



O perfil do comunicador contemporâneo: expectativas e perspectivas de mercado para os egressos de Jornalismo da UFPEL¹

Roberta BRANDALISE²

Michele NEGRINI³

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS

Resumo:

Este estudo teve como foco verificar se a implantação de um novo curso de Jornalismo em Pelotas, Rio Grande do Sul, altera o panorama do mercado de trabalho para comunicadores na região. A pesquisa foi exploratória e realizada com a utilização de questionário semi-estruturado junto a quatro destacados jornalistas da região e de análise documental, que teve como fonte de dados os *sites* do IBGE, da Prefeitura de Pelotas e da UFPEL. Levantamos as transformações em vista para as áreas de jornalismo, radiojornalismo, telejornalismo e assessoria de imprensa – atentando para suas configurações na era digital. Constatamos que o jornalista contemporâneo precisa atuar como um comunicador polivalente, ele deve conhecer sobre convergência de mídias e pode abrir mercado investindo em produção de conteúdos.

Palavras-chave:

jornalismo; mercado de trabalho; formação; implantação de curso; UFPEL.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Jornalista (UFSM), mestre e doutora em Ciências da Comunicação (USP). Atua na Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo (ECA/USP), como orientadora no curso de especialização Mídias na Educação. Há uma década se dedica ao estudo da participação da televisão brasileira nas relações sociais e culturais que se dão entre brasileiros e outros povos latino-americanos, especialmente, em regiões de fronteira entre países. Atentando para as aproximações entre a Antropologia Cultural e os Estudos Culturais Britânicos e Latino-Americanos no campo da Comunicação. E-mail: betalise@terra.com.br

³ Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria; mestre em Comunicação e Informação pela Universidade do Rio Grande do Sul; doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; docente da Universidade Federal de Pelotas. E-mail: mmnegrini@yahoo.com.br



Introdução

Depois de 40 anos de existência, a Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) iniciou a implantação de um curso de Jornalismo. O curso nasceu no Centro de Letras e Comunicação da universidade e funciona no Campus do Porto da cidade de Pelotas⁴ (RS). A primeira turma de jornalistas formados na UFPEL está prevista para o início de 2014.

Com o objetivo de verificar se a formação de novos jornalistas no município de Pelotas provoca alterações no mercado de trabalho local, na área de comunicação, e a fim de identificar essas possíveis transformações, realizamos uma pesquisa exploratória que, de acordo com Vieira (2010), é um método que permite aumentar a familiaridade do pesquisador com determinado tema e possibilita a identificação das variáveis implicadas em um fenômeno social.

Nossa estratégia metodológica foi desenvolvida com a utilização de questionário semi-estruturado para concretizar o levantamento de dados. Contamos com a colaboração de profissionais de comunicação com experiência em rádio, televisão, jornal impresso, jornal *online* e assessoria de imprensa no mercado pelotense e na região. A nossa amostra foi composta por quatro jornalistas: Geane Matiello, apresentadora do *Pampa Meio Dia* – telejornal de uma filiada da Rede TV, que atende Pelotas e os demais municípios da região; Sérgio Yunes, coordenador da Assessoria de Comunicação da Universidade Federal de Pelotas; Diego Vilela, diretor do site *Canguçu OnLine*; e Edson Luis Planella, que atua como radialista desde 1993 e trabalha na Rádio da Universidade Católica de Pelotas.

O questionário semi-estruturado foi elaborado segundo o modelo proposto por Thiollent (1980) - de acordo com o qual há um roteiro a ser seguido, mas também há abertura suficiente para valorizar diversos pontos de vista e diminuir a condução das respostas. Por meio dessa técnica, portanto, investigamos os seguintes aspectos: quais são as expectativas e perspectivas de transformação no mercado local ou regional a partir da implantação do curso de Jornalismo na UFPEL; se há equilíbrio entre a oferta e

⁴ Segundo informações do IBGE, Pelotas, localizada no Rio Grande do Sul (RS), a cerca de 270 quilômetros da capital do estado, a aproximadamente 60 quilômetros do Porto Marítimo de Rio Grande e a cerca de 135 quilômetros da fronteira com o Uruguai, em 2010, possuía 328.275 habitantes. A cidade, de acordo com informações do site da Prefeitura Municipal, é responsável por 28% da produção de arroz do Rio Grande do Sul, 10% da produção de grãos e 16% do rebanho bovino e corte. Pelotas é considerada um centro comercial na Metade Sul do RS e atrai a população das cidades vizinhas para o seu comércio. Na educação, Pelotas é sede da Universidade Federal de Pelotas, uma das maiores do estado. Cabe ressaltar, também, a presença da Universidade Católica de Pelotas na cidade.



demanda de profissionais de comunicação no mercado local e como fica esse cenário depois que a UFPEL começar a injetar mais profissionais no mercado; se já existe alguma estratégia ou acordo entre a UFPEL e os veículos de comunicação locais para integrar esses alunos no mercado de trabalho por meio da realização, por exemplo, de estágios; se o mercado terá como absorver os novos profissionais.

