

# Perspectivas de formação e mercado de trabalho para o comunicador contemporâneo: o caso do curso de Jornalismo da UFPEL



ROBERTA BRANDALISE<sup>1</sup>  
MICHELE NEGRINI<sup>2</sup>

## 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. Foi realizado um levantamento sobre as transformações em vista para as áreas de jornalismo, radiojornalismo, telejornalismo e assessoria de imprensa – atentando para suas configurações na era digital. Entre as constatações, foi verificado 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.

---

<sup>1</sup> Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), mestre e doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Atua na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo como orientadora no curso de especialização Mídias na Educação. E-mail: [betalise@terra.com.br](mailto:betalise@terra.com.br).

<sup>2</sup> Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), docente da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). E-mail: [mmnegrini@yahoo.com.br](mailto:mmnegrini@yahoo.com.br).

## **1 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 Pelotas, Rio Grande do Sul. A primeira turma de jornalistas formados na UFPEL está prevista para o início de 2014.

Apesar de ter começado a funcionar no primeiro semestre de 2010, o curso de jornalismo da UFPEL ainda encontra-se em fase de implantação. Em relação à estrutura física, os laboratórios de radiojornalismo e de telejornalismo estão sendo montados. E o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) está em perspectiva de reconfiguração. A identidade do curso está sendo debatida pelo seu Núcleo Docente Estruturante (NDE), composto pelos professores Ricardo Fiegenbaum, Alfeu Sparemberger, Fabio Souza da Cruz, Gilmar Adolfo Hermes, Michele Negrini e Silvia Meirelles Leite.

No contexto de reflexões sobre o PPC, a Universidade Federal de Pelotas realizou uma pesquisa para observar as nuances do mercado de trabalho para o jornalista em Pelotas e na região Sul do estado do Rio Grande do Sul. Este estudo resultou em artigo publicado no Intercom Sul, sob o título 'O perfil do comunicador contemporâneo: expectativas e perspectivas de mercado para os egressos de Jornalismo da UFPEL', e, também, no presente artigo. Com a pesquisa, os membros do NDE do curso de jornalismo da UFPEL estão atentos às mudanças no mercado de trabalho local e têm bases concretas para reflexões sobre a formatação do PPC.

Assim, 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, foi realizada 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.

A estratégia metodológica deste estudo foi desenvolvida com a utilização de questionário semi-estruturado para concretizar o levantamento de dados. O estudo teve como bases a colaboração de profissionais de

## Perspectivas de formação e mercado de trabalho para o comunicador contemporâneo:

### o caso do curso de Jornalismo da UFPEL

comunicação com experiência em rádio, televisão, jornal impresso, jornal *online* e assessoria de imprensa no mercado pelotense e na região. A amostra foi composta por quatro jornalistas: GeaneMatiello, 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 Vilella, diretor do site *Canguçu OnLine*; e Edson LuisPlanella, 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, ocorreu a investigação dos 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 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 perfil do jornalista que vai se formar pela UFPEL atende às demandas do mercado de trabalho local; 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 analisados foram dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), da Prefeitura Municipal de Pelotas e da UFPEL. Por meio deles, foi possível 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 serão abordadas as implicações da implantação do curso de Jornalismo da UFPEL no mercado de trabalho, na área de comunicação, na região de Pelotas, atentando para os seguintes segmentos: jornalismo impresso e *online*, telejornalismo, radiojornalismo e assessoria de imprensa.

## **2 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 nesta área de mercado.

De acordo com Diego Vilella, a implantação do curso de Jornalismo na Universidade Federal de Pelotas 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 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 Vilella, 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 professor Hélio A. Schuch salienta a perspectiva de que a especialização dos veículos – tanto impressos como eletrônicos – é incrementada na procura e na consolidação de nichos de mercado. Ele acrescenta que o mercado de

## Perspectivas de formação e mercado de trabalho para o comunicador contemporâneo:

o caso do curso de Jornalismo da UFPEL

jornalismo brasileiro se mostra em movimento constante de competição. Neste contexto da competição os veículos traçam as suas estratégias de ação no mercado.

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 Vilella, 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 Vilella, 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 OnLine*. Em Canguçu – um município localizado nas imediações da cidade de Pelotas (cerca de 55 quilômetros separam as duas cidades) –, Vilella conseguiu criar um "jornal diário na internet [...], que funciona como empresa que concilia a produção de notícias com captação de publicidade" (Diego Vilella, 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 OnLine*, 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 Vilella, 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 tempos de convergência midiática, que pode ser considerada como um fenômeno social e cultural, os indivíduos passam a incorporar na rotina cotidiana conexões com suportes midiáticos diversos e distintos. A postura do público, em um contexto de avanços tecnológicos e de transmissões de informações multiplataforma, é reconfigurada. O receptor assume um papel de sujeito ativo no fluxo de informações. Da mesma forma, os jornalistas têm sua rotina alterada e precisam incorporar em suas atividades a redação de informações para suportes diversos.

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.

Para Marcelo Kischinhevsky (2010) a convergência de conteúdos em textos, áudio e vídeos tem reconfigurado o modo de produção de conteúdos nas redações e tem remodelado o mercado de trabalho jornalístico. Neste

## Perspectivas de formação e mercado de trabalho para o comunicador contemporâneo:

### o caso do curso de Jornalismo da UFPEL

contexto, um repórter precisa redigir textos para múltiplos canais de distribuição, como jornais, revistas, rádio, televisão e portais da internet. O autor acrescenta:

Por trás da nova rotina produtiva estão discursos que fazem da convergência midiática um processo inevitável e supostamente ajustado para atender a uma demanda social por informação em diversos suportes digitais. O jornalista, hoje, precisa ser um profissional *multiskilled* (HASSAN, 2000, p. 31), ou seja, desenvolver múltiplas habilidades. Deve apurar, numa única saída da redação, dados que permitam a produção de textos para veiculação em *sites* e/ou impressos, além de captar imagens e áudio, editando-as e apresentando-as na internet ou em programas informativos televisivos e/ou radiofônicos. (KISCHINHEVSKY, 2010, p. 4).

