

# O mercado de trabalho jornalístico tocantinense: análise do perfil dos egressos da Universidade de Gurupi – UnirG

The Tocantins journalistic job market: analysis of the profile of graduates from the University of Gurupi – UnirG

El mercado de trabajo periodístico de Tocantins: análisis del perfil de los egresados de la Universidad de Gurupi – UnirG

Recebido em: 29/06/2023

Aceito em: 01/09/2024

DOI: 10.46952/rebej.v15i34.1151



Ana Carolina C. dos Anjos

[ana.c.c.anjos@unirg.edu.br](mailto:ana.c.c.anjos@unirg.edu.br)

Anette Maria Rodrigues Silva Bento Oliveira

[anette.m.r.s.b.oliveira@unirg.edu.br](mailto:anette.m.r.s.b.oliveira@unirg.edu.br)

Alessandra Gomes Duarte Lima

[aleduarte@unirg.edu.br](mailto:aleduarte@unirg.edu.br)

Nilton Tavares Santos

[niltontavaress10@gmail.com](mailto:niltontavaress10@gmail.com)

## RESUMO

As mudanças tecnológicas, as novas demandas sociais, históricas e econômicas e as perspectivas sobre o futuro profissional do Jornalismo fazem com que pesquisadores(as) busquem, dentro do ambiente universitário, compreender esse novo cenário a partir de levantamentos de campos de atuação e os desafios dos recentes profissionais formados na área. Assim, a presente pesquisa tem o objetivo de traçar o perfil e os caminhos percorridos por egressos(as) do curso de Jornalismo da Universidade de Gurupi (UnirG) a partir de questionário estruturado que discute o cenário profissional na região sul do estado do Tocantins. Conclui-se que as reflexões derivadas deste trabalho auxiliam no debate sobre o futuro profissional do jornalista na Região Norte do país.

## PALAVRAS-CHAVE

Egressos. Mercado de Trabalho. Graduação. Jornalismo UnirG.

## ABSTRACT

Technological changes, new social, historical and economic demands and perspectives on the professional future of journalism have led researchers to seek, within the university environment, to understand this new scenario by surveying fields of work and the challenges faced by recent graduates in the field. The aim of this research is to outline the profile and paths taken by graduates of the Journalism course at the University of Gurupi (UnirG) using a structured questionnaire that discusses the professional scenario in the southern region of the state of Tocantins. It is concluded that the reflections derived from this work help in the debate on the professional future of journalists in the northern region of the country.

## KEYWORDS

Graduates. Job market. Graduation. Journalism UnirG.

## **RESUMEN**

Los cambios tecnológicos, las nuevas demandas sociales, históricas y económicas y las perspectivas sobre el futuro profesional del periodismo han llevado a los investigadores a buscar, en el ámbito universitario, la comprensión de este nuevo escenario a través del relevamiento de los campos de actuación y de los desafíos enfrentados por los recién graduados en el área. El objetivo de esta investigación es delinear el perfil y los caminos recorridos por los graduados del curso de Periodismo de la Universidad de Gurupi (UnirG) mediante un cuestionario estructurado que discute el escenario profesional en la región sur del estado de Tocantins. Se concluye que las reflexiones derivadas de este trabajo ayudan en el debate sobre el futuro profesional de los periodistas en la región norte del país.

## **PALABRAS CLAVE**

Graduados. Mercado de trabajo. Graduación. Periodismo UnirG.

## 1 INTRODUÇÃO

O jornalismo tem um papel fundamental para o desenvolvimento de uma sociedade democrática e cidadã. A primeira definição de jornalismo data do século XVII e estava, então, muito associada ao registo e ao relato sistemático de acontecimentos (Zelizer, 2004), já a profissão de jornalista surge associada a um conjunto de transformações sociais, econômicas, políticas e tecnológicas, que ocorreram no século XIX, sobretudo em na Europa.

É por meio do jornalismo que se conhece a realidade de uma comunidade, os problemas e as demandas sociais e consegue-se satisfazer a necessidade de saber sobre os acontecimentos do cotidiano. A sua prática, sistematizada por meio da atividade do profissional em jornalismo tem sido, ao longo do tempo, intensificada e diversificada. Diante disso, muito se discute hoje (no ambiente universitário ou no mercado de trabalho) sobre os espaços de atuação deste profissional.

Se nos primórdios o principal campo de trabalho era o jornal impresso, seguido pelo rádio e pela TV, atualmente os jornalistas podem trabalhar em áreas diversas. Segundo Roxo e Melo (2018), o jornalismo é hoje uma das profissões que melhor se adapta às mudanças sociais e tecnológicas ocorridas na sociedade moderna. É um ofício que caminha lado a lado com o desenvolvimento técnico-social de uma sociedade.

Concomitantes as mudanças surgiram novos nichos de atuação profissional para jornalistas. A seguir, discorremos sobre oito campos de atuação de jornalistas a partir da visão de alguns autores que refletem sobre a temática. Em princípio, encontramos a **reportagem**. Essa é considerada uma das mais conhecidas e importantes áreas de atuação de um jornalista. Para Coelho (2015), jornalistas devem procurar fontes e personagens, apurar sua veracidade, entrevistar, ouvir diferentes pontos de vista e reunir todas as informações necessárias para criar a notícia.