A análise documental também integrou nossa estratégia metodológica a fim de complementar o levantamento de dados. Essa técnica foi utilizada conforme a proposta de Gil (1999) – para facilitar a apuração de informações pertinentes às questões de interesse dessa pesquisa. Os documentos que analisamos foram dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), da Prefeitura Municipal de Pelotas e da própria UFPEL. Por meio deles, tivemos a oportunidade de conhecer, entre outros aspectos, a realidade socioeconômica pelotense, o mercado de comunicação na região e a população de jornalistas atuantes e em formação.

A seguir abordamos as implicações da implantação do curso de Jornalismo da UFPEL no mercado de trabalho, na área de comunicação, na região de Pelotas (RS), atentando para os seguintes segmentos: jornalismo impresso e *online*, telejornalismo, radiojornalismo e assessoria de imprensa.

Do Impresso à *Internet*

Em Pelotas, o mercado de jornalismo impresso se resume ao *Diário Popular* e ao *Diário da Manhã*. O primeiro foi fundado em 1890 e tem tiragem de 20 mil exemplares de segunda a sábado, e de 27 mil aos domingos. Já o segundo foi fundado em 1979 e tem circulação diária. O Grupo Rede Brasil Sul (RBS), que tem jornais impressos espalhados pelo Estado, como *O Pioneiro* (em Caxias do Sul) e o *Diário de Santa Maria* (na cidade que dá nome ao jornal), ainda não entrou em Pelotas.

De acordo com Diego Vilela⁵, a implantação do curso de Jornalismo na Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) irá gerar um maior número de alunos a serem inseridos no já escasso mercado de trabalho da região. Afinal, somente a Universidade Católica de Pelotas (UCPel) – onde funciona um curso de Jornalismo na cidade desde 1958 – já forma cerca de 70 jornalistas por ano. E a Universidade Federal de Pelotas, a

⁵ Diego Vilela é jornalista e diretor do site *Canguçu OnLine*.



partir do início de 2014 – quando se forma a primeira turma –, formará, anualmente, cerca de 50 jornalistas.

Como Pelotas conta apenas com um jornal impresso de grande circulação e com um jornal de média circulação, a perspectiva é a de que “o mercado não conseguirá absorver a maior parte destes profissionais” (Diego Vilela, jornalista). Isso porque, na atualidade, a oferta de jornalistas para veículo impresso já é maior do que a demanda. E com os novos jornalistas chegando ao mercado, essa tendência será acentuada.

O potencial de ampliação desse mercado de jornalismo impresso reside na possibilidade de os novos jornalistas explorarem o mercado de nicho (ANDERSON, 2006), identificando necessidades e captando recursos para criar novas publicações, suplementos ou cadernos. O Sindicato dos Jornalistas de Pelotas costuma citar, como exemplo de empreendedorismo, o *Jornal Tradição Regional*. O impresso circula em 11 pequenos municípios da região sul do estado e oferece a estas comunidades um espaço que não é possível obter no *Diário Popular*. Cada município tem de uma a duas páginas no jornal semanal. O jornalista e proprietário do jornal identificou esta “brecha” e investiu no próprio negócio.

O caso específico do jornalismo *online* não é muito diferente. Para Diego Vilela, o mercado de jornalismo praticado na internet também não conseguirá absorver imediatamente os novos profissionais: “Dentro de um prazo de cinco anos, não. Pelo simples motivo: quase não há webjornalismo na região”.

Assim, na área de webjornalismo há um grande potencial de expansão de mercado, desde que os novos jornalistas atentem para o mercado de nicho ao produzir conteúdos para os veículos de comunicação já estabelecidos no mercado ou ao empreenderem seus próprios negócios. De acordo com Diego Vilela, em Pelotas, há bairros populosos, como o Três Vendas e o Areal, que podem gerar informações suficientes para ganhar uma página própria e, por enquanto, o jornal não consegue cobrir mais de 60% do que acontece nesses bairros. Observando esse tipo de demanda é que os novos jornalistas podem propor conteúdos e conquistar seu espaço no mercado de trabalho.

