

O estágio curricular em jornalismo no contexto de plataformação do trabalho

Janaina Visibeli Barros

Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (USP). Professora dos cursos de comunicação social e jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais.

E-mail: jvisibeli@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4373-4103>.

Gilson Soares Raslan Filho

Professor de Teoria da Cultura e da Comunicação da Universidade do Estado de Minas Gerais, campus Divinópolis. Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Mestre em Estudos Literários pela UFMG.

E-mail: gilraslan@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2428-7240>.

Matheus Antônio Vieira

Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda pela UEMG. Bolsista de iniciação científica (FAPEMIG) na pesquisa “O Estágio Curricular no Contexto da Plataformação do Trabalho”.

E-mail: matheusui207@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-6701-8442>.

Resumo: Nos últimos anos, com a constituição dos monopólios das *big techs*, observa-se uma reorganização do trabalho dos profissionais da comunicação, que tem sido incorporada ao processo de formação dos estudantes. Novas funções e lógicas produtivas são implementadas a partir dos modelos de negócios das organizações denominadas como plataformas. Neste artigo, buscamos analisar o estágio no jornalismo vivido por estudantes no contexto da plataformação do trabalho. Para tanto, apresentamos dados de análise de relatórios de estágio, que, categorizados, revelam novas funções e atividades feitos por jovens jornalistas para sua atuação profissional.

Palavras-chave: estágio; jornalismo; mundo do trabalho; plataformas; comunicação.

Abstract: In recent years, with the establishment of big tech monopolies, there has been a reorganization of the work of communication professionals, which has been incorporated into the training process of students. New functions and production logics are implemented based on the business models of organizations known as platforms. In this article, we seek to analyze the internship in journalism experienced by students in the context of the platformization of work. To this end, we present data from the analysis of internship reports, which, when categorized, reveal new functions and activities performed by young journalists for their professional performance.

Keywords: internship; journalism; world of work; platforms; communication.

Recebido: 28/02/2025

Aprovado: 22/04/2025

1. HABEMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: Investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. São Paulo: Editora Unesp, 2014. Cf. também: TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

2. FIGARO, Roseli et al. As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 17., 2019. **Anais [...]**. Goiânia: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2019.

3. FIGARO, Roseli et al. **Relatório da pesquisa - Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19**: ...1 ano e 500 mil mortes depois. São Paulo: ECA-USP; Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. Disponível em: https://comunicacaoetrabalho.eca.usp.br/publicacoes_cpct/como-trabalham-os-comunicadores-no-contexto-de-um-ano-da-pandemia-de-covid-19-1-ano-e-500-mil-mortes/. Acesso em: 28 maio 2025.

4. LIMA, Samuel et al. **Perfil do Jornalista Brasileiro 2021**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quórum Comunicações, 2022. Disponível em: <https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/06/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2025.

5. SILVA, Naiana Rodrigues da. **As relações de comunicação e de trabalho de jovens jornalistas cearenses**: um estudo sobre as dramáticas do uso de si, o ethos e a deontologia profissionais. 2022. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

1. INTRODUÇÃO

O estágio curricular para os cursos de bacharelado em Jornalismo passou a ser obrigatório a partir da Resolução CNE/CES n.º 1, de 27 de setembro de 2013, e tem por objetivo consolidar práticas de desempenho profissional inerentes ao perfil do formando, que deve vivenciar as rotinas produtivas ligadas às atividades jornalísticas durante seu processo de formação. A resolução indica que o estágio pode ser vivenciado em diferentes organizações — públicas, privadas, não governamentais — e reconhece como atividade do jornalista aquelas ligadas ao fazer noticioso em empresas de jornalismo, ou aquelas ligadas à relação das organizações com empresas de jornalismo, como assessoria de comunicação e assessoria de imprensa. Trata-se, portanto, de um conjunto de práticas profissionais que incluem a apuração de informação, tratamento do fato, construção do material informativo e sua veiculação.

A atividade de jornalismo, desenvolvida em um setor industrial avançado, se consolida, ao longo do século XIX, especialmente em sua segunda metade, como consequência da evolução das forças produtivas capitalistas¹. Essa atividade carrega a marca do tipo de organização que a originou — os jornais. Desde a emergência da internet e seu impacto nas diversas esferas de produção e reprodução da vida, todavia, têm havido mudanças no modelo de negócios das empresas de jornalismo — igualmente, *pari passu* às transformações das forças produtivas — e, conseqüentemente, da atividade profissional do jornalista.

Processos de demissão em massa levaram trabalhadores da notícia a criarem oportunidades de atuação profissional. Alguns utilizaram as ferramentas de informação e comunicação contemporâneas e constituíram seus próprios arranjos jornalísticos alternativos e/ou independentes²; outros têm assumido atividades que não se relacionam com as práticas originárias do jornalismo, mas atuam no campo da comunicação, como indicam pesquisas, tais como a coordenada por Roseli Figaro³ sobre o exercício profissional no contexto da pandemia; a coordenada por Samuel Lima⁴, que resultou no Perfil do Jornalista Brasileiro; e o estudo sobre jovens jornalistas cearenses, de Naiana Silva⁵.

Embora ainda atuem nas empresas de mídia — tradicional ou alternativa/independente — os jornalistas têm sido, crescentemente, contratados por organizações que não têm relação direta com a especialidade da atividade de sua formação, como, por exemplo, as agências de publicidade, comunicação e *marketing*. Apesar de, nessas organizações, o trabalho realizado não ter relação direta com a ideia de produção de notícia para a opinião pública e a defesa estrita dos interesses públicos, observa-se que as competências desenvolvidas por jornalistas em sua formação são acionadas no desenvolvimento de diferentes atividades do setor produtivo da comunicação.

Além das pesquisas citadas anteriormente, relatos de jovens estudantes, realizados nos encontros de supervisão de estágio do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), na unidade de Divinópolis, e que formam o escopo do *corpus* de análise deste texto, também revelam que

há um conjunto de novas atividades e funções que têm sido realizadas por eles, tanto em empresas de jornalismo quanto em outros tipos de organizações⁶. A atividade de produção de conteúdo (e seus similares) se apresenta como uma nova função dos profissionais da comunicação, e, dentre eles, estão os formados em Jornalismo⁷. Esse fenômeno é o resultado do processo de desenvolvimento histórico do capitalismo e, com ele, dos meios de produção da comunicação⁸, que permitiram o surgimento de empresas denominadas como plataformas, que hoje têm uma centralidade nas relações sociais e de trabalho: organizações que são infraestruturas digitais, alimentadas por dados, organizadas por algoritmos e formalizadas por relações de propriedade⁹.