A segunda área de atuação é a **assessoria de imprensa**. Almeida (2016) explica que jornalistas trabalham como mediadores entre imprensa e seu cliente, sendo seu porta-voz ao representar seus interesses frente ao público. O cliente nesse caso pode ser uma empresa, uma organização não-governamental (ONG) ou até mesmo uma personalidade da mídia, como os artistas e atletas.

A terceira área de atuação descrita nesse estudo é a **comunicação institucional/empresarial**. Nesse caso, jornalistas atuam em parceria com o departamento de Relações Públicas (Roque, 2021). E a função principal é o cuidado com a imagem da empresa junto a seus colaboradores (público interno) ou consumidores e sociedade (público externo). Com isso, jornalistas elaboram todo o material de comunicação da empresa (revistas, jornais, *folders*, anuários, etc.) e pode participar também da cobertura de eventos, bem como promover esses eventos.

A quarta área de trabalho é o **jornalismo digital**. No mundo contemporâneo, esse é um dos segmentos mais utilizados. Como afirmam Lopes e Bonisem (2019), isso se explica pelo fato de que os usos das mídias digitais como fontes de notícias tem sido cada vez mais utilizadas. Assim, o jornalista é responsável por criar um planejamento estratégico, produzir temas relevantes para publicação em sites, portais e *blogs*, de notícias ou corporativos.

## O mercado de trabalho jornalístico tocantinense: análise do perfil dos egressos da Universidade de Gurupi – UnirG

Ainda sobre esse campo é importante mencionar as redes sociais digitais. Pedro (2018) explica que nas plataformas de redes sociais on-line jornalistas podem fazer carreira também como *social media*, alimentando essas plataformas com conteúdo comunicacionais, observando concorrentes e tendências, além de fazer a ponte entre empresas e instituições com o público, respondendo dúvidas, críticas, elogios e comentários em geral.

A quinta área encontrada é o **fotojornalismo**. Nesse ramo, profissional do jornalismo é responsável por fazer registros fotográficos de fatos cotidianos, eventos, locais e personalidades. Essas imagens vão ilustrar reportagens, artigos, livros, documentários e outros materiais jornalísticos (Aquino; Carlos, 2021).

Já na sexta área de atuação encontra-se o **jornalismo esportivo** (Campagna, 2019), na qual o(a) profissional de jornalismo deve ter conhecimento amplo sobre a temática, além de manter um bom relacionamento com as equipes, técnicos e outros colegas da área.

A sétima área de atuação é a **produção**. Nesse campo, o(a) profissional atua na televisão ou no rádio, com a sugestão de pautas, busca de fontes, personagens e informações e agendamento de entrevistas. Além disso, com o crescimento das mídias digitais, como os canais do YouTube, os jornalistas podem produzir seus próprios conteúdos de forma independente (Moliani, 2020). Essas produções criam arranjos econômicos e jornalísticos alternativos às corporações de mídia e nesta empreitada traz implicações nos processos de produção de conteúdo comunicacional (Figaro, 2018; Figaro; Nonato, 2021).

Embora não seja uma área de atuação, acreditamos ser importante acrescentar um vínculo empregatício comum na contemporaneidade: *freelancer*. Segundo Rainho (2003), trabalhar como freelancer é uma forma de exercer a profissão de maneira autônoma e se dedicar a um ou a vários segmentos, seja como repórter de revista, produtor de documentário, atuando nas mídias digitais com o marketing de conteúdo<sup>1</sup> e/ou produzindo material jornalísticos de forma pontual para veículos tradicionais de comunicação (em todos os formatos e ancoragens, isto é, do impresso ao digital). Trabalhar em um regime de trabalho autônomo (*freelancer*) foi uma das 'saídas' que jornalistas encontraram diante do processo de precarização da profissão.

É importante salientar que essas são apenas algumas áreas de atuação e que a todo momento novas vão surgindo a partir das demandas, dos contextos sócio-históricos e econômicos e dos locais a partir dos quais as práticas jornalísticas são desenvolvidas.

Apesar disso, uma realidade observada há algum tempo em áreas de atuação que exigem uma relação de trabalho entre empregador/empregado é a de que essas atividades têm sofrido um processo de precarização profissional (Figaro *et al.*, 2021), principalmente nas pequenas cidades no interior do país, onde os poucos veículos de comunicação que resistem às mudanças no cenário comunicacional possuem fragilidades na estrutura financeira que limita o investimento e custeio do piso salarial da profissão.

---

<sup>1</sup> A mudança na forma de consumo de produtos comunicacionais jornalísticos (público em geral busca informações de forma mais autônoma) 'exige' que jornalistas produzam e publicizem suas notícias se valendo de formatos de escrita alinhados aos princípios de marketing (Nicoletti, 2019).

## O mercado de trabalho jornalístico tocantinense: análise do perfil dos egressos da Universidade de Gurupi – UnirG

O cenário do jornalismo profissional ficou sensivelmente mais complexo, tanto nas empresas de mídia tradicional como nas nascentes organizações e novos arranjos independentes (online), seja pelo fenômeno da precarização do trabalho, quanto pelo advento das organizações do chamado jornalismo independente, bem como a consolidação dos espaços de trabalho fora da mídia. (Mick *et al.*, 2022, p.02).

