pelas autoras

Ressalta-se na tabela 2 as reclamações sobre a sobrecarga e a respeito da falta de colaboração. Na tabela percebe-se também os problemas na comunicação nas relações de trabalho. Nota-se que enquanto os pontos positivos focam nas consequências do estágio para a vida profissional e futuras oportunidades dos graduandos, os depoimentos negativos apontam para a rotina de trabalho dos estagiários.

### **Considerações Finais:**

É visível o interesse dos graduandos para com sua formação profissional e o estágio, como oportunidade de crescimento, é valorizado por eles independente das condições de trabalho. Os universitários buscam ainda no começo da graduação, como mostra o questionário 76,7% realiza estágio mesmo quando não é obrigatório. Assim como as entrevistas realizadas por Barros (2019) mostram, é notável a gratidão dos estagiários pelos conhecimentos adquiridos no estágio, todavia, mesmo que de forma normalizada os estudantes percebem a acumulação de tarefas e as falhas dos empregadores nas relações trabalhistas e de trabalho.

O declínio do exercício jornalístico nas empresas tradicionais, não escandaliza os estudantes. Apesar da crise no negócio do jornalismo e da falta de oportunidades de estágio ou emprego em veículos de notícias, observa-se que os estudantes têm encontrado oportunidades de trabalho ligadas à sua formação em outras organizações, realizando atividades voltadas para a produção de conteúdo em agências, por exemplo. Ademais, a respeito do acúmulo de funções, os estagiários são moldados para essa realidade submetendo-se as dificuldades crescentes no capitalismo de plataforma. Onde as empresas operam com tecnologia digital em rede e seus objetivos são aumentar “[...]o potencial de controle dos recursos e do poder para aqueles que já os detêm.” (FÍGARO; MARQUES, 2020, p.106).

Entende-se, assim, o papel das instituições de ensino como guardiãs do trabalho decente para os discentes, o que deve ser realizado a partir da vigilância das atividades

operadas por seus alunos. Considerando que a maioria dos estágios são não-obrigatórios, os relatórios e fiscalização com o cumprimento da legislação devem alcançar todos os estudantes, não apenas aqueles que participam de estágios curriculares obrigatórios definidos no projeto pedagógico do curso. Todavia destaca-se que ainda que haja cuidado e atenção por parte das universidades quanto às condições de trabalho dos estudantes em formação, a pressão e a exploração do trabalho se manifestam nas relações de trabalho no estágio vivido pelos estudantes. Esse debate precisa ser realizado com os estudantes em formação para que compreendam os dramas do mundo do trabalho e se preparem como profissionais, e categoria de trabalhadores, na defesa do trabalho decente e da valorização dos profissionais da comunicação.

Essa foi uma pesquisa fotográfica que espera ter lançado luz para novas questões que possam ser realizadas em pesquisas no campo da comunicação sobre o binômio comunicação e trabalho (FÍGARO, MARQUES, 2020).

## REFERÊNCIAS

DURAND, Jean Pierre. **A refundação do trabalho no fluxo tensionado**. Tempo Social. São Paulo: USP, Abril de 2003.

VOLOCHINOV, V. N. (BAKHTIN, Mikhail). **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. Editora Hucitec: São Paulo, 2004.

VOLTDATA. **A Conta dos Passaralhos**: Um panorama sobre demissões de jornalistas nas redações do Brasil desde 2012. 2018. Disponível em: <http://passaralhos.voltdata.info/>. Acesso em: 7 ago. 2021.

BRASIL. Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008. Dispõe sobre o estágio de estudantes; altera a redação do art. 428 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 26 set. 2008.

BARROS, Janaina Visibeli. **Conglomerados midiáticos regionais**: os meios de comunicação como meios de produção na territorialização do capital. 2019. Tese (Doutorado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. doi:10.11606/T.27.2019.tde-24052019-102718. Acesso em: 2020-08-04.

FÍGARO, R.; DA SILVA, A. **A comunicação como trabalho no Capitalismo de plataforma: O caso das mudanças no jornalismo**. Contracampo, Rio de Janeiro, V. 39, n.01. abr-jul 2020

---

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 28. ed. Petrópolis: RJ, Vozes, 2009.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

MOLIANI, João Augusto. **O trabalho em agências de comunicação: processos produtivos e densificação da atividade no jornalismo de rabo preso com o cliente**. 1. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 1, 2020. doi:10.11606/T.27.2020.tde-02032021-111757. Acesso em: 2021-08-03.