

Ensino de Jornalismo: reformas curriculares, novas configurações e atuação de egressos da UFPB

Journalism Teaching: curriculum
reforms, new settings and
performance of UFPB graduates

Enseñanza del periodismo: reformas cur-
riculares, nuevas configuraciones y de-
sempeño de los egresados de la UFPB

Recebido em: 29/08/2021

Aceito em: 04/11/2021

DOI: 10.46952/rebej.v11i29.464

RESUMO

Vinte e sete de setembro de 2013, o Ministério da Educação instituiu novas Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo. Esta pesquisa apresenta uma perspectiva diacrônica das mudanças curriculares ocorridas no curso de graduação em jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), assim como a percepção dos egressos formados após as duas últimas reformas (2011 e 2016) sobre a nova oferta curricular. Para tanto, foram submetidos questionários aos egressos, realizadas entrevistas com coordenadores, além de pesquisa documental. Os resultados mostram que o Curso busca adaptar-se ao novo cenário comunicacional e que 65,8% egressos participantes atuaram em produção de conteúdo para redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE

Ensino de Jornalismo; Diretrizes Curriculares; Curso de jornalismo UFPB; Atuação profissional dos egressos.

ABSTRACT

September 27, 2013, the Ministry of Education institutes new National Curriculum Guidelines for the undergraduate course in Journalism. This research presents a diachronic perspective of the curricular changes that occurred in the journalism graduation course at the Federal University of Paraíba (UFPB), as well as the graduate's (of classes 2011 and 2016, after the two last reforms) perception of the new curricular structure. To do so, questionnaires were submitted to 38 graduates and interviews were conducted with six coordinators, in addition to a documentary research. The results show the Course pursuit to conform with the new communication scenario and indicate that 65.8% of the participating graduates worked in content production for social networks.

KEYWORDS

Journalism Teaching; Curriculum Guidelines; UFPB Journalism Course; Professional occupation of graduates.

RESUMEN

27 de septiembre de 2013, el Ministerio de Educación instituye nuevos Lineamientos Curriculares Nacionales para la carrera de Licenciatura en Periodismo. Esta investigación presenta una perspectiva diacrónica de los cambios curriculares ocurridos en la carrera de periodismo de la Universidad Federal de Paraíba (UFPB), así como la percepción de los egresados tras las dos últimas reformas (2011 y 2016) acerca de la nueva oferta curricular. Para lograrlo, se envió cuestionarios a 38 egresados y se realizó entrevistas con seis coordinadores, además de una investigación documental. Los resultados obtenidos muestran que el Curso trata de adaptarse al nuevo escenario comunicativo e indican que el 65,8% de los egresados participantes trabajaban en producción de contenido para redes sociales.

PALABRAS CLAVE

Enseñanza del periodismo; Directrices Curriculares; Curso de periodismo de la UFPB; Mercado de trabajo; Ocupación profesional de los egresados.



Zulmira Nóbrega Piva de Carvalho

Doutora em Cultura e Sociedade e professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e no Curso de Graduação em Jornalismo da UFPB.

zulmiranobrega@uol.com.br

Vitória Vasconcelos

Graduada em Jornalismo pela UFPB.

vinunesolv@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A ascensão da internet gerou uma verdadeira revolução no mundo com a velocidade de acesso à informação, de modo que alterou muitos aspectos das nossas vidas, como trabalho, estudo, relacionamento, leitura, escrita, compras, entre outros. A internet alterou o nosso modo de agir, de pensar, de interagir com as pessoas, de consumir notícias, de nos posicionarmos publicamente. Assim, podemos considerar o pensamento ainda tão atual de Castells (2003), "a internet é o tecido de nossas vidas."

No jornalismo não foi diferente, a internet causou uma verdadeira transfiguração no ecossistema jornalístico. Os cursos de jornalismo precisaram adaptar-se para que os estudantes e professores passassem a refletir sobre as mudanças que aconteceram e estão acontecendo com o advento da internet e sua ascensão, que transformaram práticas, processos de produtos jornalísticos com novas rotinas nas redações, modelo de negócios, pesquisa, acesso a fontes noticiosas, entre outras, que abriram novos caminhos e oportunidades para profissionais que precisam ser cada dia mais preparados técnico-discursivamente.

Nesse contexto desafiador, o então Ministro da Educação do Brasil, Fernando Haddad, nomeou em 2009 uma Comissão de Especialistas da área de Comunicação para pensar "o Jornalismo no contexto de uma sociedade em processo de transformação" (MEC, s/d). A missão precípua visava o fortalecimento da democracia para qual o jornalismo é essencial ao informar a população e formar a opinião pública. Assim, em 27 de setembro de 2013, passam a vigorar as novas Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo e inicia-se por parte das Instituições de Ensino Superior as mudanças orientadas na Resolução. Para Antonioli (2014), as Diretrizes visam a formação do jornalista frente ao novo cenário comunicacional, para que aprendam a lidar com os suportes tecnológicos, com a instantaneidade da informação, a globalização de ideias, a revolução das fontes, os comportamentos culturais, as relações de poder, entre outras. Na Universidade Federal da Paraíba (UFPB) houve reformas curriculares, em 2011 e 2016, sobretudo, com o intuito de adequar-se a formação de um profissional especializado e não generalista, apto a atuar no novo cenário comunicacional.

Um dos pontos principais discutidos a época das reformas curriculares na UFPB era a ascensão da segunda geração de serviços na Rede, a *web 2.0*, caracterizada pelo advento das redes sociais, fato que conectou mais as pessoas, provocando uma maior inclusão digital. Contudo, as redes sociais surgiram como uma estratégia mercadológica, a internet passou a ser um espaço de relacionamento entre pessoas e marcas, clientes e consumidores e/ou usuários e os jornalistas careciam construir uma presença digital nas redes, hoje uma alternativa para empresas, veículos de comunicação, políticos, instituições, governos, prefeituras etc.

Estabelecer essa presença digital não é uma tarefa fácil, para isso necessita-se de um profissional que desempenhe a função de *Social Media Manager (SMM)*, que significa Gerente de Mídias Sociais. Geralmente quem tem ocupado essas vagas são Publicitários, Profissionais de *Marketing*, Relações Públicas e em especial neste trabalho, Jornalistas, caracterizando mais um novo caminho para o jornalismo, neste período de transmutação, onde o profissional precisa estar cada vez mais conectado e

convergente. No mercado paraibano, essa realidade é comum, jornalistas estão ocupando vagas na função de *Social Media Manager*, seja em assessorias de imprensa, assessorias de comunicação, agências digitais ou até mesmo em departamentos de *marketing* de empresas.

