

---

## Reportagem Radiofônica: “Mercado de trabalho e o jornalismo”<sup>1</sup>

Helciane da Silva COELHO<sup>2</sup>  
Hanne Cristhine Assimen CALDAS<sup>3</sup>  
Juliana Cristina da Silva FERREIRA<sup>4</sup>  
Tássia Caroline Farias dos SANTOS<sup>5</sup>  
Yasmin Gatto CARDOSO<sup>6</sup>  
Sue Anne Guimarães CURSINO<sup>7</sup>

Universidade Federal do Amazonas - UFAM/ICSEZ, Parintins, AM.

### Resumo

Existem muitas barreiras no trabalho jornalístico. A queda do diploma e o enfraquecimento da categoria tornou o mercado cada vez mais disputado e menos valorizado. Frente a essa realidade pessoas sem formação acadêmica e profissionais da área são inseridos em um único mercado competitivo e cada vez mais precarizado, prejudicando a profissão do jornalista que passa a exercer as atividades sem nenhuma garantia de um plano de carreira. Essa é a realidade apresentada na reportagem radiofônica: Mercado de Trabalho e o Jornalismo, a qual teve por objetivo conhecer o mercado de trabalho jornalístico nas diversas regiões do Brasil.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mercado de trabalho; Jornalismo; Reportagem radiofônica.

### INTRODUÇÃO

A grande preocupação dos jovens, hoje em dia, surge a partir da transição da vida acadêmica para o mercado de trabalho e a luta pela sobrevivência nesse modelo tão competitivo e instável. Essa é umas das questões mais importantes e primordiais para quem está saindo da graduação para a vida profissional. A partir dessa premissa, o mercado de trabalho na área do jornalismo tende a criar uma expectativa negativa ou positiva para estudantes e estagiários que, futuramente, passarão a exercer a função com baixos salários e pouca probabilidade de subir de categoria?

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Jornalismo, modalidade JO-09 Reportagem em Radiojornalismo (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: helciane\_sk8@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 7º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: hanne.ufam@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 7º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: julianacsf.jnr@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 7º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: tassia.ace@hotmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 7º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: yasmin\_gatto\_cardoso@hotmail.com

<sup>7</sup> Orientadora do trabalho. Professora substituta do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas, Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia de Parintins. Mestranda em Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA) da UFAM. Email: sueannegcursino@hotmail.com

O trabalho de jornalista é hoje uma das profissões mais difíceis e desvalorizadas no Brasil. Em 2009 o diploma perdeu a validade, o que precarizou ainda mais a profissão.

Mais empresas passaram a contratar pessoas sem formação acadêmica para economizar com funcionários, pagar salários mais baixos e gerar sucessivos lucros ao patrão, o que acarretou em uma sucessão de prejuízos aos jornalistas. Grande discussão se deu em torno deste fato. A área da comunicação iniciou discussão em todo país profissionais a favor da obrigatoriedade do diploma pediram a anulação da decisão do Supremo Tribunal Federal – STF, e em 2013 o senado aprovou a proposta de emenda constitucional que estabelece a exigência do diploma de curso superior em jornalismo como requisito para o exercício da profissão.

Hoje o mercado de trabalho ainda é instável e o panorama geral da profissão no Brasil dá indício que a carreira jornalística precisa ser mais valorizada. Por este motivo a necessidade de produzir a reportagem radiofonia: “Mercado de Trabalho e o Jornalismo” surgiu durante a disciplina de Radiojornalismo II do curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas - UFAM do Instituto de Ciências, Sociais, Educação e Zootecnia – ICSEZ, Campus de Parintins, com o objetivo de identificar a realidade do mercado no âmbito jornalístico nas regiões do Norte, Sul, Centro-Oeste e Sudeste do Brasil. Para tanto serviram de fontes para a reportagem, estudantes, professores e profissionais da área de comunicação.