Além disso, também é possível criar seu próprio negócio, como é o caso do *Canguçu On Line*. Em Canguçu – um município localizado nas imediações da cidade de Pelotas (cerca de 55 quilômetros separam as duas cidades) –, nosso entrevistado conseguiu criar um “jornal diário na internet (...), que funciona como empresa que concilia a produção de notícias com captação de publicidade” (Diego Vilela, jornalista).



O empreendimento tem sido bem sucedido porque, apesar de 67% da população de Canguçu ainda viver no campo, há demanda por um noticiário próprio da cidade.

O *Canguçu On Line*, inclusive, estabeleceu parceria com a Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) para preparar os futuros jornalistas atentando para sua inserção no mercado de trabalho. Assim, com autorização por escrito da UFPEL, um estudante de Jornalismo da universidade já faz estágio no *site*.

Diante de um mercado incapaz de absorver tantos egressos dos dois cursos de Jornalismo da cidade de Pelotas, a perspectiva é a de que esses novos profissionais transformem o mercado, identificando oportunidades e assumindo um papel empreendedor.

A dica para os estudantes que estão se formando em Jornalismo é: reinventar a profissão. Jornalista não serve somente para trabalhar em jornais. “Produção de conteúdo” é a função do momento, pois pode ser desempenhada em sites de empresas, páginas de políticos nas redes sociais, cobertura de eventos de médio e grande porte, assessoria para atletas e clubes sociais (Diego Vilela, jornalista).

De fato, com o fenômeno de convergência cultural e midiática (JENKINS, 2009) que vivemos na contemporaneidade, o mercado de trabalho que se abre para os jornalistas é o da produção de conteúdos. Em função do processo de digitalização de conteúdos em módulos e do perfil atual dos consumidores – cada vez mais ativos e realizadores de leituras não-lineares – não é mais possível pensar a prática profissional restrita a uma mídia específica. Isso porque, vivemos uma época na qual os jornais impressos também produzem conteúdos para a *internet*, as rádios podem oferecer conteúdos audiovisuais e as emissoras de televisão, assim como os outros veículos, tendem a diversificar oferta de conteúdos a fim de atender o potencial de interatividade facilitado pelas novas tecnologias da informação e da comunicação. Nesse contexto, o foco do mercado tende a se localizar na produção de conteúdos para múltiplas mídias e é nesse nicho que se apresentará a maioria das oportunidades de trabalho para os novos jornalistas.



Rádio, Rádio Digital e Webrádio

A cidade de Pelotas possui nove emissoras de rádio, cinco FMs e quatro AMs. As emissoras FMs são: Rádio Alegria (89.5 mhz), Rádio Alfa (94.5 mhz), Rádio Atlântida (95.3 mhz), Rádio União (99.9 mhz) e Rádio Imigrantes (104.9 mhz). As AMs são: Rádio Pelotense (620 khz), Rádio Universidade (1160 khz), Rádio Tupanci (1250 khz) e Rádio Cultura (1320 khz).

O perfil das emissoras mostra que as rádios que operam na cidade atendem o mercado consumidor de forma segmentada: as AMs com jornalismo geral e esporte, e as FMs com música e pequenos informativos. Há a expectativa de que a Rádio Gaúcha FM, de Porto Alegre, abra uma unidade em Pelotas ou que, pelo menos, ocorra uma mudança no perfil da Atlântida FM que opera na cidade – em ambos os casos, a prioridade será o jornalismo e, por conta disso, há a perspectiva de que algumas vagas serão abertas nessa área.

Sobre o atual mercado de trabalho pelotense no setor de rádio, o jornalista e radialista Edson Luis Planella⁶ pontua que:

Ainda convivemos com sequelas de uma programação radiofônica ancorada por locutores/vendedores (quem vendia estava no ar). Durante muito tempo não houve acompanhamento pelos órgãos reguladores (sindicatos) quanto ao credenciamento dos profissionais, o que tem melhorado, mas longe do ideal. Existem claros indicativos de mudança neste perfil, pela cobrança do receptor em querer emissão de mensagens e conceitos com conhecimento e qualificação e, também, por querer um rádio dinâmico e informativo.