Além disso, os profissionais da comunicação estão diante da falta de visão do poder público e privado para a relevância da atuação de jornalistas com formação, com a perspectiva de que para atuar como jornalista não é necessário nenhum tipo de conhecimento na área e de diploma de graduação. A maioria dos(as) empregadores(as) considera que a simplicidade das técnicas jornalísticas dispensa uma abordagem teórica específica e uma formação especializada.

Todos esses percalços e embates corroboram para que, muitas vezes, os(as) jornalistas sejam obrigados(as) a atuarem em locais que não condizem com a sua formação profissional e/ou se submetam a cargas horárias exageradas e baixos salários. A maioria das prefeituras de cidades interioranas, por exemplo, não possuem o cargo de jornalista regulamentado para a contratação de um profissional qualificado. São destinados a qualquer outro cargo de **assessor de comunicação/imprensa** para suprir a carência do setor. Outras vezes, coloca-se pessoas não formadas na área, apenas por apadrinhamento político e interesses pessoais.

Assim, ao olhar para a cidade de Gurupi e municípios vizinhos que compõem a região sul do estado do Tocantins<sup>2</sup>, observamos que essa é uma realidade vivenciada pelos(as) profissionais locais, sendo que, a maioria desses(as) jornalistas que atuam no mercado de trabalho dessa região são egressos da Universidade de Gurupi (UnirG).

O Curso de Jornalismo da IES existe há 22 anos e já formou mais de 200 jornalistas. Atualmente, junto à Universidade Federal do Tocantins (UFT), são as duas únicas Instituições de Ensino Superior (IES) que oferecem o curso na modalidade presencial em todo o estado do Tocantins. Conforme dados do Ministério da Educação (MEC), consultados em maio de 2023<sup>3</sup>, no estado existem ainda 17 cursos de Jornalismo, dentre os quais 13 foram abertos na modalidade Educação à Distância (EaD), entre os anos de 2017 e 2023.

Neste sentido, este artigo busca refletir sobre o mercado de trabalho jornalístico no sul do Tocantins a partir da seguinte questão norteadora: "*onde estão os profissionais graduados pelo curso de Jornalismo da Universidade de Gurupi (UnirG)?*" Almejamos, a partir dessa investigação quanti-qualitativa, traçar um panorama do cenário profissional na região, revelando aspectos que contribuirão para futuras discussões acerca das trajetórias profissionais e do mercado de trabalho jornalístico.

---

<sup>2</sup> A cidade de Gurupi (TO) apresenta um grande raio de influência econômica, social e política na região. Atualmente, o município é um polo para outros 17 municípios: Aliança, Alvorada, Araguaçu, Cariri, Crixás, Dueré, Figueirópolis, Formoso do Araguaia, Jaú, Palmeirópolis, Paranã, Peixe, Sandolândia, São Salvador, São Valério, Sucupira e Talismã (IBGE, 2021).

<sup>3</sup> Acesso feito no portal do MEC sobre os indicadores de ensino superior (Brasil, s/d)

## 2 ATUAÇÃO PROFISSIONAL DE JORNALISTAS NO TOCANTINS: O MERCADO DE TRABALHO

Segundo a última atualização feita pelo Atlas da Notícia (Projor, 2019), o estado do Tocantins conta com 185 veículos de comunicação, diversificados nos seguintes segmentos: impresso, online, rádio e TV. Ao total são 24 jornais impressos, 70 online, 57 rádios e 34 emissoras de televisão. Em relação aos dados de Gurupi, maior cidade da região sul e a terceira maior do estado, existem atualmente 04 veículos impressos, 06 online, 03 rádios e 04 emissoras de televisão.

Ainda nessa mesma pesquisa, no que tange ao Tocantins, notamos a recorrência das rádios como uma fonte importante de informação e em vários municípios as rádios comunitárias são o único meio de comunicação da cidade (Botelho, 2022). No entanto, vale destacar que algumas cidades ainda são consideradas como 'desertos de notícias', isto porque, no Brasil há diversos espaços geográficos excluídos do acesso à cobertura jornalística, sem qualquer notícia local/hiperlocal. Todavia, vale destacar que uma parte considerável da população brasileira tenha acesso à internet, compondo dessa forma a 'sociedade conectada em rede' (Castells, 1999).

A Região Norte, segundo dados do Atlas da Notícia (Projor, 2019), é a região com a maior quantidade de desertos de notícias do país, com 63,1% do seu território sem cobertura jornalística. Isso significa que, do total de 450 cidades nortistas, 284 não têm nenhum veículo local, cobrindo pautas e produzindo conteúdo de interesse público.

O Atlas da Notícia (*apud* Botelho, 2022) também revelou, através do censo da imprensa brasileira, que o segmento jornalístico digital tem sido bastante atuante e com maior crescimento no país atualmente. Em Gurupi, por exemplo, percebe-se um surgimento da criação de sites e páginas/perfis em redes sociais, produção de conteúdo sobre alguns municípios e reprodução de informações no ambiente digital envolvendo as emissoras de rádio. De acordo com Botelho (2022), a organização institucional das rádios com vistas à profissionalização, combinadas a oportunidades de formação, podem ser um caminho para o fortalecimento do jornalismo no âmbito da região Norte do país.