## **OBJETIVO**

O objetivo deste trabalho é a produção de uma reportagem radiofônica que visa mostrar o cenário do mercado de trabalho para a profissão do jornalista no Brasil.

Neste sentido apresentam-se as particularidades existentes no mercado em cada região do país, as expectativas que envolvem os estudantes a ingressarem na área jornalística e qual a porta de entrada para esses futuros profissionais no mercado cada vez mais competitivo.

## **JUSTIFICATIVA**

O mercado de trabalho na área do jornalismo está passando por uma transição por conta do surgimento das novas mídias e a não exigência da obrigatoriedade do diploma do curso superior, por este motivo está cada vez mais difícil entrar no mercado que oferece

vagas para profissionais multimídia, que saiba lidar com as diversas áreas do jornalismo, englobando tanto pessoas sem formação, juntamente com profissionais qualificados no mesmo mercado opressor sem garantia de subir de categoria.

Por esta razão a situação fica ainda mais complicada, inclusive para os recém-formados que estão à procura do primeiro emprego.

A reportagem radiofônica “Mercado de Trabalho e o jornalismo” teve como objetivo mostrar as variações do jornalismo no Brasil e como são as formas de ingresso dos futuros profissionais da área.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para a formulação deste trabalho foi preciso envolver varias técnicas do jornalismo para produção a reportagem radiofônica. Este trabalho foi realizado durante uma atividade de campo em Manaus/AM no evento XXXVI do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pelo Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, para obtenção de nota final da disciplina de Radiojornalismo II do curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas do Instituto de Ciências Sociais Educação e Zootecnia – ICSEZ, Campus de Parintins.

A priori às acadêmicas de comunicação social com habilitação em jornalismo, utilizaram os conhecimentos aprendidos em sala de aula, tendo em vista o conhecimento prévio sobre o assunto. Com isso foi preciso à criação da pauta para ajudar na apuração da reportagem. “Uma boa pauta significa que o rádio vai conseguir traduzir em forma de programas, entrevistas ou reportagem tudo aquilo que a pessoa vivencia e discute ao longo do dia” (PARADA, 2006, p.84).

É nesse processo jornalístico da criação da pauta à produção da noticia que observamos os critérios que fundamentam a concepção da reportagem ou noticia jornalística, formuladas por Otto Groth. “São quatro leis que regem o fenômeno: atualidade, periodicidade, universalidade e difusão” (MEDINA, 2008, p.22).

Depois desse processo de levantamento de dados prévios, coleta de informação e planejamento, é hora de partir para o campo e produzir a reportagem. “É na reportagem que o jornalismo se diferencia, levanta a notícia, investiga fatos, encontra novidades, gera polêmica e esclarece o ouvinte. Fora dela sobra pouco do ponto de vista da criação, quase tudo se resume à cópia” (JUNG 2011, p. 114).

Para a reportagem foi necessário fazer entrevistas com o auxílio de um gravador para captar o áudio dos entrevistados. Sobre a importância do som para ambientar e dar tom à reportagem, consideramos:

“A utilização do som é uma maneira de transportar o ouvinte para o local do acontecimento. [...] O som, às vezes, tem uma alta carga emocional e informativa. O impacto dele no ouvinte pode ser maior do que um longo relato, por mais bem escrito que seja” (PARADA, 2006, p.32).

Um bom proveito das sonoras na reportagem de rádio pode aproximar ainda mais o ouvinte do acontecimento, fazendo com que ele se sinta parte do fato.

A entrevista é uma das partes mais importantes da reportagem, pois é nela que serão confirmadas as indagações e informações coletadas na pauta, bem como podem gerar novas questões:

A entrevista, nas suas diferentes aplicações, é uma técnica de interação social, de interpenetração informativa, quebrando assim isolamentos grupais, individuais, sociais; pode também servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação (MEDINA, 2008, p.8).