No entanto, questionamos como e quais foram as modificações curriculares realizadas no curso de jornalismo da UFPB para atender a formação do jornalista frente ao novo cenário comunicacional? O que mudou na estrutura do curso após a implantação das novas diretrizes curriculares do Ministério da Educação (MEC) para os cursos de graduação em jornalismo? Como estão (e se estão) atuando os egressos do curso na área em especial de *Social Media Manager*?

A presente pesquisa apresenta uma perspectiva diacrônica das mudanças curriculares ocorridas no curso de graduação em jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), assim como, o reflexo da nova oferta na percepção dos egressos formados após as duas últimas reformas (2011 e 2016). Através da pesquisa pretendemos descobrir se a produção de conteúdo para redes sociais tem sido uma tendência de atuação entre os egressos e se eles possuem preparação acadêmica para desenvolver esse tipo de trabalho uma vez que, alguns egressos do curso de jornalismo da UFPB estão saindo da academia e ocupando espaços em *Social Media Manager* no mercado de trabalho, em assessorias de imprensa, em agências digitais ou mesmo abrindo o seu próprio negócio nesta área. Neste sentido, é nossa intenção verificar a atuação investigando a contribuição acadêmica para a empregabilidade desses novos jornalistas da UFPB.

Assim, realizamos um estudo de caso, investigando os egressos das três primeiras turmas do curso de jornalismo com entrada em 2012, ano da implantação do currículo 2011, que ingressaram nos períodos 2012.1, 2012.2 e 2013.1, somando 44 egressos, onde obtivemos a resposta de 38 deles. O questionário buscou traçar um perfil do jovem jornalista e foi elaborado com 17 questões com dados gerais do respondente, assim como perguntas mais específicas como "Atualmente você está trabalhando?"; "Você já trabalhou com gerenciamento e/ou produção de conteúdo para redes sociais de organizações públicas ou privadas?"; "Você acha que essa função é uma nova oportunidade para jornalistas atuarem no mercado de trabalho?"; "Em sua experiência como graduado, você acha que o curso de Jornalismo da UFPB oferece preparação para esse tipo de atuação?"; "Você domina ferramentas de análise de dados ou alguma outra para gerenciamento de redes sociais?".

Paralelamente, realizamos entrevistas semiestruturadas com ex-coordenadores do curso jornalismo que, cada um a seu tempo, participaram das transformações da matriz curricular: Annelina Trigueiro, Dinarte Varela, Joana Belarmino, Zulmira Nóbrega, Glória Rabay, e Pedro Benevides. Tal investigação buscou compreender as visões dos docentes/gestores em relação a formação acadêmica e suas contribuições em relação às reformas curriculares e desenvolvimento do curso, no sentido da atualização do currículo e introdução de disciplinas que abordam a produção de conteúdo para redes sociais. O roteiro da entrevista continha nove perguntas entre as quais: "[...] o que estava acontecendo em relação às diretrizes curriculares e reformas do currículo?"; "Como o curso da UFPB veio se adaptando no decorrer dos anos com as tec-

nologias que foram surgindo?"; "Com a transfiguração do jornalismo e as novas possibilidades de atuação que surgiram, como deve ser o perfil do egresso do curso da UFPB em relação ao mercado de trabalho?".

2 ENSINO DE JORNALISMO NA UFPB: ADAPTAÇÕES EM REFORMAS CURRICULARES

Após 30 anos da criação do primeiro curso superior de Jornalismo no Brasil, o da Fundação Cásper Líbero na cidade de São Paulo (SP), foi criado o curso de Comunicação Social com habilitações em Jornalismo e Relações Públicas da UFPB, no ano de 1977. Na época, Arael Costa, Osvaldo Trigueiro, Milton Paiva, Altimar Pimentel, Gonzaga Rodrigues e José Paulino formaram a comissão responsável por implantar o Curso de Comunicação. Na elaboração do projeto curricular levou-se em consideração as informações e documentos de cursos já implantados e consolidados no Brasil, além de marcas culturais e problemas regionais.

A habilitação Jornalismo, do curso de Comunicação da UFPB foi implantada em um contexto de expansão das comunicações, da criação maciça de cursos e de amplo debate nacional, realizado especialmente nos congressos da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação (ABEPEC) em torno da qualidade dos referidos cursos de Comunicação. Em 1974, por exemplo, foi elaborado o documento "A formação do Comunicador Social", que inspirou as discussões em torno do perfil e da qualificação do comunicólogo. Em 1976, em nova edição daquele evento, foram tomando forma alguns debates que visavam a reformulação do Currículo Mínimo dos Cursos de Comunicação Social.

Inicialmente, o curso foi instaurado no antigo Departamento de Artes e Comunicação (DAC) do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA) e tinha natureza técnico-profissionalizante, objetivando formar profissionais aptos a atuarem na área de Comunicação Social. No segundo semestre de 1977, o curso da UFPB entrou em funcionamento, disponibilizando inicialmente 40 vagas. A duração era de seis semestres, a serem realizados com a duração mínima de 2.565 horas. A primeira estrutura curricular foi definida posteriormente, em 1978, pela Resolução Nº 09/78 do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEPE).

O reconhecimento do Curso ocorreu quase três anos depois de sua criação, com base nos termos do Parecer 1.543/79 do Conselho Federal de Educação (CFE), aprovado em 9 de novembro de 1979. No ano de 1984, o CONSEPE, por meio da Resolução nº 002, de 24 de janeiro daquele ano, do CFE, ajustou a estrutura curricular do Curso de Comunicação Social da UFPB e deu outras providências, de modo que modificou a duração mínima da habilitação em jornalismo para 2.790 horas/aula. Desse modo, o aluno deveria integralizar o curso no mínimo em quatro anos e no máximo em sete anos.

Em 1985, ocorre a primeira reforma curricular implementada de acordo com a Resolução Nº 16 do CONSEPE. Sendo assim, os alunos ingressantes do período 85.1 foram regidos pelo novo currículo, os que ingressaram até o período 84.2 e os que concluíram até 86.1 foram regidos pelo currículo anterior, para os demais alunos foram sugeridas adaptações. A disposição das disciplinas ficou da seguinte forma:

A professora Anelsina Trigueiro, vice coordenadora do curso em 1985, relata que a reforma curricular daquele período priorizou a ampliação dos estudos no campo da comunicação e suas interrelações com outros saberes. Assim, conforme mostra o quadro 1, departamentos como o de Ciências Sociais, Administração, Psicologia, Línguas Estrangeiras e Línguas Vernáculas também ministravam disciplinas para o curso de Comunicação Social, além daquelas oferecidas no âmbito do Departamento de Artes e Comunicações.