Além das emissoras de rádio, observa-se que alguns jornalistas acabam atuando no telejornalismo como produtores e/ou repórteres e em veículos de comunicação online, que têm ganhado bastante destaque na cidade de Gurupi. Sites, blogs e páginas de conteúdo jornalístico em redes sociais como o Instagram chamam a atenção de quem realiza busca por notícias locais. Por outro lado, constata-se forte presença de jornalistas locais exercendo funções fora da mídia, como assessoria de imprensa, marketing e comunicação corporativa, evidenciando uma multifuncionalidade.

Diante desse ambiente complexo que mescla o digital com a permanência de práticas jornalísticas tradicionais, desafios locais são observados na região sul do estado do Tocantins - afastada dos grandes centros hegemônicos de produção de notícia - como o entendimento do perfil dos profissionais formados na área e as necessidades da universidade em buscar adequar o ensino de Jornalismo às realidades locais. Sendo este o foco deste artigo.



## 2.1 METODOLOGIA E LIMITES DA PESQUISA

Esta é uma pesquisa básica, de natureza quali-quantitativa, exploratória quanto à abordagem (Gil, 2022), sendo suas etapas:

- a) Levantamento do quantitativo de egressos do Jornalismo, por semestre, de 2005 a 2022, junto à Secretaria Acadêmica da UnirG, por intermédio da Coordenação do Curso;
- b) Levantamento do maior número de contatos possível;
- c) Rastreamento dos egressos via redes sociais e/ou WhatsApp;
- d) Aplicação de questionário estruturado;
- e) Tabulação e análise de dados.

Essa pesquisa de perfil dos egressos do curso de Jornalismo da Universidade de Gurupi (UnirG) foi realizada se valendo de um questionário estruturado em rede (Google Forms), de participação espontânea, feita pela internet e realizada de setembro a novembro de 2022. O questionário busca traçar um perfil e fora concebido colaborativamente por dois membros da equipe do grupo de pesquisa “Diagnóstico das dinâmicas na ecologia midiática da região sul do Tocantins: veículos, redes, (des)informação e infodemia”<sup>4</sup>, formado por docentes e discentes do curso de Jornalismo da UnirG. As perguntas foram feitas na modalidade objetiva e subjetiva, a saber: a) nome; b) sexo; c) faixa etária; d) cidade onde reside atualmente; e) ano de conclusão do curso de Jornalismo/Comunicação Social na UnirG?; f) já cursou alguma pós-graduação?; g) cursou uma nova graduação?; h) em caso afirmativo, em qual área? Atualmente está exercendo qual formação?; i) atualmente trabalha na área de Jornalismo/comunicação?; j) caso a resposta seja afirmativa ou negativa: em que área/empresa? Por quanto tempo?; k) caso não tenha trabalhado na área de formação, o que impediu?; l) está atuando por quanto tempo na área de comunicação? Já ficou fora da área? Por quê?; m) é filiado(a) a algum sindicato de jornalistas?; n) o que motiva e/ou desmotiva você a insistir e investir na área da comunicação?; o) qual sua visão sobre o mercado de trabalho na área jornalística/comunicação no Tocantins na atualidade?

Passada a etapa da aplicação da pesquisa, foi feita a tabulação dos dados com recursos do próprio Google Forms e também de planilhas eletrônicas (google sheets) para montagem de tabelas e gráficos. Dessa forma, o processo de tratamento de dados se deu a partir da tabulação e descrição analítica (Gil, 2022).

Para tanto, foram utilizadas anotações e tabelas em formato Excel. Já para a análise dos dados, foram elaboradas as seguintes categorias: a) perfil demográfico e

---

<sup>4</sup> Aprovado pelo edital 2021/13 da Pró-reitoria de pesquisa da UnirG, na modalidade B, vinculado à linha de pesquisa: Cidadania, Estado e Políticas Públicas Grupo de pesquisa do curso: Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade. Ao longo do desenvolvimento do projeto, em 2022, o mesmo foi desmembrado em três frentes: estudo do catálogo do curso, perfil do(a) discente egresso e análise de perfis de Instagram do município que mesclam “memes” e “notícias”.

geográfico; b) carreira profissional; c) perspectivas profissionais. O processo de análise de dados que resultou na escrita deste artigo corresponde à etapa final do estudo e refere-se ao tratamento aplicado aos dados coletados, objetivando construir uma argumentação relevante que possa responder aos objetivos da pesquisa, bem como ao problema adotado como propósito da investigação.

A população amostral foi composta por 235 egressos<sup>5</sup>, formados desde a primeira turma do curso de Jornalismo (entre 2005 e 2022). A amostra em questão caracteriza-se como não probabilística por acessibilidade, ou seja, fez parte os egressos que foram localizados e que se dispuseram a participar da pesquisa. Ao total, 115 pessoas participaram da pesquisa pelo Google Forms, representando 48,9% da amostra inicial almejada.