A utilização do gravador na entrevista tende a deixar o entrevistado mais intimidado para responder as perguntas e propor o diálogo tanto para o repórter quanto para repassar isso ao ouvinte. Porém, o uso do gravador em entrevistas tem algumas vantagens, como o registro literal das declarações<sup>8</sup>. Mas para isso o repórter deve deixá-lo à vontade e permitir que o entrevistado possa falar de forma mais clara e objetiva sobre o assunto.

A finalização da reportagem radiofônica, bem como a produção de texto e o agrupamento das sonoras das fontes foram realizados pelas acadêmicas após o término do congresso, ao chegar a Parintins. Por conseguinte a gravação da locução e edição do trabalho foi realizado no laboratório de radiojornalismo da UFAM, no campus de Parintins e editado no *software* livre Audacity.

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A reportagem “Mercado de Trabalho e o Jornalismo” tem cinco minutos de duração e é resultado da disciplina Radiojornalismo II, durante a participação de uma atividade de campo no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado na capital

---

<sup>8</sup> PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. A apuração da notícia: **métodos de investigação na imprensa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006, p.105.

do Amazonas, Manaus no período de 04 a 07 de setembro de 2013, a ideia surgiu a partir de uma palestra sobre o Mercado de trabalho no Jornalismo, onde foram discutidas as diversas dificuldades do mercado ao inserir os profissionais do jornalismo com o surgimento das novas mídias.

A partir disso entrevistamos 04 fontes para entendermos a dinâmica do mercado e qual a porta de entrada para os recém-formados, entre eles, Mariana Muniz professora da Universidade Federal de Goiás- UFG, o estudante Juliano Ferreira do Carmo que cursa o sexto período de jornalismo na Universidade Estadual da Bahia - UEBA, duas profissionais da área da comunicação, Mirian Quadros, jornalista e mestranda em comunicação na Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, e Thaiana Gomes assessora de comunicação em órgão público e estudante do oitavo período de jornalismo, na Universidade Federal do Espírito Santo - UFES.

De acordo com os entrevistados, o sul é a região com a média salarial mais alta do Brasil, cerca de dois mil e trezentos reais. O cenário do jornalismo nesta região é bastante diversificado e oferece boas oportunidades de emprego, pois o profissional que está aberto a novas possibilidades tem mais chance no mercado.

Já na região sudeste do país, o estágio é a forma mais utilizada para que os estudantes de jornalismo ingressem no mercado de trabalho. Existem oportunidades de estágio nos programas de extensão das universidades, empresas de comunicação e órgãos públicos. Porém, o campo de trabalho que mais possui oferta nesta região é assessoria de imprensa. A média salarial varia de estado para estado, mas de acordo com estudantes que trabalham na área, não ultrapassa a marca de mil e quinhentos reais.

Nos estados do Maranhão, Bahia e Ceará, a grande parte dos alunos de comunicação social ingressa no mercado de trabalho nos primeiros semestres do curso. A maioria inicia a carreira profissional nas assessorias de imprensa. Com a exceção do campus da Universidade Estadual da Bahia, em Juazeiro, os alunos se dividem em bolsas de projetos de extensão, pesquisas e estágios em empresas de comunicação. Nesses três estados, tanto assessorias de imprensa como jornais impressos, televisivos ou portais de notícia estabelecem contato com as universidades para contratação de novos profissionais. Os estagiários trabalham em média cinco horas por dia, o salário varia de quatrocentos e mil reais.

Na região do Centro-Oeste, a porta de entrada para quem é graduado em jornalismo são os jornais impressos, mas existem outros ramos em que os recém-formados ingressam,

como assessoria de imprensa. O mercado de trabalho nessa região é abrangente, mas sofre com a falta do plano de carreira.