Quadro 1 - Disciplinas da habilitação em jornalismo – 1985

DISCIPLINAS DO TRONCO COMUM	DISCIPLINAS DA HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
1. Introdução à comunicação	1. Técnica de Reportagem, Entrevista e Pesquisa Jornalística
2. Sociologia I (Geral)	2. Fotojornalismo
3. Comunicação e Realidade Sócio-Econômica, Política e Cultural Brasileira	3. Preparação, e Revisão de Originais, Provas e Vídeo-Texto
4. Língua Portuguesa I;	4. Legislação e Ética de Jornalismo
5. Língua Portuguesa II (Redação e Expressão Oral);	5. Laboratório de Jornalismo Impresso
6. Língua Portuguesa III (Redação e Expressão Oral);	6. Língua Portuguesa IV (para Jornalismo Impresso)
7. Língua inglesa I ou Língua Francesa I	7. Planejamento Gráfico em Jornalismo
8. Filosofia (para comunicação)	8. Laboratório de Radiojornalismo
9. Teoria da Comunicação I	9. Língua Portuguesa V (para Radiojornalismo)
10. Teoria da Comunicação II	10. Laboratório de Telecinejornalismo
11. Teoria e métodos de Pesquisa em Comunicação	11. Língua Portuguesa VI (para Telecinejornalismo)
12. Comunicação Comparada	12. Laboratório de Pequenos Meios
13. Comunicação Comunitária	13. Língua Portuguesa VII (para Edição de Pequenos Meios)
14. Comunicação e Realidade Sócio-Econômica, Política e Cultura Regional	14. Edição

Fonte: Projeto Político Pedagógico do Curso de Comunicação Social, UFPB, 1984.

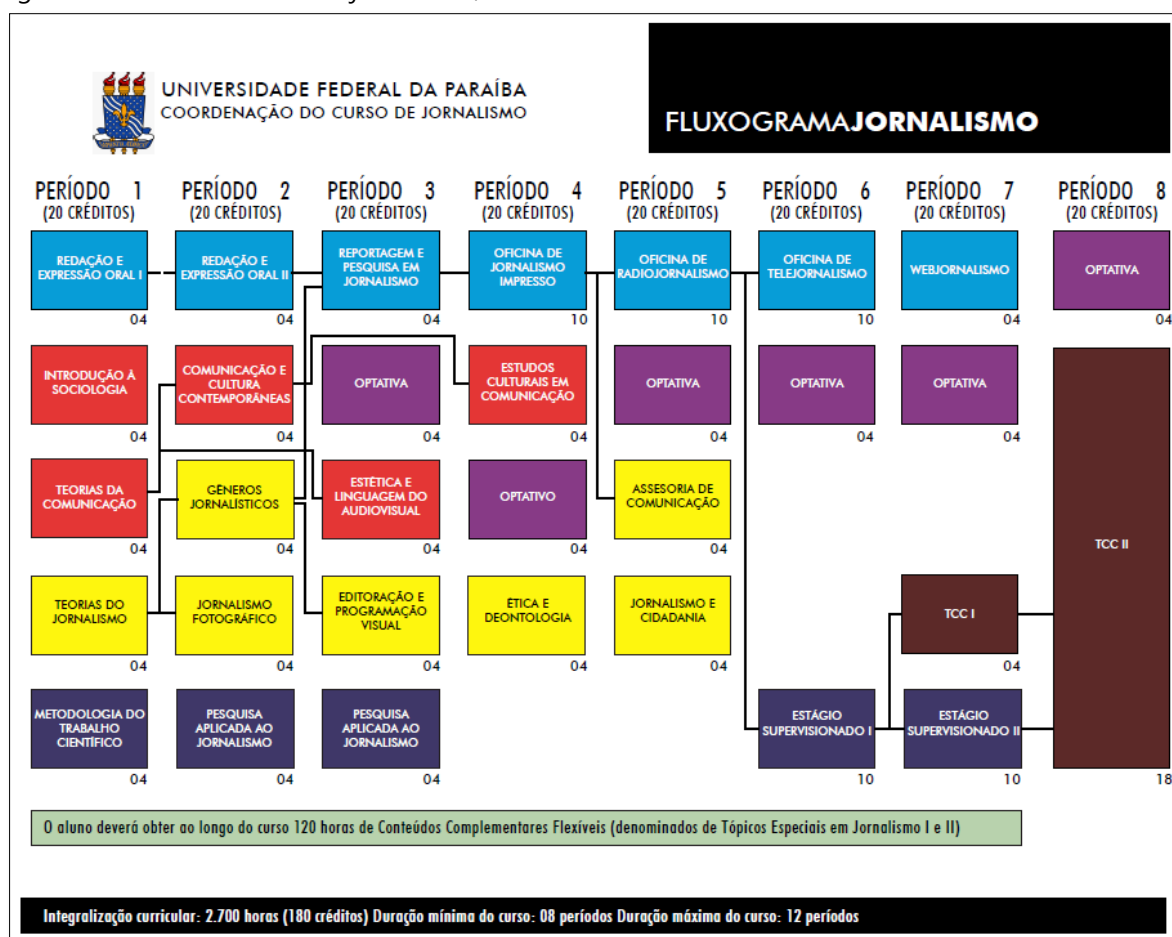
Percebe-se na primeira alteração da estrutura curricular que existe uma forte característica de interdisciplinaridade com áreas das ciências humanas e aplicadas, e assim permanece ao longo de 26 anos. Contudo, simultaneamente, emerge a tendência de as habilitações tornarem-se cursos de bacharelado, partindo do entendimento de que a Comunicação Social é uma abrangente área de estudo acadêmico, a qual não resulta na formação de apenas um profissional generalizado ou polivalente: o comunicador social, mas a de vários profissionais como jornalistas, radialistas, relações públicas. Trata-se, em certa medida, do que podemos denominar de uma “ruptura acadêmica” que iniciou gradativamente, já com a criação de novos cursos desmembrados da Comunicação e das Diretrizes Nacionais Comuns pelo Conselho Nacional de Educação (CNE), da Resolução n.º 10 de 27 de julho de 2007. Como exemplos, temos dois novos cursos de graduação na área de Comunicação, criados e implantados enquanto curso autônomo na UFPB, desligado do curso de Comunicação: de Cinema e Audiovisual e Mídias Digitais.

Posteriormente, em 2007, o colegiado do curso de Comunicação Social, procurando visibilizar nas necessidades específicas do Jornalismo, considerando os estudos iniciais da Comissão do MEC instituída pela Portaria 203/2009 de 12 de fevereiro de

2009, recomendou o desmembramento da habilitação do curso de Comunicação Social, com a criação do curso de bacharelado em Jornalismo. No ano de 2011, é aprovada a resolução que cria o curso de Jornalismo da UFPB, este com 2.700 horas/aula (180 créditos), descortinando o campo que se encontrava subsumido dentro dos estudos da Comunicação, que passa a contar então com formação profissional específica em Jornalismo.