### 2.3 RESULTADOS E DISCUSSÕES: TRAÇANDO O PERFIL E AS TRAJETÓRIAS DE JORNALISTAS EGRESSOS DA UNIRG

Dentro do total de 115 participantes da pesquisa, os resultados alcançados em relação ao perfil demográfico e geográfico são: 71 egressos são mulheres e 44 são homens, sendo que a maioria das pessoas estão na faixa dos 31 aos 40 anos de idade e mesmo depois de formados continuam residindo em Gurupi (66 egressos). Os(as) outros(as) 49 egressos(as) estão dispersos entre a capital Palmas (18 egressos) e outras pequenas cidades do Tocantins, Goiânia-GO, Brasília-DF, nos estados de Minas Gerais, São Paulo, Amazonas, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e 2 residindo fora do país. É importante destacar que desses dois egressos que atualmente residem fora do país, apenas um deles trabalha na área da comunicação, sendo fotógrafa.

Em relação à carreira profissional, 41 afirmam não estarem trabalhando na área da Comunicação/Jornalismo, enquanto 74 continuam atuando na área. Desses que seguem atuando, 28 exercem sua profissão na área de **Assessoria de Imprensa/Assessoria de Comunicação** em órgãos públicos, principalmente prefeituras locais e a segunda área com maior número de egressos(as) trabalhando é em emissoras de **televisão** (10), seguido de 6 em **rádios** (tanto como locutores ou produtores) e 4 que desenvolvem atividades profissionais gerando conteúdos comunicacionais para sites e blogs (**jornalismo digital**) da região.

Dos egressos do curso de Jornalismo da UnirG, 52 continuaram dando sequência da formação por meio da especialização, um total de 45,2%. Já no âmbito da pós-graduação stricto sensu, 7 egressos(as) cursaram mestrado e 56 não fizeram nenhuma pós-graduação desde que concluíram o curso.

O resultado desta análise revela uma proporção quase igualitária de perfil de egressos que buscam melhorias na formação profissional por meio da especialização e daqueles que apenas concluíram a graduação. Vale destacar que, no estado do Tocantins são poucas as possibilidades de dar sequência aos estudos na área. O único curso stricto sensu é o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (UFT), localizado na capital Palmas e que teve sua primeira turma em 2016.

---

<sup>5</sup> Dados da Secretaria Acadêmica da UnirG (2022).



## O mercado de trabalho jornalístico tocantinense: análise do perfil dos egressos da Universidade de Gurupi – UnirG

Ao todo 92 egressos(as) concluíram o curso de Jornalismo na UnirG e não fizeram outra graduação. No entanto, a presente pesquisa revela que 23 resolveram fazer uma segunda graduação e deste total 15 (quinze) deixaram de exercer o Jornalismo. Há diversas áreas como História, Direito, Pedagogia, Contabilidade, Serviço Social e Enfermagem.

Já com relação à perspectiva profissional é possível refletir, a partir dos dados quantitativos, sobre questões de caráter qualitativo: as principais desmotivações com a área do jornalismo estão relacionadas ao baixo salário e a falta de postos de trabalho que possam absorver todos os egressos na região. Apesar de muitos responderem à pergunta “o que os motiva a insistir e investir na área da Comunicação?” falando sobre “amor à profissão”, “vocação” e “possibilidade de atuação em várias locais no jornalismo”, observa-se que as questões relacionadas à desmotivação na perspectiva profissional em âmbito regional do sul do Tocantins prevalecem, sendo esse um dos grandes desafios a serem enfrentados pela Universidade, enquanto espaço de formação profissional. Soma-se a isso as constantes crises da profissão (Fidalgo, 2005), tensionando e gerando desmotivações para o processo de ensino-aprendizagem e inseguranças por parte dos(as) acadêmicos(as) e futuros(as) egressos(as).

Outro motivo para a desmotivação observado na pesquisa é a preocupação constante com a não obrigatoriedade do diploma para exercer a profissão. Apesar de não ser uma discussão recente, a temática traz reverberações nas escolhas profissionais com a consequente diminuição na demanda de discentes em cursos de Jornalismo, afinal, o exercício profissional sem o diploma é absorvido no mercado de trabalho muitas vezes sem pagamento de um piso salarial e com jornadas de trabalho além da registrada legalmente.

As análises dos dados extraídos na pesquisa revelam também que existem dificuldades e limitações de inserção junto aos meios tradicionais, que são poucos no Tocantins e que os jornalistas têm maiores oportunidades de atuação em assessoria de comunicação e imprensa de órgãos públicos, assessoria política e em produção de conteúdo comunicacional para mídias digitais. Entre as principais falas sobre o mercado de trabalho no estado do Tocantins estão as problemáticas dos espaços de atuação serem privados e a forma de inserção ser fortemente marcada por indicação política e não pela competência e qualidade de formação profissional. A falta de concursos públicos no estado também é uma das grandes queixas sinalizada por egressos(as) que participaram da pesquisa. As(os) respondentes trouxeram narrativas sobre a limitação do espaço de atuação e acionaram termos como “monopolizada”, “espaço fraco de atuação”, “vagas ocupadas por quem não é jornalista”.