Por sua infraestrutura e dinâmica, as plataformas passaram a mediar as relações sociais e se tornaram imprescindíveis para a realização do trabalho. Como destaca Grohmann,

As mais diferentes atividades de trabalho – encanador, faxineiro, designer e programador – passam a depender cada vez mais das infraestruturas digitais e suas lógicas, de modo que a plataformação tende à generalização para todas as atividades de trabalho, seja no trabalho remoto ou nas ruas das cidades de maneira generalizada. Por isso a denominação de plataformação do trabalho¹⁰.

Alguns pesquisadores vão além e afirmam haver um processo ampliado de atravessamento das lógicas plataformações em toda a rede mundial de computadores. Anne Helmond, por exemplo, ao estudar o que ela denomina plataformas de mídias sociais, aponta para a plataformação da *web*, na qual as dinâmicas sociais passam a ser mediadas por essas organizações, que tratam dados, os incorporam na configuração das plataformas e modulam as dinâmicas de relacionamento que acontecem na rede. Para a autora, as plataformas são:

sistemas de fluxos de dados, que configuram canais de dados, os quais possibilitam fluxos de dados com terceiros. Esses fluxos de dados não apenas configuram canais para que os dados fluam entre plataformas de mídias sociais e terceiros, mas também funcionam como canais de dados que preparam os dados externos para a configuração de plataformas¹¹.

Nesse movimento, as organizações assumem centralidade no processo de produção, distribuição, circulação e consumo na rede. No que se refere ao campo da comunicação, as plataformas passaram a ser incorporadas ao processo produtivo no cotidiano. Elas tanto são usadas nas relações de comunicação no trabalho, na gestão e no controle de processos, quanto para a circulação de produtos da comunicação. Por serem corporações com lógicas próprias, tais lógicas têm modificado o processo produtivo da comunicação, afetando tanto as organizações que atuam no setor quanto os profissionais.

Todo desenvolvimento técnico e tecnológico provoca transformações nos modos de produção, altera processos produtivos e as prescrições das atividades, solicita readaptação profissional e desencadeia o surgimento de novas funções. Essas mudanças não se restringem a um recorte etário e atingem todos os

6. MOLIANI, João Augusto. Hibridismo profissional e a nova categoria de trabalhadores nas agências de comunicação. In: INTERCOM: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 45., 2022, João Pessoa. **Anais INTERCOM**. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0809202211542662f275221b38b.pdf>. Acesso em: 9 abr. 2025.

7. BARROS, Janaina Visibeli; FILHO RASLAN, Gilson Soares. Novas funções da comunicação no contexto de plataformação do trabalho. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 23, n. 46, 2024. <https://doi.org/10.55738/alai.v23i46.1122>

8. WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

9. VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DEWAAL, Martijn. **The Platform Society**. New York: Oxford, 2018.

10. GROHMANN, Rafael. Trabalho digital: o papel organizador da comunicação. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 166-185, 2021. <https://doi.org/10.18568/cmc.v18i51.2279>

11. HELMOND, Anne. A plataformação da web. In: OMENA, Janna Joceli (org.). **Métodos digitais: teoria, prática, crítica**. Lisboa: Instituto de Comunicação da Nova, 2019. p. 50.

trabalhadores ativos nos diferentes setores produtivos. No setor produtivo da comunicação, há hoje uma grande procura por profissionais que atuem em atividades ligadas a relacionamentos em redes sociais digitais e ao material comunicativo circulante em mídias sociais on-line. Esse processo solicita uma mobilização do trabalho, que precisa atender à demanda do mercado, o que força o trabalhador a se adaptar para manter suas condições de sobrevivência.

Por óbvio, os jovens estudantes de jornalismo, em sua formação profissional, vivenciam esse fenômeno — e o fazem em uma dupla condição. Por estarem em processo de formação, os estudantes precisam compreender as técnicas ligadas a uma atividade específica, seu conjunto de prescrições e linguagens, os aspectos deontológicos e éticos que a constituem. Ao mesmo tempo, estão sendo chamados, no conjunto de trabalhadores, a atualizar essas prescrições e linguagens de acordo com o que tem sido demandado profissionalmente pelo mercado de trabalho e pelas transformações em andamento. Nesse movimento, estão propensos a realizar atividades que não são, necessariamente, ligadas à sua formação, mas que solicitam aprendizados escolares do campo da comunicação, em geral, e do jornalismo, especificamente. Por ser um fenômeno recente, pouco se sabe sobre esse processo de mutação do trabalho e, menos ainda, sobre como os jovens jornalistas vivenciam essas mudanças, o que torna oportuna a realização de pesquisas com esses jovens.

Por ser uma geração que nasce no ambiente midiático das plataformas de comunicação, esses jovens parecem mais abertos a descobrir novos modos de fazer e a naturalizar práticas contemporâneas de organização do trabalho no contexto das plataformas. Ao olhar para esses sujeitos em processo de formação, podemos obter pistas sobre as mutações do trabalho da comunicação em andamento e sobre possíveis caminhos para a defesa do trabalho decente.

Diante desse cenário, perguntamo-nos: qual é a realidade do mundo do trabalho do jornalismo, no contexto da plataformização do trabalho, vivenciado por estagiários jornalistas? Para responder a essa questão, desde outubro de 2022, tem sido feito um estudo que tem como objeto empírico o estágio realizado por jovens estudantes de jornalismo da Universidade da UEMG, na unidade de Divinópolis, que cumprem o estágio curricular obrigatório. Trata-se de uma pesquisa exploratória¹², por meio da qual se espera conhecer melhor o fenômeno da plataformização do trabalho do comunicador, ainda em andamento, e suas consequências para a atividade de jornalismo. Ela foi pensada para acontecer em duas etapas.

A primeira etapa, realizada no período de outubro de 2022 a setembro de 2023¹³, tomou como amostra os relatórios de estágio curricular obrigatório entregues pelos estudantes matriculados no estágio no ano de 2021. Os relatórios foram analisados com o objetivo de categorizar os campos de estágio, as atividades, funções e outros achados. Neste artigo, apresentamos uma breve discussão sobre o papel do estágio na formação do ser jornalista, o percurso

12. GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

13. Conforme Edital n.º 08/2022 PIBIC/FAPEMIG ao qual o projeto está vinculado.

metodológico da pesquisa e os resultados parciais obtidos na primeira etapa da pesquisa em andamento.