O Projeto Pedagógico Curricular (PPC) do novo Curso de Jornalismo expõe a necessidade de adequar a formação profissional dos graduandos ao crescimento do mercado de trabalho para profissionais da área de Comunicação na Paraíba, com a expansão dos sistemas de comunicação locais, além da necessidade de fomentar novas habilidades impostas pelo cenário tecnológico, considerando que os jornalistas precisavam desenvolver conhecimentos acerca das tecnologias digitais de informação e comunicação. A figura 1 mostra o fluxograma do curso de graduação em Jornalismo em 2011.

Figura 1 - Matriz curricular de jornalismo, 2010



Fonte: Projeto Político Pedagógico do Curso de Jornalismo, UFPB, 2010.

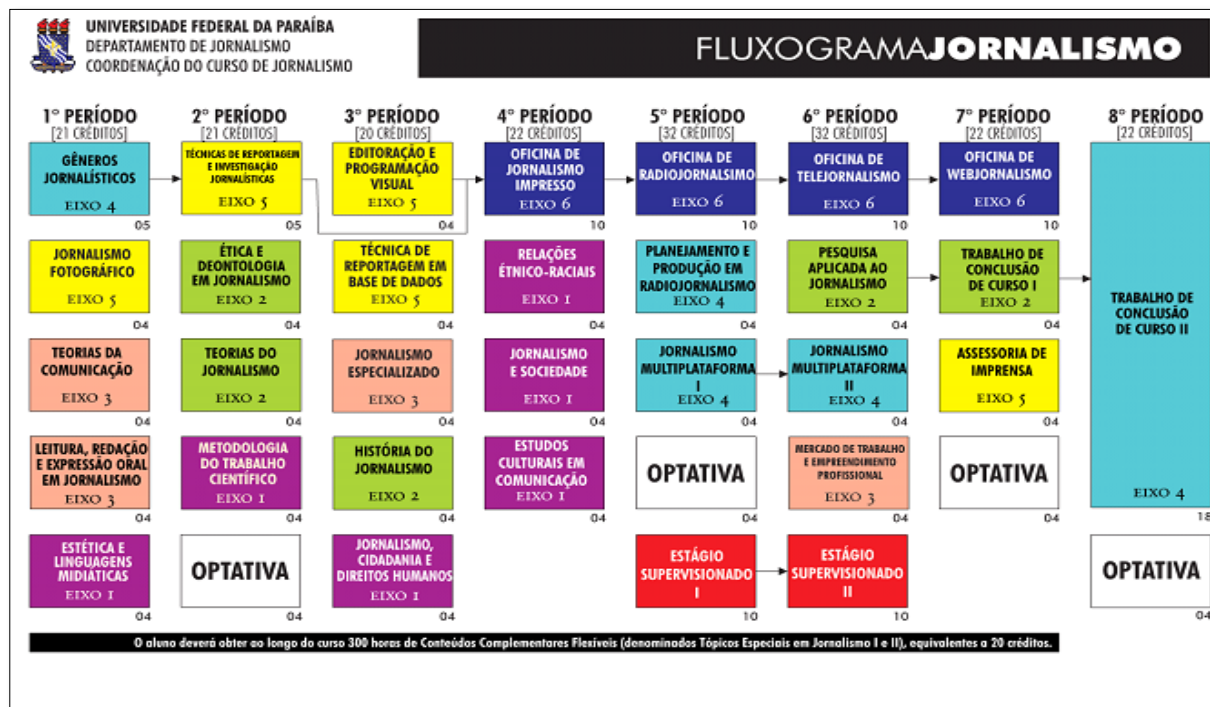
Percebe-se, ainda, na segunda reforma curricular do referido curso, a inclusão da disciplina Webjornalismo, objetivando acompanhar o novo cenário do Jornalismo digital na Paraíba, compreendendo na ementa, os gêneros jornalísticos no ambiente digital, a necessidade da atualização contínua, além da confluência de elementos como

som, imagem, texto, vídeo, mapas e infografias. Também a inclusão das disciplinas Estágio Supervisionado I e Estágio Supervisionado II, visando proporcionar o conhecimento através da assimilação entre teoria e prática. Segundo o PPC 2010, o discente deve orientar-se pelo Regimento de Estágio, podendo ser realizado dentro ou fora da UFPB, em empresa de caráter público ou privado de comunicação, assessorias de imprensa em Sindicatos, Partidos Políticos, Organizações Não-Governamentais, pequenas empresas e em Rádios e TVS Comunitárias.

Segundo Nóbrega (2017) coordenadora do curso de graduação em Jornalismo no período de 2013 a 2015, o curso já vinha adotando, desde 2011, algumas adequações às Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Jornalismo, que apesar de terem sido oficializadas somente em 27 de setembro de 2013, tinha-se conhecimento de algumas discussões em torno delas. Contudo, como tratou-se da extinção do curso de Comunicação Social com a criação do Curso de Jornalismo, necessitou da abertura do processo exigido com relação ao reconhecimento de novos cursos. Assim no ano de 2016 o curso de Jornalismo da UFPB recebeu a visita dos avaliadores do MEC que atuaram em duas perspectivas: da autorização do novo curso de jornalismo e de sua adequação às novas diretrizes do MEC implantadas em 2013, com prazo máximo para reforma de dois anos.

No ano de 2016, a partir de diligência estabelecida e orientações dos avaliadores do MEC, realizou a última alteração na estrutura curricular do citado curso, em vigor por meio da Resolução 41/2016, do CONSEPE. A primeira adequação às Diretrizes para Jornalismo, é relacionada a carga horária total do curso que passou de 2.700 horas para 3.240 horas, 216 créditos, o que possibilitou aumentar o número de horas da disciplina Webjornalismo de 60 horas para 150 horas. Conforme pode ser observado na Figura 2, ainda se foram criadas as disciplinas obrigatórias Jornalismo Multiplataforma I, Jornalismo Multiplataforma II, História do Jornalismo, Jornalismo e Sociedade, Mercado de trabalho e Empreendimento Profissional, Estética e Linguagens Midiáticas, Jornalismo Especializado, Jornalismo em Base de Dados e Relações Étnico-raciais.

Figura 2 - Matriz curricular de jornalismo - 2016



Fonte: Projeto Político Pedagógico do Curso de Jornalismo, UFPB, 2016.

A atual portaria de renovação do reconhecimento do curso (Portaria Nº 211, DE 25 DE JUNHO DE 2020) foi publicada no Diário Oficial, no dia 7 de julho de 2020. Ainda seguindo recomendações, o curso de jornalismo da UFPB passou a ofertar disciplina laboratorial desde o primeiro período do curso, disciplina Relações Étnico-Raciais, e outras disciplinas optativas ou conteúdos transversais que contemplassem discussões como a acessibilidade, meio ambiente e Direitos Humanos (NÓBREGA, 2017).