A respeito das formas de trabalho, observa-se que há poucos(as) egressos(as) da UnirG que estão inseridos(as) no mercado como contratados em regime CLT<sup>6</sup>, outros apenas contrato verbal ou prestadores de serviço, tanto em empresas públicas quanto privadas. Atuam também de forma autônoma, via MEI (Microempreendedor Individual). Interessante ressaltar que do total de egressos participantes, apenas 25 são atualmente sindicalizados na categoria.

---

<sup>6</sup> A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) significa a legislação trabalhista. Essa legislação apresenta regras para uma relação de vínculo empregatício, com direitos e deveres de empregadores(as) e trabalhadores(as). A CLT foi promulgada em 1943, no governo Getúlio Vargas e considerada um avanço para classe trabalhadora, todavia em 2017 sofreu alterações com a Lei 13.467 (Brasil, 2017).

É possível perceber, portanto, a instabilidade do vínculo empregatício que atinge os jornalistas formados na Universidade de Gurupi (UnirG) uma vez que, apesar de a CLT não garantir uma estabilidade equiparada ao do serviço público, oferece garantias trabalhistas que sugerem a sensação de segurança no emprego e eventualmente após uma demissão, como seguro-desemprego, recebimento de indenizações e Fundo de Garantia (FGTS), conforme reforça MICK *et al.* (2022).

A precariedade do ponto de vista salarial/remuneração, jornada e estrutura do ambiente de trabalho, tipos de vínculo e regulamentação revela um cenário ainda mais complexo se observarmos o território no qual o curso de Jornalismo está inserido: sul do estado do Tocantins, região Norte do Brasil. A falta de espaços para um trabalho seguro e efetivo faz com que se torne volátil e, conseqüentemente, gere efeitos diretos no valor pago a esses(as) trabalhadores(as); com pouca demanda de locais para exercer o trabalho e muita oferta de profissionais formados(as). Desse modo, o exercício do jornalismo na região é incerto e frágil, como por exemplo, o que acontece na região durante o período eleitoral: o mercado absorve uma gama de profissionais, com baixos salários e carga horária excessiva, para exercerem funções na área jornalística. E quando finaliza o período, muitos(as) voltam ao desemprego e o ciclo de um 'jornalismo na informalidade' continua.

Por outro lado, a pesquisa que resulta este artigo mostra também perfis profissionais que surgiram com as novas tecnologias e os diferenciados tipos de arranjos jornalísticos no ambiente local. Observa-se a abertura da possibilidade de novas frentes de ações para buscar um campo profissional mais seguro e, principalmente, regulamentado, já que ainda falta um quantitativo maior de jornalistas sindicalizados e articulados enquanto categoria profissional na busca por melhores condições salariais e de trabalho.

Com base na síntese da análise trazida neste artigo, podemos destacar os seguintes pontos importantes de serem refletidos:

a) Este artigo contribuiu para a reflexão dos próprios jornalistas locais formados pela Universidade de Gurupi. Não à toa conseguiu-se ter uma margem de quase 50% de egressos participantes da pesquisa. As perguntas colocadas no Google Forms ajudaram a pensar sobre suas escolhas profissionais individuais, sobre o estado de desvalorização da profissão atualmente na região, sobre a precarização e a falta de desenvolvimento de carreira e as suas experiências pessoais no sul do estado do Tocantins;

b) Observamos que a reflexão gerou um sentimento de desabafo em muitas respostas, mostrando a vontade de ver a área do Jornalismo mais bem valorizada e com mais postos de trabalho na região;

c) Com o pequeno quantitativo de pessoas que fazem parte de sindicatos profissionais, concluímos que existe uma falta de união na categoria para lutar por melhores condições e dificuldades impostas pela variedade de atuação que a categoria comporta;

d) Conseqüentemente, sente-se a necessidade de uma maior atuação de sindicatos na região do sul do Tocantins, desenvolvendo ações efetivas de cunho educativo para recém egressos(as) e até mesmo acadêmicos do curso;

f) Observamos uma dificuldade de muitos(as) egressos(as) em se adaptarem às constantes mudanças que o jornalismo impõe e necessita;

## O mercado de trabalho jornalístico tocantinense: análise do perfil dos egressos da Universidade de Gurupi – UnirG

g) Baixa formação continuada na área de Comunicação/Jornalismo, sobretudo na pós-graduação *stricto sensu*.

A observação construída a partir desta pesquisa é multifacetada. Os dados quantitativos não conseguem, por vezes, dar conta da complexidade de entender o cenário do Jornalismo na região sul do estado do Tocantins, Norte do Brasil como um todo. As configurações já feitas no mercado de trabalho junto às novas demandas que vão surgindo com o ambiente digital faz com que muitos(as) egressos(as) busquem construir uma ponte com os diversos meios – do tradicional ao digital- muitas vezes frustrada e sem grandes incentivos.

Diante disso, à uma perspectiva acadêmica, essa realidade foi observada pelos(as) docentes do curso de Jornalismo. Em 2020, por exemplo foi aprovado o Projeto Pedagógico de Curso voltado ao Jornalismo de Dados. O Projeto Pedagógico do curso de graduação em Jornalismo da Universidade de Gurupi (UnirG) foi elaborado tendo como base a Resolução CNE/CES nº 001/2013, de 27/09/2013 (Brasil, 2013), que instituiu as novas Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Jornalismo, levando em consideração os desafios da educação superior diante das mudanças que vem ocorrendo na sociedade, no contexto das novas mídias, no mercado de trabalho e no exercício profissional de jornalistas.