2. O ESTÁGIO NO PERCURSO DE FORMAÇÃO

O percurso de formação do saber-fazer e do saber-ser do jornalista é constituído do processo de reflexão sobre a realidade, que solicita compreensões formalizadas sobre cultura, história, relações econômicas, políticas, sociais e ambientais por parte do profissional. Há várias formas de aprendermos uma atividade, e o pensamento crítico, reflexivo, pode ser constituído por meio de diferentes processos de formação. Mas, como discute Kuenzer¹⁴, ele é acelerado pela formalização da aprendizagem, aquela que se realiza nas práticas educativas das instituições de ensino e que permite ampliar o desenvolvimento cognitivo dos sujeitos. Em relação à profissão jornalista, ela se constitui de um conjunto de saberes e competências que marcam deontologicamente a profissão. Apesar da queda da obrigatoriedade do diploma, pesquisas coordenadas por Lima¹⁵ ou Figaro¹⁶ mostram que, com a cobrança do diploma em jornalismo, a formação acadêmica continua sendo critério para a contratação dos profissionais. Esse fenômeno reforça a tese de Kuenzer sobre o papel da escola no desenvolvimento da linguagem, do pensamento e do comportamento do profissional.

A necessidade de lidar com a verdade factual, por meio da apuração da informação, e na defesa dos interesses públicos e do compromisso com a objetividade, marcam deontologicamente a profissão. Talvez seja prudente realizar uma breve reflexão sobre o estado das bases deontológicas da atividade. Têm ganhado corpo debates no campo de estudos do jornalismo sobre um possível anacronismo de categorias fundantes da atividade, o que só demonstra a profunda crise — epistemológica, filosófica e social — por que passa a profissão em suas diversas etapas, da formação ao exercício profissional. Um dos argumentos, a título de exemplo, seria um alegado anacronismo da categoria de objetividade. Trata-se, ao que parece, de uma crítica ao que Wilson Gomes¹⁷ chamou de “realismo ingênuo”. Tão ingênuo quanto, todavia, seria ignorar a objetividade como categoria ontológica, que, como já chamava a atenção Adelmo Genro Filho¹⁸ em sua teoria do jornalismo, nada tem a ver com o abandono de outra categoria ontológica — e para a qual parecem tender os “perspectivistas ingênuos” que apontam para o alegado anacronismo: a subjetividade.

Para uma profissão que lida, parece não haver dúvida, com a factualidade, categorias como precisão e imparcialidade precisam de um treinamento para a objetividade. E, para alcançar as bases deontológicas, o profissional utiliza-se de técnicas que lhe permitam observar, colher, tratar e qualificar o material que produz e que será fonte de formação de imaginários. Por isso mesmo, na formação superior do ser jornalista, os cursos, combinando atividades teóricas e práticas, amadurecem as técnicas que permitirão ao profissional o exercício da atividade deontologicamente orientada.

14. ZENEIDA KUENZER, Acacia. Conhecimento e competências no trabalho e na escola. **Boletim Técnico do Senac**, v. 28, n. 2, p. 2-11, 2002. Disponível em: <https://www.bts.senac.br/bts/article/view/539>. Acesso em: 18 fev. 2025.

15. LIMA, op. cit.

16. FIGARO et al., 2021.

17. GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesse**: Ensaio de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.

18. GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: por uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

O estágio é obrigatório nos cursos de jornalismo e, por vezes, é erroneamente definido como um dos componentes das atividades práticas dos cursos. Erroneamente, porque o estágio, como campo epistemológico de conhecimento¹⁹, deve ser um espaço para a reflexão sobre o fazer e a prática profissional, que acontece antes de os profissionais saírem, de fato, para o mercado.

De acordo com Pimenta e Lima²⁰, há um movimento teórico recente sobre a concepção do estágio, que busca superar a dicotomia entre atividade teórica e atividade prática. Nesse sentido, toma-se o estágio a partir de sua finalidade em propiciar ao aluno uma aproximação com a realidade na qual atuará. Para tanto, é preciso assumir uma nova postura em relação ao estágio, que deve caminhar para a reflexão a partir da realidade. Contudo, essa reflexão solicita engajamento, envolvimento e intencionalidade, e as autoras alertam que:

a maioria dos estágios burocratizados, carregados de fichas de observação, é míope, o que aponta para a necessidade de um aprofundamento conceitual do estágio e das atividades que nele se realizam. É preciso que os professores orientadores de estágio, procedam, no coletivo, com seus pares e alunos, a essa apropriação da realidade, para analisá-la e questioná-la criticamente, à luz de teorias. Essa caminhada conceitual certamente será uma trilha para a proposição de novas experiências²¹.

As autoras defendem o estágio como atividade teórica, instrumentalizadora da práxis profissional. Concordamos com elas. O estágio no jornalismo, especialmente o estágio curricular, deve ser entendido como uma oportunidade de aproximação crítica com a realidade, uma vez que ele se realiza nas relações sociais e, a partir dessas relações sociais, se materializam os produtos desse fazer.

O desenvolvimento de técnicas e o domínio de ferramentas são uma parte do saber-fazer importante, mas essa parte é limitada, uma vez que a simples transposição da técnica não permite resolver problemas diversos, nas diferentes situações e contextos com os quais o profissional lida quando a realidade se apresenta. O importante, portanto, é que o profissional domine as técnicas, mas saiba adaptá-las às diversas situações de trabalho e contexto social. Para isso, ele precisa dominar um conjunto de conhecimentos e reflexões sobre a realidade, que se sustentam no arcabouço teórico. É esse arcabouço que oferece os instrumentos e esquemas para a análise e observação da realidade. O estágio é um *locus* importante para esse exercício, tanto por permitir colocar em prática os saberes e as técnicas do fazer profissional, quanto por permitir o confronto com a realidade das situações que solicitam o pensar sobre, para agir.