Contudo, Rabay (2017), coordenadora do curso de Jornalismo da UFPB em 2016, enfatiza para a necessidade urgente das disciplinas que possuem caráter de oficina como jornalismo impresso, radiojornalismo, telejornalismo e webjornalismo, convergirem entre si “experimentar essa dinâmica para de fato o curso de jornalismo ser um laboratório de informação para esse mercado que se demonstra novo.” Por sua vez, Belarmino (2017), coordenadora do Curso em 2013, reflete sobre uma questão central neste cenário de adaptação ao digital: os docentes nunca aprenderam tanto com os nativos digitais, ou seja, alunos que nasceram depois da internet. Para professora o papel do docente, neste momento, é o de permitir a deflagração dos processos de criação, e reforça que as universidades precisam sim melhorar seus aparatos tecnológicos, e, precisamos mais que tudo chegar a um pacto, docentes/alunos sobre o ensino com a utilização da tecnologia a favor.

É importante destacar o caráter inovador da nova estrutura do curso de jornalismo da UFPB ao incluir disciplinas como “Técnica de reportagem em base de dados”, para trabalhar com o fenômeno contemporâneo dos dados e sua aplicação no jornalismo. Segundo o Projeto Pedagógico do Curso, sua proposta abrange a base de dados como dispositivo informacional, além dos fundamentos da reportagem assistida por computador. Da mesma forma, se ressalta as disciplinas “Jornalismo Multiplataforma

I” e “Jornalismo Multiplataforma II”, que abordam as dinâmicas do jornalismo na contemporaneidade, a sociedade em rede e o jornalismo frente às novas realidades tecnológicas e econômicas, sempre tomando como base os estudos teórico-aplicados sobre a área e considerando seus dilemas conceituais a partir das relações entre aproximações e diferenças, os principais conceitos propostos são: transmídia, multimídia e multiplataforma; convergências jornalísticas (midiáticas e hipermidiáticas); os processos de hibridização da notícia e a discussão sobre as reconfigurações de modelos jornalísticos; as práticas do jornalismo naqueles ambientes e o conteúdo jornalístico para diferentes mídias e plataformas.

Ao se voltarem para as discussões sobre as mobilidades no jornalismo, essas disciplinas trazem em suas ementas tópicos como “[o] uso de drones no processo de produção [jornalística] [...] [e as reconfigurações] de modelos jornalísticos: das rotinas de produção da notícia aos mecanismos de circulação e movimentações em rede.” (UFPB, 2016, p. 31-33).

Para Benevides (2017), coordenador do curso em 2017, as mudanças no currículo frente às Diretrizes do MEC vão muito além do aumento da carga horária e de adaptações diante das mudanças na mídia. Segundo o professor, ao comparar os fluxogramas de 2011 e 2016, podemos observar uma diversificação de disciplinas, com desdobramentos não só em Multiplataforma, separados da Oficina de Webjornalismo, sem prejuízos de uma série de disciplinas teóricas, mantendo suportes existentes antes das últimas mudanças na mídia em geral e do currículo em particular.

Destaca-se neste contexto de adaptações frente às mudanças tecnológicas as dificuldades em relação à questão da disponibilidade de equipamentos para as vertentes práticas das disciplinas. Ou seja, há uma adequação nos conteúdos disciplinares, mas há dificuldades frente aos equipamentos, conforme explica o Varela (2017), coordenador do curso no período de 2010 a 2012:

Esse é um processo histórico: a questão do uso das tecnologias e dos equipamentos tecnológicos. Primeiro tem essa luta imensa, que foi até debate, teve algo institucionalizado como o ENOL (Encontro Nacional de Órgãos Laboratoriais). O problema é que a sociedade, se expande de uma forma exponencial no uso da tecnologia e a Universidade não, principalmente no que diz respeito aos cursos técnicos, aos cursos que carecem de utilização tecnológica, e que a Universidade e o ensino brasileiro não comportam. Então estamos bastante atrasados. (VARELA, 2017)

Assim, compreende-se que o fluxograma em vigência na Graduação em Jornalismo da UFPB atualmente é resultado do histórico do curso frente às mudanças impostas pelas Diretrizes Curriculares do MEC: trata-se de uma proposta que fortalece a formação de um profissional apto a atuar nas diferentes mídias e plataformas; objetiva preparar os futuros jornalistas a enfrentarem desafios tecnológicos, além de estarem propensos à criticidade, de modo que sejam capazes de refletir sobre a ética, a responsabilidade social, os direitos humanos e a cidadania no contexto da sociedade digital, fazendo com que ultrapassem os aspectos utilitários da tecnologia, e que, sobretudo, consigam estabelecer uma conexão entre o jornalismo e a sociedade, a cultura e o conhecimento dos processos midiáticos contemporâneos.

3 AS REFORMAS NA PRÁTICA: AS PERCEPÇÕES DOS EGRESSOS

Diante das várias dimensões das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Jornalismo de 2013, a presente pesquisa considerou, sobretudo, as preocupações relativas à formação de jornalistas frente ao novo cenário comunicacional, para que aprendam a lidar com os suportes tecnológicos e a instantaneidade da informação. A importância em tratarmos desse aspecto em especial decorre das adaptações realizadas nas reformas curriculares no curso de graduação em Jornalismo da UFPB, que buscaram realizar alterações sobre a utilização da tecnologia e internet no mercado de trabalho. A reforma curricular que ocorreu em 2010, por exemplo, recebeu influência de um momento em que os jornais paraibanos estavam criando suas versões para a internet.

Compreendemos as transformações contemporâneas na ambiência jornalística relacionadas ao processo de midiatização da sociedade, em que as tecnologias constituem novas maneiras de as pessoas se relacionarem, de consumirem conteúdos, onde as interações entre produtores e consumidores são afetadas e/ou reconfiguradas por novas formas de organização, em uma mesma realidade, a de fluxos. Sendo assim, a sociedade estaria dentro das infinitas relações deste ambiente de fluxos e envios/reenvio. Para Fausto Neto (2011), as principais consequências do processo de midiatização no jornalismo são os formatos produtivos, as novas formas de enunciação e as interações com os grupos sociais (receptores). Tal contexto revela-se por meio do advento das redes sociais na internet e a sua popularização. Marca também uma reorganização do espaço e do tempo, sobretudo, com a descoberta de um tempo simultâneo, como afirma Thompson (2001), com os sistemas de comunicação e de fluxo de informações cada vez mais aperfeiçoados. Assim, é importante refletir frente à formação de jornalistas e de todas as transformações que enfrenta o mundo do trabalho do jornalista.