O objetivo da reestruturação da matriz curricular do curso foi buscar novas competências para futuros(as) egressos(as), construindo novos cenários de atuação e perfil profissional no estado do Tocantins. O questionário que resultou na presente pesquisa apenas revelou o que outrora já havia sido vislumbrado: a percepção de que não se trata de substituir completamente o jeito de fazer Jornalismo, mas que é preciso se adaptar aos tempos em que todos estão conectados ao ambiente digital, onde as informações estão disponíveis na rede mundial de computadores. Por outro lado, apesar das modificações pensadas pelo curso, busca-se também fortalecer uma formação que reconheça as características primordiais do profissional jornalista e os diversos espaços de atuação.

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do desenvolvimento deste projeto, em 2022, e sua concretização em 2023, muitas reflexões interessantes aconteceram de modo a possibilitar uma discussão mais aprofundada sobre o perfil dos egressos do curso de Jornalismo da UnirG e, conseqüentemente, sobre o mercado de trabalho no sul do Tocantins.

Os dados obtidos indicam a necessidade de se debruçar em estratégias de proteção ao emprego dos jornalistas ali formados(as). Percebe-se que o mercado jornalístico na região necessita que mais empresas de mídia em geral se instalem no estado, para que se possa abrir maiores oportunidades aos profissionais disponíveis. Soma-se a isso, a urgência em ter maiores investimentos em mídias alternativas, como as encontradas nos novos arranjos de jornalismo independente em redes sociais e demais mídias digitais.

Além disso, esta pesquisa mostra um descontentamento significativo dos(as) egressos(as) com o mercado de trabalho, seja por questões salariais, de campo de

## O mercado de trabalho jornalístico tocantinense: análise do perfil dos egressos da Universidade de Gurupi – UnirG

atuação, valorização e questões estruturais, como a não obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão, esta última que impacta significativamente no mercado de trabalho do jornalista não apenas a nível local, mas também nacional.

Diagnosticamos também que a queda da obrigatoriedade do diploma impacta fortemente na busca pela formação acadêmica, com a consequente diminuição na demanda de acadêmicos no curso de Jornalismo nos últimos anos, outro cenário que reconfigura o mercado jornalístico é o crescente avanço dos usos mídias digitais, pois abriram caminhos para o avanço de produção de conteúdo comunicacionais sem preceitos básicos jornalísticos e éticos, e esses tem ganhado muito destaque no cenário local de Gurupi (TO). Páginas de Instagram e Blogs se colocam como produtores de “informação e notícias” e ganham destaque e patrocínio, apropriando-se de espaços que outrora eram conduzidos por jornalistas com formação.

A visualização de um panorama sobre a inserção de egressos(as) do curso de Jornalismo da UnirG no mercado de trabalho em nível local e na região Norte do país demonstra que os espaços atualmente ocupados por eles(as) ainda são insuficientes. Ademais, temos as desigualdades territoriais enfrentadas por aqueles(as) que residem em locais que ainda se configuram como ‘desertos de notícias’ ou que prevalecem os poucos e hegemônicos veículos de comunicação. Muitos(as) egressos(as) estão buscando se reinventar no ambiente jornalístico na cidade de Gurupi (TO), construindo novas possibilidades de atuação e produção da informação.

Por fim, a nível institucional, faz-se necessário destacar também que a produção de pesquisas com este caráter colabora para que a Universidade possa atingir suas metas do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI 2019-2023), cuja Política Institucional de Egressos objetiva promover ações que os aproximem da universidade, possibilitando um “[...] processo contínuo da avaliação das condições de oferta dos cursos, com vistas ao aprimoramento do processo de ensino-aprendizagem e, adicionalmente, integrar os ex-alunos às atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão” (UNIRG, 2019. p.71). Sendo assim, essa pesquisa é primordial para discussões dentro do curso de Jornalismo da UnirG a respeito da necessidade de se repensar estratégias de fortalecimento da profissão frente às novas demandas de mercado, compreendendo os espaços onde os egressos estão ocupando e a função da universidade enquanto local de investigação e diagnóstico das realidades sociais.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando Ivo. **Jornalismo pós-industrial e convergência no contexto das assessorias de imprensa: caso Sebrae-PB**. 2016. Dissertação (Mestrado Profissional em Jornalismo) – Programa de Pós-graduação em Jornalismo do Centro de Comunicação, Turismo e Arte da Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2016.

AQUINO, Agda; CARLOS, Erenildo João. O ensino de fotografia nos documentos educacionais de jornalismo através da análise arqueológica do discurso. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, v. 10, n. 27, p. 19-35. 2021.