Nos campos de estágio, os estudantes têm a oportunidade de assumir diferentes responsabilidades ao vivenciar os processos produtivos, que são particulares ao contexto de cada organização. Nesse momento, eles são provocados sobre os conhecimentos que acumularam em sua formação, tanto práticos quanto teóricos, e precisam mobilizar esses conhecimentos para realizar sua atividade. A orientação do estágio, feita por orientadores nas instituições

19. PIMENTA, Selma Garrido; LIMA, Maria Socorro Lucena. **Estágio e Docência**. São Paulo: Cortez, 2017.

20. *Ibid.*

21. *Ibid.*, p. 36.

de ensino, deveria cumprir o papel de, coletivamente, refletir sobre o fazer, apoiando novos conhecimentos desenvolvidos e a criação de novas técnicas, que vão forjando o ser profissional.

É importante, portanto, que o estágio não se isole dos conteúdos vivenciados no percurso da formação. Ao contrário, no estágio é possível realizar a costura em relação aos saberes teóricos e práticos presentes no projeto pedagógico do curso, como ressaltam Pimenta e Lima²². Por isso, o estágio deve ser assumido tanto como atividade prática quanto teórica.

Especificamente para os cursos de jornalismo, o estágio se apresenta tanto como atividade de formação profissional quanto como oportunidade de inserção no mercado de trabalho, já que muitas organizações cobram dos jovens profissionais o estágio como pré-requisito de contratação. Nesse sentido, o estágio curricular tanto forma quanto introduz os formandos no mundo do trabalho.

Mas, além de espaço de aprendizado, no qual se aplica a teoria na prática, o estágio também é um importante *locus* de pesquisa. Olhar para o estágio nos permite compreender como os estudantes vivenciam sua formação e incorporam mudanças pelas quais passa a atividade dos jornalistas no contexto da plataformização do trabalho. Nesse sentido, tomar o estágio dos jornalistas como objeto de estudo nos permite observar em que medida o estágio tem cumprido sua missão de formação para a práxis profissional do jornalista.

3. PERCURSO METODOLÓGICO DE ANÁLISE

Em razão das mudanças pelas quais tem passado o setor produtivo da comunicação e da dinâmica como essas mudanças têm sido vivenciadas, de acordo com Figaro *et al.*²³, pesquisadores do campo precisam ter maior abertura e sensibilidade para a escolha do caminho metodológico de investigação, pois os comunicadores nem sempre estão alocados no espaço físico da empresa em um período determinado de trabalho. No contexto histórico presente, eles trabalham de diferentes lugares, acionando redes de colaboração e fazendo uso de diferentes linguagens e equipamentos técnicos para realizar sua atividade.

Trata-se, portanto, de um território em mutação, que sofre alterações imprevistas e profundas devido às instabilidades derivadas dos sistemas macroeconômicos e políticos. Nesse sentido, para conhecer o terreno e construir um mapeamento inicial do fenômeno, optou-se pela pesquisa exploratória²⁴, que permite ir a campo buscar informações que ajudarão a compor os problemas de pesquisa e as hipóteses norteadoras.

Na pesquisa exploratória, todo elemento encontrado pode ser relevante para a continuidade da investigação. Mas o que define, de fato, a relevância do que deve ser investigado são os problemas de pesquisa, que, neste caso, é conhecer a realidade do mundo do trabalho do jornalismo, no contexto de plataformização do trabalho, vivenciado por estagiários jornalistas durante seu processo de formação. A pesquisa exploratória permite pesquisar conceitos,

22. *Ibid.*

23. FIGARO *et al.*, 2019.

24. GIL, *op. cit.*

técnicas e hipóteses para propiciar um conjunto de reflexões que permita apurar os resultados encontrados na investigação.

Para iniciar o contato com os estagiários, a amostra desta pesquisa teve como ponto de partida os relatórios de estágio entregues pelos estudantes do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais, na unidade de Divinópolis, em 2021, nas disciplinas de estágio curricular obrigatório — totalizando 36 relatórios.

Os relatórios de estágio são compostos por dois documentos: um formulário, preenchido pelo estudante, indicando a atividade e a carga horária gasta na realização do trabalho no dia a dia de estágio; e um resumo expandido, no qual o estagiário deve realizar uma análise crítica do papel do estágio em sua formação como jornalista, embasada teoricamente, a partir de leituras, debates e reflexões empreendidas no processo de orientação, por docentes, da atividade de estágio.

De posse do material, o primeiro esforço de análise e organização foi entender o que era cada um dos documentos entregues e que informações continham para ajudar a pesquisa a identificar as funções, competências e os processos produtivos vivenciados pelos estagiários.

Observou-se que o formulário com carga horária e função era o que mais bem indicava o que fazia o estudante durante o estágio curricular obrigatório. Ainda assim, o documento é genérico e não permite analisar especificidades das atividades/tarefas realizadas pelos estagiários. O resumo expandido oferecia, em alguns casos, informações complementares ao formulário, mas, isoladamente, esse documento oferecia poucas informações sobre as atividades realizadas pelos estudantes. Em alguns casos, contudo, observou-se que ele podia qualificar as informações disponíveis no formulário. Entendemos, portanto, que a análise do material precisava combinar as leituras dos dois documentos, que eram complementares.

Posteriormente, passamos à análise documental, que buscou identificar o tipo de organização onde o estudante realiza o estágio e o tipo de atividade que é desenvolvida para, em seguida, ser feita a comparação entre elas e sua categorização.

De acordo com as informações sobre as atividades e o local de estágio, os relatórios foram agrupados em três campos de estágio: (1) veículos de mídia; (2) agências de comunicação/redes sociais; (3) assessoria de comunicação/imprensa.

Após essa categorização inicial, passamos à leitura e análise dos relatórios, buscando reconhecer as funções, o campo de atuação do estagiário, a prescrição do trabalho realizado, se o estágio é no jornalismo, no campo da comunicação ou fora da área; se é possível identificar as competências solicitadas para a realização das atividades e pistas sobre o processo de adaptação dos estudantes às atividades.

Para a organização dessa análise, foi construída uma planilha contendo o campo e o local do estágio, a função desempenhada e as habilidades

movimentadas pela função que os estudantes estavam desempenhando. Para classificar as funções desempenhadas, foram consideradas as seguintes categorias:

- Dentro do campo do jornalismo: a função descrita pelo estagiário carrega marcas deontológicas do jornalismo.
- Dentro do campo da comunicação: a função descrita pelo estagiário pertence ao campo da comunicação, apesar de não apresentar indicações da deontologia do jornalismo.
- Fora do escopo da comunicação: a função não se relaciona nem com o campo da comunicação nem com o jornalismo, fugindo aos objetivos de formação do estágio.