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.

298 |

### 3 RÁDIO, RÁDIO DIGITAL E WEBRÁDIO

A cidade de Pelotas possui nove emissoras de rádio, cinco FM's e quatro AM's. As emissoras FM's 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 AM's 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 AM's com jornalismo geral e esporte, e as FM's 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 LuisPlanella 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 Planella, é visível 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 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 *sítes* ou, ainda, investindo em webrádios.

Pessoa (2009), refletindo sobre o ensino de Radiojornalismo em tempos de tecnologias digitais, salienta que a evolução tecnológica tem provocado



## Perspectivas de formação e mercado de trabalho para o comunicador contemporâneo:

### o caso do curso de Jornalismo da UFPEL

consideráveis transformações no jornalismo e, também, no rádio. Desta forma, os professores e os alunos de jornalismo têm inúmeros desafios na rotina cotidiana. A autora reflete sobre a necessidade do estudante de jornalismo e dos profissionais da área terem iniciativas criativas em relação ao uso da internet como suporte de difusão de informações:

O estudante de jornalismo hoje deve estar preparado não só para trabalhar em grandes corporações, com carteira assinada, como funcionário efetivo, mas também deve ter conhecimento e capacidade de se lançar no mercado, investir em iniciativas empreendedoras que tenham a internet como suporte e que demandem poucos recursos financeiros, mas que possam abrir portas e até viabilizar futuros negócios. (PESSOA, 2009, p. 7).

Faz parte do pensamento de Pessoa (2009) que a criação e a gestão de negócios próprios, como pequenas agências de notícias especializadas em áudio e webrádios segmentadas, surge como possibilidade de mercado de trabalho aos egressos de cursos de Jornalismo.

300

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.

É pertinente acreditar 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.

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

## Perspectivas de formação e mercado de trabalho para o comunicador contemporâneo:

### o caso do curso de Jornalismo da UFPEL

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, com a utilização da 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.

Assim, é possível compreender 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<sup>3</sup> da Rede Globo, voltada para o público local, como forma de disponibilizar conteúdos ao público. No caso da TV Nativa, a emissora também já disponibiliza um *site*<sup>4</sup>— onde é possível encontrar as informações que foram ao ar os nos principais telejornais desta TV.

## 5 ASSESSORIA DE IMPRENSA

De acordo com o assessor de imprensa, Sérgio Yunes, 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 do 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 Marques de Melo (2006), o jornalista, quando assume o

<sup>3</sup> <http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/>.

<sup>4</sup> <http://www.nativatv.com.br>.

## Perspectivas de formação e mercado de trabalho para o comunicador contemporâneo:

o caso do curso de Jornalismo da UFPEL

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.

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.


## 6 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 desta pesquisa, foi possível compreender que esses aspectos que foram assinalados 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 Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

IBGE. **Cidades – Rio Grande do Sul**. Disponível em: <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

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

KISCHINHEVSKY, Marcelo. O discurso da convergência inevitável: a construção do jornalista multitarefa nas páginas de *O Globo*. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, Sergipe, v. 12, n. 3, p. 1-19, set./dez. 2010. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/26/835>>. Acesso em: 20 set. 2013.

MAGNONI, Antonio Francisco; BETTI, Juliana Gobbi. As interfaces do rádio no século XXI. In: COLÓQUIO LATINO-AMERICANO DE COMUNICAÇÃO, 16., 2012, Bauru. **Anais eletrônicos...** Bauru: Editora UNESP, 2012. Disponível em: <[http://www2.faac.unesp.br/celacom/anais/Trabalhos%20Completo/GT1-%20Pensar%20e%20Comunicar%20a%20Am%C3%A9rica%20Latina/138.Antonio%20Francisco%20e%20Juliana%20Bett\\_As%20Interfaces%20do%20Radio.pdf](http://www2.faac.unesp.br/celacom/anais/Trabalhos%20Completo/GT1-%20Pensar%20e%20Comunicar%20a%20Am%C3%A9rica%20Latina/138.Antonio%20Francisco%20e%20Juliana%20Bett_As%20Interfaces%20do%20Radio.pdf)>. Acesso em: 20 set. 2013.

MARQUES DE MELO, José. **Teorias do jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

PELOTAS. **Cidade**. Disponível em: <[www.pelotas.com.br](http://www.pelotas.com.br)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

PESSOA, Sônia Caldas. **Rádio e tecnologias digitais**: desafios para a formação do jornalista. Disponível em: <[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)>. Acesso em: 10 jun. 2009.

## Perspectivas de formação e mercado de trabalho para o comunicador contemporâneo:

o caso do curso de Jornalismo da UFPEL

SCHUCH, Hélio A. **Jornalismo e mercado**: análise da competição entre veículos jornalísticos. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/outrasareas/jornalismo/0066.htm>>. Acesso em: 20 set. 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. (v. 1).

UFPEL. **Unidades acadêmicas**. Disponível em: <[www.ufpel.edu.br](http://www.ufpel.edu.br)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

VIEIRA, José Guilherme Silva. **Metodologia de pesquisa científica na prática**. Curitiba: Editora FAEL, 2010.