23

Como pensar esse contínuo processo de envolvimento pela lógica midiática das pessoas que se comunicam, se informam, trocam experiências e opiniões em plataformas de mídias sociais em rede (SPYER, 2007), nesse ambiente digital em que o internauta não só acessa, mas pode deixar suas marcas? (LACERDA, 2016, p. 94)

É importante para o ensino do jornalismo tal questão, sobretudo pela vertente da interação entre os usuários. Afinal, na articulação entre a oferta midiática e a recepção existem diversas possibilidades de produção, e entre elas, destaca-se o desenvolvimento dos formatos digitais que geram conversação entre as pessoas, baseadas não apenas na racionalidade matemática da tecnologia, mas nas experiências culturais, das matrizes que constituem aquele sujeito que a produz. O contexto da predominância das redes sociais digitais na internet iniciou-se, por volta de 2004, com o advento da *web 2.0*, a segunda geração de serviços online, caracterizada por ampliar os espaços de interação entre os internautas, mudando a forma como as pessoas utilizavam a internet, fato que conectou mais pessoas, ocasionando maior inclusão digital.

No cenário de popularização das redes sociais na internet, emerge o *Social Media Manager* (gestor de mídias sociais), função que tem sido bastante demandada nos empregos dos jornalistas egressos e em seus estágios, segundo esta pesquisa. Trata-

se do profissional responsável por gerir o perfil de uma marca nas redes sociais digitais, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*. As ações desempenhadas nessas atividades englobam a criação de estratégia de comunicação digital em coerência com a identidade da marca e seu público, bem como curadoria de conteúdo, planejamento de conteúdo, redação, agendamento das postagens através de ferramentas e *SAC 2.0*, ou seja, resposta a mensagens e comentários de usuários. Os gestores de mídia social atuam em assessorias de comunicação, assessorias de imprensa, agências de publicidade, de *marketing* digital, em departamentos de comunicação em instituições públicas e privadas.

A partir dessas premissas, elaboramos a presente pesquisa, que utiliza o método estudo de caso, porém não aplicado em todo o seu rigor. Conforme o desenho metodológico explicitado na parte introdutória deste artigo, algumas ferramentas dessa linha de estudo foram utilizadas na investigação, com finalidade de caracterizar as reformas curriculares implantadas no curso de Jornalismo da UFPB e como o ensino de jornalismo da mesma instituição enxerga e aborda conteúdos relacionados as novas atividades do jornalismo, em especial a produção de conteúdo para as mídias sociais. Assim, aplicamos o estudo de caso único, de natureza exploratório descritivo, se ocupando de apenas um objeto. Yin (2001) considera que o estudo de caso é justificável quando representa um teste crucial da teoria existente; uma circunstância rara ou exclusiva; um caso típico ou representativo; ou quando o caso serve a um propósito revelador ou longitudinal. Utilizamos aqui pelo fato deste estudo servir a um propósito revelador, qual seja, evidenciar as atualizações do projeto político pedagógico do curso de jornalismo da UFPB frente aos desafios tecnológicos do mercado de trabalho. Além de também se enquadrar no teste de teoria existente, uma vez que dentro deste contexto, emerge a discussão acerca do profissional conhecido como *Social Media Manager*, no que diz respeito à necessidade de seu surgimento devido a ascensão das redes sociais digitais. A seguir apresentamos alguns dados extraídos de nossos questionários.

O primeiro grupo de perguntas realizados para presente pesquisa com os 38 egressos do curso revelou informações gerais, mais especificamente sobre faixa etária e gênero. Através dos dados coletados foi possível constatar que a faixa etária dos respondentes correspondia em 92,1% a pessoas de 21 a 30 anos, e que 7,9% eram pessoas de 31 a 40 anos. A grande maioria dos jornalistas entrevistados é jovem, faixa etária que está categorizada na Geração Y, do milênio, da internet. A esse respeito, Rafael Chiuzi, Bruna Peixoto e Giovanna Fusari (2011) consideram que podemos, em parte, entender as gerações como um fenômeno social, pois são resultantes de eventos históricos que influenciaram os valores e a visão do mundo de seus membros. No caso da referida geração, trata-se de pessoas nascidas entre 1980 e 1995, conhecidas como os nativos digitais. Apesar de não terem nascido na era tecnológica, vivenciaram a transição da época analógica para a digital e, portanto, é uma geração caracterizada pelo uso diário da tecnologia. No Brasil, essa geração nasceu em um cenário de significativas mudanças, a exemplo da redemocratização, após a ditadura militar, e do surgimento do Plano Real. Com relação ao gênero dos egressos, constatamos que 76,3% pertencem ao gênero feminino, enquanto 23,7% pertencem ao gênero masculino. Logo, conclui-se que a maioria dos entrevistados pertence ao sexo feminino. Os dados

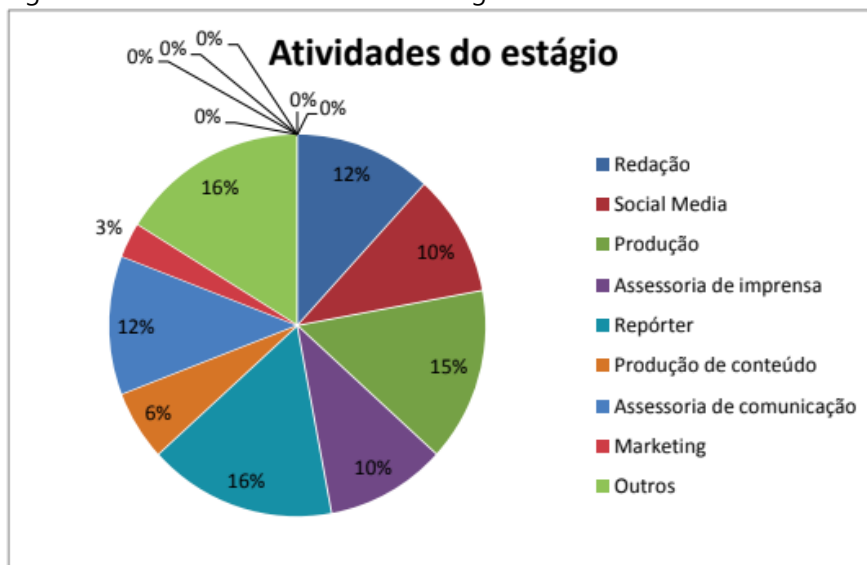
colhidos sobre os egressos mostram uma tendência da feminilização no jornalismo paraibano.

O segundo grupo de perguntas se concentrou em questões mais específicas sobre as experiências profissionais dos egressos, de modo que na primeira pergunta desta seção buscou-se identificar o lugar no qual o egresso havia desenvolvido suas atividades de estágio. Os dados coletados revelam que os locais onde os egressos estagiaram variam entre emissoras de TV, jornais impressos, portais, organizações públicas de ensino, órgãos públicos, gráficas, projetos de extensão, agências de comunicação e assessorias de imprensa. Considerando essa variedade de empresas, instituições e projetos, somos levados a compreender que as experiências dos egressos foram vivenciadas tanto em empresas com jornalismo tradicional (como as redações de TV, jornais impressos e portais), como em locais com foco na assessoria de comunicação e/ou de imprensa (como agências digitais, agências de comunicação, escolas, órgãos públicos, gráficas, revistas e projetos de extensão).