Durante as análises iniciais dos relatórios, observou-se a ausência de detalhamento sobre as tarefas realizadas pelos estagiários. Imaginávamos encontrar no material uma descrição sobre o que faziam, como faziam, as dificuldades encontradas, os caminhos criados para superar essas dificuldades e como esse processo ajudou, ou não, em sua formação. Mas não foi o que encontramos. Ao contrário, os documentos apresentam generalizações das atividades, que dão indícios iniciais sobre as funções e competências, mas não permitem alcançar os objetivos propostos para a investigação.

Por isso, optou-se por observar as funções realizadas por eles, utilizando as próprias nomenclaturas que usaram ao preencher o formulário de estágio. As poucas transcrições de função desempenhada que aparecem no “Resumo Expandido” foram desconsideradas, pois se apresentaram muito ambíguas ou com um amplo espaço interpretativo em relação à função executada.

4. O CONTEXTO LOCAL E A OFERTA DE ESTÁGIO

A UEMG está localizada no município de Divinópolis, que é polo em comunicação da região do Centro-Oeste mineiro²⁵. A cidade de médio porte tem mais de 230 mil habitantes e é referência no ensino superior na região, com três universidades públicas e três universidades privadas, que oferecem cursos nas diferentes áreas do conhecimento. O curso de Jornalismo é oferecido pela instituição desde 2001 e já formou vinte e duas turmas desde então.

O município conta com três estúdios de TV com geração de conteúdo local para toda a região, sendo duas emissoras de TV comercial (uma delas afiliada ao grupo Globo e outra ligada ao Grupo Diários Associados) e uma TV educativa. Há dez emissoras de rádio, sendo nove delas comerciais e uma educativa, e cinco portais de notícia: G1 Centro-Oeste, ligado ao grupo Globo; dois portais independentes, que não têm ligação com nenhum grupo de mídia; um portal de conglomerado de rádios; e o quinto portal, que é ligado ao único veículo de mídia impressa da cidade, com mais de trinta anos de existência.

Apesar da diversidade de veículos de comunicação, as organizações são pobres, possuem quadros enxutos de trabalhadores e dependem do anunciante

25. BARROS, Janaina Visibeli; FILHO RASLAN, Gilson. Distante do “Passaralho”: trabalho da comunicação no interior de Minas Gerais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15., São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: SBPJor, 2017.

para se sustentar financeiramente. No caso da radiodifusão, a gestão é feita por famílias detentoras da outorga, que nem sempre estão aptas à gestão administrativa de um veículo de mídia²⁶.

Além dos veículos de mídia, órgãos públicos, empresas e organizações não governamentais ofertam vagas de estágio para estudantes de jornalismo atuarem em assessoria de comunicação e imprensa. A cidade também conta com muitas agências de comunicação, *marketing* e publicidade que contratam estagiários jornalistas.

Nesse ambiente, há oferta de vagas de estágio no jornalismo em diferentes tipos de organizações e rotinas produtivas. A busca pelo campo de estágio é uma busca ativa, por parte do estudante. Para realizar o estágio curricular, o estudante deve estar matriculado na disciplina de estágio e pode buscar vagas de estágio remunerado, oferecidas pelas organizações. Para isso, é preciso que a organização tenha um preceptor formado em jornalismo, seja firmado o convênio com a instituição de ensino e o empregador, para, posteriormente, ser feito o contrato de estágio entre as partes: estudante, instituição de ensino e organização contratante. Estudantes que não encontram vagas remuneradas de estágio vivenciam a disciplina nos campos de estágio que são oferecidos pelo curso de Jornalismo em assessoria de imprensa ou comunicação e veículos de mídia, a partir de parceria ou convênios de estágio com o curso.

Os estudantes são divididos em grupos, de acordo com os campos de estágio, e são orientados por um docente formado em jornalismo, nos encontros realizados durante o semestre. Os encontros em grupo têm a finalidade de discutir sobre o fazer do jornalismo e acompanhar os estudantes em suas atividades de estágio.

5. O QUE REVELAM OS RELATÓRIOS DE ESTÁGIO

Inicialmente, a análise documental revelou que os materiais presentes no relatório não cumprem os objetivos pedagógicos propostos para a avaliação da etapa de formação do estudante. Observamos que ambos os documentos são deficientes e têm problemas. Tal debilidade fez perceber que o instrumento de avaliação do estágio precisava ser revisto, porque ele não permitia a avaliação posterior do processo e sua formulação induzia os estudantes a erros no preenchimento do instrumento.

O formulário com funções e carga horária é genérico e, em geral, os estagiários o preenchem com palavras-chave que se repetem durante todo o formulário. Não há, portanto, uma descrição sobre o que realmente os estudantes fazem no estágio ou como é o processo produtivo ao qual estão vinculados no campo de estágio. Sem essas informações, não há como saber que tipo de prescrição é feita ao estudante, ou que competências têm sido solicitadas a eles para realizar as atividades, ou, ainda, se as atividades cumprem, como

26. BARROS, Janaina Visibeli. **Conglomerados midiáticos regionais**: os meios de comunicação como meios de produção na territorialização do capital. 2019. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

processo de formação profissional, quais são as dificuldades no processo e os aprendizados.

O resumo expandido também não cumpre seu objetivo como instrumento de avaliação do estágio, apesar do esforço para fazer o estudante pensar teoricamente a atividade. Esse documento acaba por se configurar como um texto que pode ser posteriormente desenvolvido pelo estudante e submetido a eventos científicos no campo da comunicação — o que é bom para a formação do futuro profissional e reforça a necessidade de tomar o estágio como um espaço teórico/prático. Como instrumento de avaliação, todavia, as leituras dos resumos revelam que a maior parte deles foge do estágio como tema. Eles se configuram mais como uma resenha das referências bibliográficas usadas como apoio ao estágio e menos como uma descrição sobre o que se faz no estágio, os ganhos dessa experiência, os confrontos vividos na realização das atividades e suas descobertas.

Essas conclusões — a rigor, debilidades — já foram compartilhadas com a coordenação de estágio do curso de Jornalismo, que reviu a documentação. Novo relatório de estágio foi construído com a colaboração dos orientadores de estágio e da equipe do projeto, com vistas a identificar as funções, o processo produtivo, as prescrições do trabalho, os desafios, a maior ou menor adequação ao campo profissional do Jornalismo ou da Comunicação.