A partir da colaboração de nosso entrevistado, compreendemos que o mercado de rádio em Pelotas, mesmo que a passos lentos, passa por um processo de transformação. O público consumidor de rádio está cada vez mais exigente em relação aos conteúdos e isso, somado aos esforços de fiscalização dos órgãos reguladores e à necessidade de continuar atraindo verba publicitária, tem impulsionado uma mudança no pensamento administrativo das direções das emissoras de rádio que, para alcançar

⁶ Edson Luis Planella é jornalista formado pela UCPel e atua como radialista desde 1993. Há quinze anos trabalha na Rádio da Universidade Católica de Pelotas, junto aos departamentos de jornalismo e esporte. Atualmente, também é responsável pela coordenação de esportes da TV UCPel.



um padrão de qualidade mais alto em sua programação, tendem a investir mais em capital humano.

A necessidade de melhorar a qualidade da programação é uma constante motivação para incorporar jornalistas ao quadro de funcionários das rádios pelotenses. Assim, a implantação do curso de Jornalismo da UFPEL e a consequente injeção de profissionais qualificados no mercado pode facilitar a renovação em andamento.

Nesse sentido, é válido registrar que o trabalho desenvolvido nas próprias emissoras universitárias, com a atuação dos estudantes de Jornalismo nesses espaços, pode vir a otimizar a transformação do mercado de rádio na cidade por acabar “proporcionando um novo modelo de rádio, com discussões aprofundadas do ponto de vista ético e um jornalismo humanizador” (Edson Luis Planella, jornalista e radialista).

Além disso, é preciso destacar também que o mercado de rádio na cidade já se caracteriza pela segmentação, mas esse modelo está longe de estar saturado, o que significa que há potencial para explorar o mercado de nicho também no setor de rádio. Portanto, caso o mercado local de rádio não consiga absorver os novos jornalistas, é possível expandir esse mercado atentando para demandas específicas, oferecendo conteúdos personalizados para as rádios tradicionais e seus respectivos *sites* ou, ainda, investindo em webrádios.

Sobre o impacto da implantação do curso de Jornalismo da UFPEL no mercado de rádio em Pelotas, é relevante ainda assinalar que quando a cidade realizar a transição do rádio analógico para o digital haverá a possibilidade de multiprogramação e, com ela, a demanda pela produção de conteúdos tende a aumentar. Consequentemente, a longo prazo, a perspectiva de trabalho para os novos profissionais formados pela universidade tende a ser mais positiva.

Acreditamos que isso vai ocorrer a longo prazo porque essa transição do analógico para o digital ainda demora para se concretizar em Pelotas. Afinal, o país ainda está definindo os rumos do rádio digital no Brasil, em termos de normatização e de regulação, entre outros aspectos. De acordo com Magnoni e Betti (2012), o novo sistema brasileiro de radiodifusão deverá demorar pelo menos quatro anos para ser implantado.



Televisão, TV Digital e WebTV

Há três emissoras de televisão na Cidade de Pelotas – uma sucursal da Rede Globo (a RBS TV Pelotas), uma da Rede Record (a TV Nativa) e outra da Rede TV (a TV Pampa Sul). Em canais fechados também há a TV UCPel, a TV Câmara e a TV Cidade, além da ComTV ou TVC – que é um canal comunitário.

De acordo com a jornalista e apresentadora do telejornal local da Record, Geane Matiello⁷, a implantação do curso de Jornalismo na UFPEL possibilita que as emissoras de televisão locais tenham “à disposição um leque maior de futuros profissionais”. Para ela, o fato de Pelotas ter duas instituições de nível superior formando jornalistas “amplia também a busca pela excelência e capacitação no ensino, cujo objetivo será a qualificação dos acadêmicos, instigando, de forma benéfica, a competitividade”.

A competitividade irá aumentar, mas a qualidade dos profissionais disponíveis também, e a demanda por “profissionais capacitados”, com “compromisso” e “responsabilidade com a função de servir ao telespectador e informar com qualidade” não cessará. Até porque, uma das características do mercado televisivo é “a rotatividade de profissionais” – conforme assinala a jornalista e apresentadora de telejornal, Geane Matiello. Na área de comunicação e, especialmente, no setor televisivo é comum ocorrer “a transferência para grandes centros, daqueles que se destacam (...). Assim, faz-se necessária a aquisição de novos profissionais. Funciona como uma engrenagem que não para” (Geane Matiello). Para a jornalista, a conquista de um espaço no mercado de trabalho em televisão:

funciona como um tripé: imagem, profissionalismo, caráter, cuja base está alicerçada no respeito à empresa para qual trabalham. E só aqueles que se aperfeiçoam e se encaixam em tais fundamentos terão chances reais de sucesso na carreira.