Os dados revelam que o papel do jornalista vem se transformando e ganhando espaço, além das empresas jornalísticas tradicionais nas quais se lida com produção e reportagem jornalística, de modo que há uma ampliação de oportunidades de atuação em outras organizações onde o profissional é instigado a gerir a comunicação e imagem institucional. De acordo com a Portaria de estágio do Curso de Jornalismo da UFPB (2018), os alunos podem estagiar nas áreas de Redação, Pesquisa, Fotojornalismo, Jornal impresso, Editoração, Multiplataforma, Radiojornalismo, Telejornalismo, Assessoria de Imprensa e Webjornalismo. Logo, observamos que não há uma área específica de estágio em *Social Media Manager* (gestão de mídias digitais). Nesse caso, a área mais próxima seria a de Assessoria de Imprensa, por demandar, junto aos estagiários, atividades que envolvem o planejamento e a elaboração de canais de comunicação para empresas.

Ainda com relação à experiência profissional, reunimos na Figura 3 as respostas dos egressos sobre quais foram as funções desempenhadas nos estágios, constatando que as maiores porcentagens são referentes às funções de produtor (16%) e repórter (também com 16%). É importante destacar que, durante os estágios, 10% dos egressos informaram que atuaram como *Social Media Manager*. Portanto, os dados obtidos revelam uma diversidade de funções desempenhadas nas atividades de estágio, e que, além do jornalismo tradicional, os egressos também atuaram em áreas afins, consideradas como novos nichos de atuação para jornalistas.

Figura 3 - Atividades realizadas em estágios



Fonte: Pesquisa Direta, 2017

Procurando saber sobre a inserção dos egressos no mercado de trabalho, indagamos se estes encontravam-se trabalhando. Dos 38 respondentes, 60,5% afirmaram que estavam trabalhando no período em que foi realizada a pesquisa, enquanto 39,5% encontravam-se desempregados. Dos 23 respondentes que estavam empregados no período, seis deles responderam que estavam ocupando cargos na área de *marketing* e *Social Media Manager*. Portanto, tais dados estão em concordância com os anteriores, demonstrando, inclusive, que, além das experiências de estágio, os egressos também continuam atuando em áreas afins ao jornalismo nos seus primeiros empregos. Compreendemos, então, que as habilidades da profissão de jornalista são valiosas para a área do *marketing* — principalmente o *marketing* de conteúdo em redes sociais digitais.

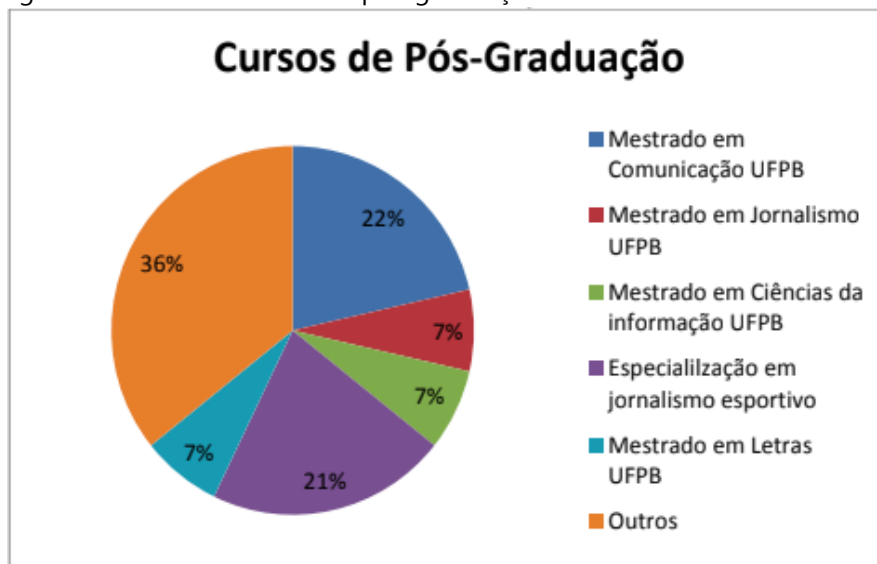
Constatamos, ainda, que, entre estágio e emprego, 65,8% dos egressos já ocuparam a função de *Social Media Manager*, enquanto 34,2% nunca tiveram experiências nesta área. Portanto, tal dado nos leva a confirmar a hipótese que moveu a realização deste estudo: o fenômeno do jornalista que atua como *Social Media Manager*, o que caracteriza, portanto, uma das reconfigurações na relação entre formação em jornalismo e mercado de trabalho na Paraíba. Compreende-se que apesar de não haver uma formação acadêmica específica para a área no curso de graduação em jornalismo, os egressos da UFPB estão ocupando espaços nessa área desde os seus estágios. Constatou-se, dessa maneira, a necessidade de inserção desta disciplina nos cursos de graduação em jornalismo.

O terceiro grupo de perguntas procurou identificar a continuidade de estudos após a conclusão da graduação. Assim, verificou-se que 36,8% dos egressos estavam cursando ou já tinham concluído cursos de pós-graduação, enquanto 63,2% não possuíam e não estavam cursando.

Entre os 14 egressos que estavam cursando ou já tinham concluído a pós-graduação, cinco destes escolheram a área de mídias digitais, conforme a figura 4. O item "Outros" compreendeu as seguintes respostas: Produção de Conteúdo para Mídias Digitais, Comunicação em Mídias Digitais, Mídias Digitais, Criação e Produção Digital,

Produção de Conteúdo para Mídias Sociais. Portanto, os dados revelam que há uma busca pela especialização na área de *marketing* digital, o que pode ser resultante das oportunidades de atuação neste nicho de mercado.

Figura 4 - Áreas dos cursos de pós-graduação



Fonte: Pesquisa Direta, 2017

Por fim, o último grupo de perguntas procurou identificar a percepção dos egressos com relação à área de *Social Media Manager*. Nesse caso, a maioria dos participantes (94,7%) respondeu que conhece a função de SMM e sabe do que se trata; porém, 5,3% não sabia exatamente do que se tratava a função. Os dados revelam que há um conhecimento sobre o cargo por parte dos jornalistas. Sendo assim, buscamos averiguar se o curso de graduação em jornalismo da UFPB tem oferecido alguma preparação para a atuação como SMM no período em que eles estiveram cursando, contudo, 100% dos egressos afirmaram que não recebeu preparação para esse tipo de atuação.

Portanto, apesar de haver um conhecimento sobre a função, e dos egressos terem, inclusive, passado por experiências desempenhando as demandas de um SMM, a graduação em jornalismo não oferece uma preparação — o que poderia ser ofertado, ao menos, em uma disciplina de caráter optativo.