6. SOBRE AS FUNÇÕES, PRESCRIÇÕES DO TRABALHO E COMPETÊNCIAS

Para compreender as habilidades que esses estagiários desenvolvem ao realizar suas funções, a pesquisa pretendia partir do detalhamento da atividade realizada pelo estagiário. Entretanto, como esse detalhamento não aparece nos relatos, tal objetivo não pôde ser cumprido durante o processo de análise. A alternativa foi categorizar por palavras-chave as funções e atividades indicadas pelos estudantes nos formulários e buscar, nos resumos expandidos, outras informações que qualificassem as informações presentes no formulário.

Essa categorização permitiu um levantamento inicial das principais atividades realizadas pelos estagiários, e elas nos dão indícios de competências que são mobilizadas na realização das atividades (Quadro 1).

Quadro 1: Compilado de palavras-chave de funções realizadas pelos estagiários Jornalismo 2021

Nº	Palavras-chave das funções	Área ou local	Campo de trabalho
1	Verificar mensagens, produção de textos, produção de legendas, criação de arte, <i>webwriter</i> .	Agência de MKT/ Publicidade/ Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
2	Produção de arte, produção de release, publicação de conteúdo digital.	Assessoria de Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
3	Redação de texto, edição, gravação de produtos audiovisuais.	Assessoria de Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
4	Produção de card, produção de legenda, produção de <i>Reels</i> , produção de texto didático.	Assessoria de Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
5	Escolha de pautas.	Assessoria de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
6	Produção de material jornalístico, produção e divulgação de releases, contato com clientes, agendamento de postagens.	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
7	Responder <i>directs</i> , responder comentários, criar legenda.	Agência de MKT/ Publicidade/ Comunicação	Fora do Campo da Comunicação
8	Produção de conteúdo.	Assessoria de Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
9	Produzir boletim, produzir notícia.	Assessoria de Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
10	Desenvolvimento de artes, produção de posts.	Agência de MKT/ Publicidade/ Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
11	Postagens de artes, responder comentários de <i>directs</i> , <i>feed</i> e <i>timeline</i> .	Assessoria de Comunicação	Fora do Campo da Comunicação
12	Designer gráfico, stories para Instagram, texto + <i>stories</i> .	Assessoria de Imprensa	Dentro do Campo da Comunicação
13	Escrita de copy, elaboração de roteiro, criação de copy.	Agência de MKT/ Publicidade/ Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
14	Ajuste de texto.	Agência de MKT/ Publicidade/ Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
15	Elaboração de texto.	Agência de MKT/ Publicidade/ Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
16	Interação no perfil dos clientes, realização de atendimentos, responder comentários e mensagens.	Agência de MKT/ Publicidade/ Comunicação	Fora do Campo da Comunicação
17	Elaboração de texto, elaboração de pauta.	Assessoria de Imprensa	Dentro do Campo da Comunicação
18	Agência.	Agência de MKT/ Publicidade/ Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
19	Produção de textos, <i>social media</i> , copy, produção de <i>stories</i> .	Agência de MKT/ Publicidade/ Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
20	Produção de <i>releases</i> .	Assessoria de Imprensa	Dentro do Campo do Jornalismo
21	Produção de pautas.	Assessoria de Imprensa	Dentro do Campo do Jornalismo

Nº	Palavras-chave das funções	Área ou local	Campo de trabalho
22	Produção de artigo, produção de <i>designer</i> , produção de conteúdo.	Assessoria de Imprensa	Dentro do Campo da Comunicação
23	Elaboração de pauta, criação de roteiro, desenvolvimento de reportagem.	Assessoria de Imprensa	Dentro do Campo do Jornalismo
24	Produção de <i>clipping</i> , atualização de <i>mailing</i> , produção de arte gráfica.	Assessoria de Imprensa	Dentro do Campo da Comunicação
25	Pesquisa e apresentação ao vivo, produção de pauta, checagem, criação de matéria jornalística, locução das matérias, postagem das matérias no site.	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
26	Escrita de pauta, pesquisa, apuração, revisão.	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
27	Ronda e seleção de conteúdo, produção de conteúdo.	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
28	Apresentação ao vivo, produção de pauta, checagem, criação de matéria jornalística.	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
29	Produção de texto, produção de artigo, diagramação de texto, produção de pauta.	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
30	Pesquisa e apuração, escrita de pauta.	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
31	Diagramação de jornal.	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
32	Produção de notas, agendamento de entrevistas	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
33	Pesquisa, entrevista e gravação de material.	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
34	Apuração, ronda.	Veículo de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo
35	Produção de texto, texto para blog.	Agência de MKT/ Publicidade/ Comunicação	Dentro do Campo da Comunicação
36	Escolha de pauta.	Assessoria de Comunicação	Dentro do Campo do Jornalismo

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A diversidade de palavras-chave que aparecem no Quadro 1 indica a não restrição do estágio ao campo do fazer jornalístico. Como é possível identificar, há atividades realizadas pelos estagiários que não são reconhecidas — ao menos não até agora — pelo escopo deontológico do jornalismo, como as funções “design”, “criação de *posts*”, “escrita de *copy*”, “criação de *copy*”, “mídia social”, “produção de *Stories*”, “*webwriter*”, “produção de *Reels*”, “produção de *cards*”, dentre outras.

Os estudantes também usam expressões genéricas para caracterizar o próprio trabalho, o que nem sempre permite conhecer o tipo de atividade que, de fato, é feita em campo. A expressão “produção de conteúdo”, por exemplo, é uma dessas generalizações. Ela aparece na descrição das funções nos relatórios de estágio 8, 22 e 27, podendo ser realizada em todos os campos de estágio e tanto tratar de conteúdo jornalístico como de conteúdo para perfis em redes sociais.

A “produção de legendas” também é um termo recorrente nos relatos dos estudantes. A rigor, essa não é uma atividade nova para o jornalismo — nova

é a forma como ela tem sido apropriada no contexto das plataformas, especialmente de redes sociais. A legenda é o texto que acompanha a postagem de uma imagem no Instagram, e sua formatação cumpre com as lógicas de produção e consumo desse meio de comunicação.