A profissão do jornalista na região Norte exige mais que a qualificação adquirida durante a formação universitária. Em Parintins, onde existe o curso de comunicação social com habilitação em jornalismo desde 2007, o mercado ainda é mínimo para quem pretende atuar na área. Em entrevista com estudantes de comunicação social do 3º, 5º, 7º período, 75% afirmam já ter buscado uma vaga, mas não tiveram sucesso, em empresas de comunicação da região. E 90% dos que já atuam na mídia local disseram que ingressaram com a ajuda de conhecidos. O salário mais alto entre os jornalistas entrevistados é de oitocentos reais por mês. O valor é inferior ao indicado pelo sindicato dos jornalistas profissionais do estado do Amazonas que estabelece o mínimo: mil cento e cinquenta reais por mês.

No Brasil existem órgãos que amparam os direitos da categoria dos jornalistas profissionais brasileiros como a Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ, juntamente com os sindicatos de cada estado. De acordo com o estatuto da FENAJ no capítulo I do Art. 1º - A Federação Nacional dos Jornalistas - FENAJ, entidade sindical de direito privado, criada em 20 de setembro de 1946 e reconhecida oficialmente em 25 de agosto de 1953, com sede e foro no Distrito Federal, congrega Sindicatos de Jornalistas do Brasil e representa os jornalistas, em nível nacional, para defesa dos seus interesses profissionais, lutas e reivindicações<sup>9</sup>.

## **CONSIDERAÇÕES**

O cenário do jornalismo é bastante diversificado e pode oferecer boas oportunidades na área, mas esbarra na característica do mercado que integra pessoas que saibam atuar nas diversas categorias do jornalismo.

O profissional de hoje deve ser mais “antenado” estabelecendo contato com as novas mídias. “Hoje o mercado valoriza mais quem tem experiências em varias companhias do que aquele que viveu durante longos anos com um crachá” (RAINHO, 2011, p. 31).

Mesmo o cenário do jornalismo estando aptas as modificações, com o surgimento das novas mídias e a imposição do jornalismo ativista, as grandes empresas de comunicação passaram a contratar pessoas habilitadas e familiarizadas com as mídias digitais.

---

<sup>9</sup>Disponível em: [http://www.fenaj.org.br/federacao/estatuto\\_fenaj.pdf](http://www.fenaj.org.br/federacao/estatuto_fenaj.pdf). Acesso em 25/03/2014, às 19h53.

A revista especial Caros Amigos, ano XVII n° 65, de novembro de 2013, na reportagem “Informação entre a velocidade e a qualidade” mostra que existem as novas funções do jornalismo na era digital, como o jornalista multimídia, gestor de mídias sociais, produtor de web e entre outros, os quais podem ser uma alternativa para a prática do jornalismo.

Para o Prof. Dr. Eduardo Meditsch (UFSC), em entrevista ao portal de notícias Terra, ressalta que cabe à academia estudar essas experiências e inventar modelos que sustentem a profissão. Cada vez mais, os jornalistas tendem a trabalhar como *freelancers* e produtores independentes e é preciso que os cursos foquem mais no empreendedorismo e na sustentabilidade da profissão.

É esse tipo de reflexão que se busca incitar a partir da reportagem, considerando um mercado jornalístico competitivo em todo o Brasil e que deve buscar a valorização do jornalista, um profissional cada vez mais multimídia, inserido em um mercado em constante mudança, o qual o exige que tenha perfil inovador e aberto a novas perspectivas para dessa forma ter mais chances de sobreviver nesse meio.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Contexto, 2011.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista: o diálogo possível**. 5.ed. São Paulo: Ática, 2008.

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo**. São Paulo: Editora Panda, 2000.

Portal de notícia Terra. **Jornalismo: universidades e mercado divergem sobre exigência do diploma**. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/educacao/jornalismo-universidades-e-mercado-divergem-sobre-exigencia-do-diploma,6974feb88dfe0410VgnVCM3000009acceb0aRCRD.html>. Acesso em 25/03/2013, às 19h30.

RAINHO, João Marcos. **Jornalismo freelance: empreendedorismo na comunicação**. São Paulo: Summus, 2008.

Revista especial Caros Amigos. **Informação entre a velocidade e a qualidade**. Ano XVII n° 65, novembro ano de 2013.