A partir da colaboração de nossa entrevistada, depreendemos que a perspectiva é a de que há potencial para absorver novos profissionais no mercado televisão local. Entretanto, até então, nenhuma das emissoras de televisão comercial da cidade chegou a formar acordo com a UFPEL para aproveitar o corpo discente em estágios e, com isso, também colaborar na formação dos novos profissionais e em sua futura inserção no

⁷ Geane Matiello é jornalista pela Universidade Católica de pelotas. Atualmente, é professora temporária da Universidade Federal de Pelotas e apresentadora do telejornal *Pampa Meio Dia* (veiculado na cidade de Pelotas e na região).



mercado televisivo. No caso da Record, por exemplo, a jornalista Geane Matiello nos explica que isso ocorre em obediência à gerência geral da emissora no estado que:

(...) prioriza a contratação de funcionários. No entanto, isso se dá de forma flexível, ou seja, podem ser contratadas pessoas que ainda não possuem o diploma em mãos. O que se leva em consideração é exatamente a competência e o *feeling* de cada indivíduo para a captação de uma boa pauta e sua abordagem.

O curso de jornalismo da UFPEL possui convênio com a TV Câmara, da Câmara de Vereadores da cidade. Através do acordo, as aulas de telejornalismo da instituição são ministradas no estúdio de TV da casa política. Em contrapartida, a universidade se compromete a indicar estagiários para a TV Câmara.

De toda a forma, caso essa perspectiva otimista não se concretize no âmbito da televisão tradicional, é preciso registrar que o próprio mercado televisivo no país está em transformação. Afinal, o Brasil está em pleno processo de implantação da televisão digital e a expectativa é a de que a transição do analógico para o digital se complete até 2016. De acordo com Bolaño e Brittos (2007), a capacidade de veiculação de conteúdos na televisão digital é quatro vezes maior do que na televisão analógica. Assim, só as características de multiprogramação e interatividade possibilitadas pela nova tecnologia irão garantir a demanda pela produção de mais conteúdos. Atentando para isso, é possível abstrair que o mercado de produção de conteúdos para a televisão sofrerá um processo de expansão e essa é uma perspectiva positiva para os estudantes de Jornalismo da UFPEL que, por sua vez, precisarão de uma formação polivalente para se estabelecerem no mercado de trabalho contemporâneo.

Antes mesmo da finalização dessa transição tecnológica, ao utilizarmos a *internet* mediada pelo computador, *tablets* ou celulares já é possível vislumbrar o potencial das WebTVs e identificar a ampliação dos serviços prestados pelas emissoras de televisão tradicionais que, a fim de aproximar sua relação com o público e facilitar a interatividade, possuem *sites* próprios e, inclusive, perfil em redes sociais. Compreendemos que todos esses espaços se constituem como possibilidades para o ingresso dos novos jornalistas no mercado de trabalho. Especialmente, se eles mesmos souberem identificar demandas sociais e suprir lacunas na produção de conteúdos das emissoras de televisão.

Em relação às TVs de Pelotas, cabe destacar que a RBS TV Pelotas já se utiliza da página na *internet* da Rede Globo, voltada para o público local



(<http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/>), como forma de disponibilizar conteúdos ao público. No caso da TV Nativa, a emissora também já disponibiliza um *site* (www.nativatv.com.br/) – onde é possível encontrar as informações que foram ao ar os nos principais telejornais desta TV.

Assessoria de Imprensa

De acordo com o assessor de imprensa, Sérgio Yunes⁸, na região de Pelotas a oferta de comunicadores que prestam serviço de assessoria de imprensa é maior do que a demanda e quando a primeira turma de formandos da UFPEL ingressar no mercado de trabalho a “oferta prosseguirá superando a demanda”.

Mesmo assim, a implantação do curso de Jornalismo na Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) gera expectativas positivas para o mercado de comunicação pelotense.