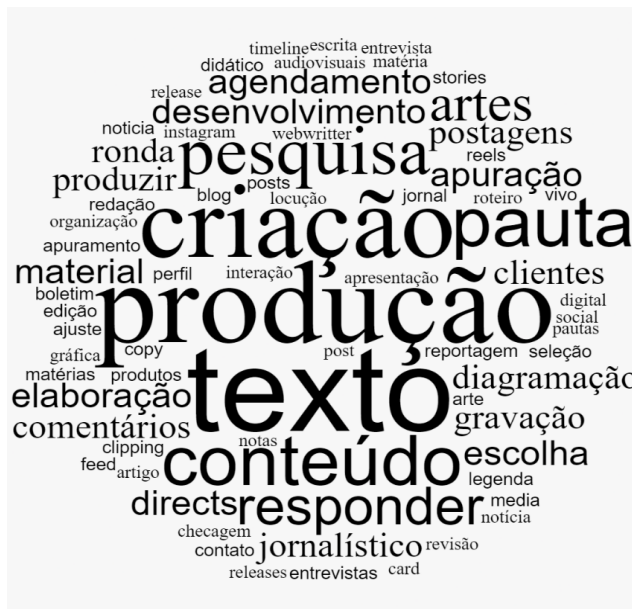
Vemos, ainda, termos como “atualização de *mailing*”, “produção de *clipping*”, “produção de *release*”, “produção de boletim”, que marcam o fazer em assessorias de comunicação ou imprensa. Um tipo de labor da comunicação que se mantém como atividade de jornalistas.

Fazeres jornalísticos como “apresentação ao vivo”, “entrevista”, “produção de pauta”, “checagem”, “apuração”, “locação de matérias” são alguns dos exemplos que aparecem nos relatórios e que carregam as marcas deontológicas da atividade.

7. O VALOR DO ESTÁGIO NO JORNALISMO

A demanda por trabalhadores da comunicação, que tem levado os jornalistas menos a veículos de comunicação e mais a agências de comunicação e assessorias, é percebida pelos próprios estudantes e manifesta nos relatos sobre o estágio. Como exemplo disso, o sujeito do relatório de número 16 relata que essa mudança oferece novas oportunidades de atuação: “Hoje, porém, ele tem a possibilidade de percorrer outros caminhos dentro do campo da comunicação, deixando o jornalismo em segundo plano para apostar na produção de conteúdo para a internet”. O sentido, expresso por “jornalismo em segundo plano”, do aproveitamento dos conhecimentos adquiridos na formação em outros campos da comunicação foi uma tendência observada também nos outros relatos dos estagiários que atuaram em agências e assessorias, vistos nos relatórios. Em alguns casos, esses estagiários, atuando em agências de comunicação, deixaram de referenciar o jornalismo nos resumos expandidos, e a ausência da palavra dá indícios da falta de percepção do valor do estágio no processo de formação para a atuação profissional como jornalista. Nossa hipótese é a de que, para eles, importa mais ter o trabalho, não importa se será como jornalista, como comunicador social genérico — ou qualquer atividade em que possam ser empregados.

Para contribuir para esse entendimento do aparecimento das funções, da forma como são nomeadas pelos estagiários, foi produzida uma nuvem de palavras. Na nuvem, preferimos não remover as conexões “e”, “de”, nem palavras que têm significados parecidos, uma vez que revelam conexões com outros termos.



A palavra que toma centralidade e destaque na nuvem é “produção”, auxiliada por “criação” e “texto”. A partir dos relatos, conclui-se que a produção estava, em muitos casos, relacionada a texto — “produção de texto” — ou, ao menos, a um tipo de produto textual, tal como “boletins”. Mas, em geral, investigando diretamente que tipo de texto estava sendo produzido, foi possível averiguar que, normalmente, trata-se de textos comerciais ou *copywriter* (“*copy*”), categoria dos textos publicitários. Em outros dois casos, o texto produzido eram legendas para postagens no Instagram, que também possuem uma linguagem comercial. Essa mudança, para os estagiários de organizações empresariais e agências de comunicação (campo da comunicação), emerge no aparecimento do “cliente”, termo que passou a ser escolhido por aqueles estudantes atuando em agências de comunicação e, em alguns casos, nas assessorias. A ideia de audiência, espectador, leitor e/ou ouvinte passa a operar sob o modelo dos profissionais de *marketing* e publicidade.

Nesses casos, o que se esclarece é uma substituição da produção discursiva do jornalista, em que se privilegia o discurso do *marketing*, nos trabalhos em agências de comunicação e assessorias. Nessas atividades, os estagiários são diretamente influenciados pelo formato das plataformas, especialmente voltadas para as redes sociais. Elas transformam o tipo e a expressão linguística que os estagiários de jornalismo produzem – uma vez que precisam organizar o texto nas condições adequadas para aumentar o engajamento no Instagram ou o posicionamento da página no buscador de pesquisa, como o Google SEO

— algoritmo de ranqueamento de *sites* do Google, citado diversas vezes pelos estagiários de agências de comunicação.

O fenômeno se repete, com “produção” de “*stories*”, “produção” de “*Reels*”, “*postagens*”, “*posts*” e “Instagram”, “*Stories*”, que fazem ver novas formas de produção de material dentro da comunicação, prescritas pelo modelo de produção das plataformas. A “produção de conteúdo” aparece nos relatos como a produção de produtos voltados às redes sociais, como produção de design gráfico ou de textos (como legendas de publicações).

Por sua vez, as palavras “matéria”, “pauta”, “ronda”, “apuração”, “jornalístico” também aparecem na nuvem de palavras. Elas, todavia, não possuem o mesmo destaque em termos de menções, surgindo em segundo plano, e estão especialmente relacionadas ao trabalho realizado em veículos de comunicação: rádio, TV, portal e impresso. São nesses locais de trabalho que mais se manifestam as marcas deontológicas reconhecidas para a atividade do jornalismo, segundo o cruzamento de informações sobre o local de trabalho e as atividades realizadas, que estão manifestas nos relatórios.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No que se refere ao estágio como atividade teórica/prática, observamos, pela fragilidade dos relatórios como instrumento de avaliação, que a metodologia do estágio precisa ser revista, para que esse momento da vida estudantil seja assumido como espaço de práxis profissional e pesquisa sobre a formação dos jornalistas. Nesse sentido, os instrumentos de avaliação do estágio devem ser meios de coleta da realidade em observação, em vez de mero documento burocrático, que é preenchido para cumprir formalidades institucionais.