BOTELHO, Jéssica. 30 cidades nortistas deixaram de ser desertos de notícias em 2021. **Atlas da Notícia**, 2022. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/v5/30-cidades-nortistas-deixaram-de-ser-desertos-de-noticias-em->

**O mercado de trabalho jornalístico tocantinense: análise do perfil dos egressos da  
Universidade de Gurupi – UnirG**

[2021/#:~:text=Apesar%20deste%20avan%C3%A7o%20importante%2C%20a,produzindo%20conte%C3%BAdo%20de%20interesse%20p%C3%BAblico. Acesso em: 05 abr. 2024.](#)

BRASIL. **Lei nº 13.467, de 13 de julho de 2017**. Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e as Leis nº 6.019, de 3 de janeiro de 1974, 8.036, de 11 de maio de 1990, e 8.212, de 24 de julho de 1991, a fim de adequar a legislação às novas relações de trabalho. Brasília-DF. 2017.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. **Resolução n. 1, de 17 de setembro de 2013**. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências. Brasília, 2013. Disponível em:  
[https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE\\_RES\\_CNECESN12013.pdf?query=Curr%C3%ADculos](https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN12013.pdf?query=Curr%C3%ADculos). Acesso em: 12 maio 2024

BRASIL. Ministério da Educação. Dados Abertos. **Cursos de Graduação do Brasil**. Disponível em: <https://dadosabertos.mec.gov.br/indicadores-sobre-ensino-superior/item/183-cursos-de-graduacao-do-brasil>. Acesso em: 10 maio 2024

CAMPAGNA, Tatiane Gonsales. **A identidade do jornalista frente à migração ao Marketing de conteúdo**. 2019 Dissertação (Mestrado Profissional em Jornalismo) – Programa de pós-graduação Mestrado Profissional em Jornalismo da Faculdades Metropolitanas Unidas Educacionais (Fiam Faam) – Centro Universitário, São Paulo, 2019.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999

COELHO, Pedro. **Jornalismo e Mercado: os novos desafios colocados à formação**. Covilhã: LabCom, 2015.

FIDALGO, Jose. Novos desafios a um velho ofício...ou um novo ofício? — A redefinição da profissão de jornalista. //x. PINTO, M. MARINHO, S. (org.). **Os Media em Portugal nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI**. Braga (Portugal): Universidade do Minho/ Campo das Letras, 2005. p.10–16

FIGARO, Roseli. (org.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018.

FIGARO, Roseli, NONATO, Cláudia. (org.). **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas produtivas**. São Paulo: ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. Barueri: Atlas, 2022.

IBGE. Estimativas de população enviadas ao TCU. Estimativas da população residente no Brasil e unidades da federação com data de referência em 1º de julho de 2021. Rio de Janeiro, IBGE, 2021.

LOPES, Daniele Vieira; BONISEM, Fabiano Mazzini. O jornalismo na Era Digital: impactos percebidos por repórteres e editores. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Vitória (ES) – 03 a 05/06/2019. **Anais [...]**, 2019

MICK, Jacques *et al.* **Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho**. 1. ed. Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022.

**O mercado de trabalho jornalístico tocantinense: análise do perfil dos egressos da  
Universidade de Gurupi – UnirG**

MOLIANI, João Augusto. **O trabalho em agências de comunicação**: processos produtivos e densificação da atividade no jornalismo de cabo preso com o cliente. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2020.

NICOLETTI, J. Condições de trabalho e a qualidade da informação jornalística. In: **Reflexos da precarização do trabalho dos jornalistas sobre a qualidade da informação: proposta de um modelo de análise**. Orientador: Jacques Mick. 2019. 298f. Tese (Doutorado em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Florianópolis, 2019. p. 56-82.

PEDRO, Margarete Vieira. Redação Multimídia: uma experiência no ensino de Jornalismo. **PRISMA.COM**, n. 37, 2018, p. 18-41.

PROJOR. Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo. **Atlas da Notícia**: mapeando o jornalismo local no Brasil. Relatório 2019. Disponível em: [https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vTedpNyScKNhwHzXo\\_eMIDyZQ\\_J0NxsdoLhgPz2QIxivW6gC6U92oO6l58ztEDa8QDxsTxfpGrYlw7n/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&ref=atlas.jor.br&slide=id.p1](https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vTedpNyScKNhwHzXo_eMIDyZQ_J0NxsdoLhgPz2QIxivW6gC6U92oO6l58ztEDa8QDxsTxfpGrYlw7n/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&ref=atlas.jor.br&slide=id.p1). Acesso em: 10 maio 2024.

RAINHO, João Marcos. **Jornalismo freelance**: empreendedorismo na comunicação. São Paulo: Summus, 2003

ROQUE, Francisco Robson Pereira. **Matriz de competências para o jornalismo em mídias sociais e repercussões na formação do jornalista**. 2021. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2021.

ROXO, Marco Antônio; MELO, Seane. Hiperjornalismo: Uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. Revista **FAMECOS**, v. 25, n. 3, p. 1-19, 2018.

UNIRG. Plano de Desenvolvimento Institucional 2019-2023. Disponível em: <[http://www.unirg.edu.br/wp-content/uploads/2020/06/PDI\\_2019-2023\\_JUNHO2020\\_aprovado\\_CEE.pdf](http://www.unirg.edu.br/wp-content/uploads/2020/06/PDI_2019-2023_JUNHO2020_aprovado_CEE.pdf)>. Acesso em: 15 set. 2023.

ZELIZER, Barbie. **Taking journalism seriously, news and the academy**. Londres: Sage, 2004.