Mesmo que ainda em formação, em construção, já é possível afirmar que o curso da UFPel contemplará seus alunos com um perfil diferente dos graduados no Curso da Universidade Católica, pelas naturais diferenças existentes entre uma instituição pública e outra privada. Imagino que o egresso da UFPel, por ser forjado em uma universidade federal, pelo menos deveria ser assim, seja dotado de uma maior responsabilidade social com a comunidade que proporcionou seus estudos e formação. Desta forma, talvez comecemos a entregar para a região jornalistas comprometidos mais visceralmente com as causas sociais, além de, é claro, estarem também preparados para atender às demandas do mercado da Comunicação (Sérgio Yunes, assessor de imprensa).

A partir da colaboração de nosso entrevistado, podemos depreender que a expectativa do setor de assessoria de imprensa acerca da implantação de um curso de Jornalismo em uma universidade pública é a de que a nova geração de jornalistas de Pelotas se distinguirá pelo compromisso com as funções sociais do Jornalismo. Para Melo (2006), o jornalista, quando assume o papel de um agente social, ocupa a função de mediador entre os fatos, o interesse público e a cidadania. Traquina (2004) diz que os jornalistas compartilham de um *ethos*, que conduz o trabalho jornalístico e orienta os membros da comunidade sobre o seu papel social de guardião dos cidadãos.

⁸ Sérgio Yunes é jornalista e coordenador da Assessoria de Comunicação da Universidade Federal de Pelotas.



Desde 2010, acadêmicos de Jornalismo da UFPEL já realizam estágios na Coordenadoria de Comunicação da universidade, tanto na Assessoria de Comunicação quanto na Rádio Federal FM.

Considerações Finais

Para garantir espaço e permanência no mercado de trabalho, o jornalista contemporâneo precisa atuar como um comunicador polivalente. É preciso conhecer sobre convergência de mídias para transitar entre elas, e é preciso investir em produção de conteúdos atentando para as mais diversas demandas sociais e, no caminho, é preciso manter o compromisso com as funções sociais do Jornalismo.

No percurso de nossa pesquisa, compreendemos que esses aspectos que assinalamos são basilares para que o jornalista do presente e do futuro cative o seu lugar no mercado. Afinal, na atualidade, a oferta de jornalistas é superior à demanda em todos os setores tradicionais de comunicação – mesmo que em alguns momentos tenhamos nos deparado com perspectivas otimistas, o que predominou em nosso levantamento é a realidade da oferta superior à demanda.

Entretanto, o mercado de comunicação está se transformando em todo o país e em Pelotas não é diferente. O fenômeno da convergência midiática aponta para uma ampliação sem precedentes do mercado de comunicação. Essa ampliação se traduzirá em uma demanda maior de produção de conteúdos que não serão mais entregues ao público consumidor apenas de forma homogênea e massiva. A tendência do mercado é a heterogeneização e a personalização dos conteúdos e essa nova caracterização do mercado midiático, marcada pela multiprogramação e pela interatividade, é o que poderá garantir a absorção dos novos jornalistas.

Nesse contexto, é possível afirmar que o mercado tradicional se transformará de forma irremediável e que o Webjornalismo, as possibilidades criadas com a Televisão Digital e o Rádio Digital, e mesmo com as WebTVs e os Webrádios estarão em evidência.

Assim, é possível afirmar que a implantação do curso de Jornalismo na Universidade Federal de Pelotas, de imediato, impactará o mercado aumentando a competitividade e elevando o grau de qualidade da produção midiática. E, a médio e



longo prazo, esse curso poderá ser o provedor dos profissionais polivalentes que concretizarão a transformação do mercado de comunicação local.

Referências Bibliográficas

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital**: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

GIL, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

IBGE. **Cidades – Rio Grande do Sul**. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acessado em: 15/03/2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008

MAGNONI, Antonio Francisco; BETTI, Juliana Gobbi. As interfaces do rádio no século XXI. In: **Anais do Colóquio Latino-Americano de Comunicação (CELACOM)**, Bauru (SP), 2012.

MELO, Jose Marques de. **Teorias do jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

PELOTAS. **Cidade**. Disponível em: www.pelotas.com.br Acessado em 15/3/2013.

THIOLLENT, Michel. **Crítica Metodológica, Investigação Social e Enquete Operária**. São Paulo: Polis, 1980.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

UFPEL **Unidades acadêmicas**. Disponível em: www.ufpel.edu.br Acessado em: 15/3/2013.

VIEIRA, José Guilherme Silva. **Metodologia de Pesquisa Científica na Prática**. Curitiba: Editora FAEL, 2010.