Como é possível observar pelos dados analisados, a plataformização do trabalho da comunicação e do jornalismo se apresentou em todos os campos de estágio. Todos os relatórios analisados indicam que, seja no trabalho para veículos de mídia, agências de comunicação/publicidade/*marketing* ou assessoria de comunicação/imprensa, todos os jornalistas e estagiários estão realizando atividades voltadas para as mídias sociais e usam as plataformas para cumprir *essa* função. Não fica claro, contudo, que tipo de competência tem sido solicitada; há uma variedade de prescrições que se localizam em um campo difuso, entre a construção de narrativas e locuções estritamente retóricas, que comumente são associadas à atividade da redação publicitária. Tampouco há clareza quanto às prescrições para a execução das ações — mas pouco ou nada é reconhecível entre aquelas que, geralmente, são atribuídas pela deontologia do jornalismo. Em outras palavras: as exigências que surgem no campo de estágio para estudantes de jornalismo pouco dialogam com o saber-fazer do jornalismo que se estrutura no percurso de aprendizagem da profissão. Parece haver uma relevância cada vez maior de um tipo de trabalho em que o trabalhador deve seguir, *curtir* ou comentar perfis em redes sociais,

para falsear um engajamento orgânico do *cliente*, atividades identificadas com o denominado microtrabalho²⁷.

Outro dado relevante da leitura e análise dos relatórios foi a ausência das palavras “comunicação” e “jornalismo” em vários relatórios. Também encontramos documentos em que não havia qualquer menção ao processo de formação profissional do jornalismo em interface com o estágio, o que coloca questões sobre o tipo de estágio feito e como ele qualifica a formação do estudante.

Encontramos um relatório no qual a descrição do estágio revela que a atividade vivida pelo estudante foge completamente do campo da comunicação e do jornalismo. O estudante realizava trabalho em Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC). Nessa atividade, o estagiário controla as reclamações feitas em aplicativo de mensagens, como WhatsApp, ou perfil de rede social, como Messenger no Facebook. Apesar de o ambiente de trabalho ser nas plataformas, monitorando o relacionamento comercial da organização com o cliente, essa atividade falseia o campo de estágio da comunicação e, é forçoso concluir, não colabora para a formação profissional do jornalista, sua qualificação e inserção no mercado. Ao contrário, condiciona o estudante a um ambiente de exploração do estágio como mão de obra precarizada.

Pelo exposto, é possível observar que as análises dos relatórios nos colocam novas questões de pesquisa, tanto sobre a atividade dos jornalistas quanto sobre o estágio no processo de formação profissional. Para responder a essas e outras questões, a segunda etapa da pesquisa será qualitativa, com a escuta dos estudantes. Esperamos que os dados nos tragam respostas sobre o perfil dos profissionais, as competências solicitadas nos estágios, os dilemas enfrentados pelos estudantes, os aprendizados em relação à profissão e as transformações da atividade dos jornalistas, que não puderam ser observadas na análise documental dos relatórios de estágio.

REFERÊNCIAS

BARROS, Janaina Visibeli; FILHO RASLAN, Gilson. Distante do “Passaralho”: trabalho da comunicação no interior de Minas Gerais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15., São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: SBPJor, 2017. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2017/trabalhos/distante-do-passaralho-trabalho-da-comunicacao-no-interior-de-minas-gerais?lang=pt-br> Acesso em: 28 fev. 2025.

BARROS, Janaina Visibeli; FILHO RASLAN, Gilson Soares. Novas funções da comunicação no contexto de plataformização do trabalho. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 23, n. 46, 2024. <https://doi.org/10.55738/alaic.v23i46.1122>

27. VIANNA, Matheus. Heteromação e microtrabalho no Brasil. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 23, n. 57, p. 134-172, 2021. <https://doi.org/10.1590/15174522-111017>

BARROS, Janaina Visibeli. **Conglomerados midiáticos regionais: os meios de comunicação como meios de produção na territorialização do capital.** 2019. Tese (Doutorado Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CES n.º 1, de 27 de setembro de 2013.** Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências. Brasília: MEC, 2013. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 18 de fev. 2025.

FIGARO, Roseli *et al.* As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 17.. **Anais [...]**. Goiânia: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2019.

FIGARO, Roseli *et al.* **Relatório da pesquisa - Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19: ...1 ano e 500 mil mortes depois.** São Paulo: ECA-USP; Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. Disponível em: https://comunicacaoetrabalho.eca.usp.br/publicacoes_cpct/como-trabalham-os-comunicadores-no-contexto-de-um-ano-da-pandemia-de-covid-19-1-ano-e-500-mil-mortes/. Acesso em: 28 maio 2025.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide:** por uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesse:** Ensaio de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.

GROHMANN, Rafael. Trabalho digital: o papel organizador da Comunicação. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 166-185, 2021. <https://doi.org/10.18568/cmc.v18i51.2279>

HABEMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública:** Investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HELMOND, Anne. A Plataformização da Web. *In: OMENA, Janna Joceli (org.). Métodos digitais: teoria, prática, crítica.* Lisboa: Instituto de Comunicação da Nova, 2019. p. 50.

LIMA, Samuel *et al.* **Perfil do Jornalista Brasileiro 2021:** características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quórum

Comunicações, 2022. Disponível em: <https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/06/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf> Acesso 18 fev. 2025.

MOLIANI, João Augusto. Hibridismo profissional e a nova categoria de trabalhadores nas agências de comunicação. *In: 45º INTERCOM Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2022, João Pessoa. Anais INTERCOM*. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0809202211542662f275221b38b.pdf>. Acesso em: 9 abr. 2025.

PIMENTA, Selma Garrido; LIMA, Maria Socorro Lucena. **Estágio e docência**. São Paulo: Cortez, 2017.

SILVA, Naiana Rodrigues da. **As relações de comunicação e de trabalho de jovens jornalistas cearenses: um estudo sobre as dramáticas do uso de si, o ethos e a deontologia profissionais**. 2022. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The Platform Society**: New York: Oxford, 2018.

VIANNA, Matheus. Heteromação e microtrabalho no Brasil. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 23, n. 57, p. 134-172, 2021. <https://doi.org/10.1590/15174522-111017>

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

ZENEIDA KUENZER, Acacia. Conhecimento e competências no trabalho e na escola. **Boletim Técnico do Senac**, Rio de Janeiro, v. 28, n. 2, p. 2-11, 2002. Disponível em: <https://www.bts.senac.br/bts/article/view/539>. Acesso em: 18 fev. 2025.