Verificamos que 78,9% dos egressos não dominam nenhuma ferramenta de análise e monitoramento de dados em redes sociais digitais; ou seja, apesar dos egressos reconhecerem o SMM como um dos novos nichos de atuação para o jornalista, e de 60,5% já ter tido alguma experiência no cargo de SMM, a maioria não domina nenhuma ferramenta nesse sentido. Porém, os 21,1% que dominam essas ferramentas possuem um diferencial para atuar na área.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado de trabalho e as rotinas da produção do jornalismo experimentam profundas transformações ocasionadas pela chegada da internet às redações jornalísticas. A convergência tecnológica, o surgimento das redações integradas, o profissional multitarefa e multiplataforma representam parte dessas mudanças já consolidadas no campo do jornalismo. O novo modelo de produção de notícias requer mais técnicas como análise algorítmica de dados, representação visual, curadoria, planejamento de conteúdo e redação, produção automatizada de textos e habilidade para saber lidar com a participação ativa do cidadão comum.

O impacto das mudanças também adentrou alguns cursos de formação superior em jornalismo. É o caso do Curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, na região Nordeste do Brasil, com 43 anos de fundação, que tem realizado reformas curriculares visando melhor auxiliar o discente na compreensão dos atuais contextos tecnológicos de rápidas transformações, apontando alternativas para adequá-lo ao mercado de trabalho, sem perder de vista a dimensão crítica-reflexiva.

O referido curso tem se preocupado com a “[...] formação de um jornalista apto a atuar nas diferentes mídias e plataformas, preparando-o para os desafios tecnológicos [...] [além de ser] capaz de refletir sobre a importância da ética, da responsabilidade social, dos direitos e cidadania [...]” (UFPB, 2016, p. 7). Dessa forma, aumentou-se o número de disciplinas voltadas para a área da tecnologia digital, ao que parece, por serem percebidas diversas oportunidades e nichos a serem descobertos, nos quais o profissional precisa buscar a inovação e praticá-la.

Dentro deste contexto, emerge a discussão acerca do profissional conhecido como *Social Media Manager*, no que diz respeito à necessidade de seu surgimento devido a ascensão das redes sociais digitais. Atentamos, sobretudo, quanto a aproximação do jornalismo com o *marketing* de conteúdo utilizado em estratégias de social media, o que tem se constituído como um relevante campo de trabalho para os jornalistas. Observamos que há um processo de reconfiguração no mercado de trabalho jornalístico na Paraíba, visto que existe uma tendência dos egressos participantes da presente pesquisa de atuarem em áreas afins ao jornalismo, a exemplo do *marketing* digital. Constatamos que entre estágio e emprego, 65,8% dos egressos de jornalismo da UFPB passaram por experiências no cargo de *Social Media Manager*.

Averiguamos, portanto, com base nos dados obtidos, que os cursos de graduação em jornalismo estão se adequando gradualmente ao uso das novas tecnologias no trabalho jornalístico, fomentando nos estudantes a utilização e o domínio destas ferramentas a partir de disciplinas, estágios, atividades extracurriculares e laboratórios multiplataforma. Observamos, ainda, que não há uma disciplina específica sobre o *marketing* digital para jornalistas, apesar de existir uma tendência do jornalista atuar nesta área. Verificamos, afinal, que os egressos estão buscando se especializar neste nicho através dos cursos de pós-graduação.

REFERÊNCIAS

- ANTONIOLI, Maria Elisabete. Diretrizes Curriculares e cursos de Jornalismo: a formação do jornalista à luz da legislação educacional. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 4, n. 15, 2014. p. 183-197. Disponível em: <http://www.fnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/viewFile/368/229>. Acesso em: 15 ago. 2021.
- BELARMINO, Joana. [Entrevista concedida a] Vitória Batista Nunes de Vasconcelos. 24, out, 2017.
- BENEVIDES, Pedro. [Entrevista concedida a] Vitória Batista Nunes de Vasconcelos. 27, out, 2017.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CHIUZI, Rafael Marcus; PEIXOTO, Bruna Ribeiro Gonçalves; FUSARI, Giovanna Lorenzini. Conflito de gerações nas organizações: um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. **Temas em Psicologia**, São Bernardo do Campo, v. 19, n. 2, 2011. p.579-590. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/5137/513751438018/>. Acesso em: 28 jun. 2021.
- LACERDA, Juciano de Sousa. **Ambiências comunicacionais e vivências midiáticas digitais de internautas em telecentros de acesso público**. Campina Grande: EDU-EPB, 2016. Disponível em: <https://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/handle/123456789/13364>. Acesso em: 27 ago. 2021.
- MEC. Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 1 out. 2013. Seção 1, p.26.
- MEC. COMISSÃO DE ESPECIALISTAS DA ÁREA DE COMUNICAÇÃO. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo. Relatório. Brasília, s/d. Disponível em http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf. Acesso em: 20 jun. 2019.
- NETO, Antônio Fausto. Transformações do jornalismo na "sociedade em vias de Midiatização". In NETO, Antônio Fausto; FERNANDES, José David Campos (orgs). **Interfaces jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagens**. João Pessoa: Editora UFPB, 2011.
- NÓBREGA, Zulmira. [Entrevista concedida a] Vitória Batista Nunes de Vasconcelos. 23, out, 2017.

RABAY, Glória. [Entrevista concedida a] Vitória Batista Nunes de Vasconcelos. 28, out, 2017.

THOMPSON, John B. Comunicação e contexto social. In: THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. 3.ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2001, p.19-46.

TRIGUEIRO, Anelsina. [Entrevista concedida a] Vitória Batista Nunes de Vasconcelos. 26, out, 2017.

UFPB. Projeto Político Pedagógico do Curso de graduação em Jornalismo. João Pessoa, abril, 2016. Disponível em: https://sig-arq.ufpb.br/arquivos/201822423130f6878797e520a1e12d94/PPC_Jornalismo_2016.pdf. Acesso em: 20 jun. 2021.

_____. Projeto Político Pedagógico do Curso de graduação em Jornalismo. João Pessoa, out, 2010. Disponível em: https://sig-arq.ufpb.br/arquivos/20180611076be4878796335f864d9eaa/PPC_Jornalismo_2011.pdf. Acesso em: 18 jul. 2021.

_____. Projeto Político Pedagógico do Curso de Comunicação Social. João Pessoa, 1984.

_____. Portaria de estágio do Curso de Jornalismo. João Pessoa, 6 jul. 2018. Disponível em: <http://plone.ufpb.br/cj/contents/documentos/matriz-nova/portaria-3-estagio-jornalismo.pdf/view>. Acesso em: 25 maio 2021.

VARELA, Dinarte. [Entrevista concedida a] Vitória Batista Nunes de Vasconcelos. 26, out, 2017.

YIN, Robert k. **Estudo de caso**: planejamento e método. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.