

Jornalismo e mercado de trabalho no Espírito Santo: características do território na percepção dos empregadores

Journalism and the labor market: territorial aspects from the employers perspective

Periodismo y mercado laboral: aspectos territoriales desde la perspectiva de los empleadores

Debora Sonegheti

Universidade Federal do Espírito Santo
Vitória - ES, Brasil

deborasonegheti@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0007-2594-0700> 

Rafael Bellan Rodrigues de Souza

Universidade Federal do Espírito Santo
Vitória - ES, Brasil

rafaelbellan@yahoo.com.br

<https://orcid.org/0000-0003-0165-2927> 

Resumo: Este artigo analisa transformações no mercado de trabalho para jornalistas e apresenta o recorte do estado do Espírito Santo. A partir de entrevistas realizadas com gestores de veículos de comunicação, entidades públicas, empresas privadas e ONGs, o estudo investiga a reconfiguração das funções e a precarização do trabalho jornalístico, influenciadas pela nova economia e pelas crises do capitalismo. O referencial teórico parte da concepção de Antunes (2005) sobre a nova morfologia do trabalho e da teoria do jornalismo de Genro Filho (1987). A análise das entrevistas, alinhada ao referencial teórico, permite identificar as características do trabalho do jornalista no território investigado e os impactos das transformações do mundo do trabalho no jornalismo, com destaque para a crise de identidade da profissão. Em concordância com as pesquisas realizadas nacionalmente, o estudo revela um mercado concorrido, em que a ausência de posições na mídia tradicional afasta o trabalhador do fazer e da ética da profissão, gerando um processo de reificação e estranhamento.

Palavras-chave: jornalismo; comunicação e trabalho; mercado de trabalho.

Abstract: This article analyzes transformations in the labor market for journalists, focusing on the market in the state of Espírito Santo, Brazil. Based on interviews with managers of media outlets, public entities, private

companies, and NGOs, the study examines the reconfiguration of roles and the precarization of journalistic work, influenced by the new economy and capitalism crises. The theoretical framework draws on Antunes (2005) concept of the new morphology of work and Genro Filho's (1987) journalism theory. The analysis of the interviews, in alignment with the theoretical references, identifies the characteristics of journalistic work in the investigated territory and the impacts of labor market transformations on journalism, emphasizing the identity crisis. In line with national research, the study reveals a competitive market where the lack of opportunities in traditional media drives workers away from journalistic practice and ethics, resulting in a process of reification and estrangement.

Keywords: journalism; communication and work; labor market.

Resumen: Este artículo analiza las transformaciones en el mercado laboral para periodistas, con un enfoque en el estado de Espírito Santo, Brasil. Basado en entrevistas con gestores de medios de comunicación, entidades públicas, empresas privadas y ONGs, el estudio examina la reconfiguración de roles y la precarización del trabajo periodístico, influenciadas por la nueva economía y las crisis del capitalismo. El marco teórico se basa en el concepto de Antunes (2005) sobre la nueva morfología del trabajo y en la teoría del periodismo de Genro Filho (1987). El análisis de las entrevistas, alineado con las referencias teóricas, identifica las características del trabajo periodístico en el territorio investigado y los impactos de las transformaciones del mercado laboral en el periodismo, destacando la crisis de identidad de la profesión. En consonancia con investigaciones realizadas a nivel nacional, el estudio revela un mercado competitivo en el que la falta de oportunidades en los medios tradicionales aleja a los trabajadores de la práctica periodística y de su ética, generando un proceso de cosificación y extrañamiento.

Palabras-clave: periodismo; comunicación y trabajo; mercado laboral.

O trabalho do jornalista está inserido num cenário de enormes desafios impostos pela lógica econômica vigente – diminuição dos postos de trabalho, pejetização, mudanças estruturais velozes e irreversíveis, precarização e desvalorização da profissão. São características do que Antunes (2005) define como a nova morfologia do trabalho, na qual se multiplicam as modalidades mais desregulamentadas, como os terceirizados e os flexibilizados. Nesse contexto, destacam-se pesquisas que buscam compreender as novas configurações da profissão (Adghirni e Pereira, 2011, Lelo, 2019, Mick; Lima, 2022), buscando pensar suas crises e catalogar os percursos dos trabalhadores e instituições que compõem um mercado de trabalho tão complexo.

Este artigo reúne perspectivas e reflexões sobre o mercado de trabalho em jornalismo resultantes de pesquisa desenvolvida na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), realizada entre 2021 e 2023, buscando compreender as transformações recentes nas formas de inserção profissional nesse território (Sonegheti, 2023).

O corpus empírico do estudo inclui uma série de entrevistas realizadas com gestores em veículos de comunicação, entidades públicas, empresas privadas e organizações não governamentais no Espírito Santo, abordando as transformações que têm impactado as condições de trabalho dos jornalistas e as oportunidades no mercado formal de emprego, a precarização do trabalho jornalístico e a reconfiguração das funções jornalísticas, influenciados pela lógica da nova economia e pelas crises do capitalismo.

Os resultados apontam que os jornalistas capixabas têm buscado alternativas fora do mercado tradicional, como assessorias de imprensa, agências de publicidade e empresas de outros setores, embora muitas dessas vagas não exijam habilidades estritamente jornalísticas, realidade que se assemelha aos dados apontados pelas pesquisas a nível nacional.

Nosso objetivo é destacar um recorte das entrevistas, em que os gestores participantes apontam suas impressões acerca do mercado investigado. São percepções, opiniões, que permitem delinear aspectos do território que impactam diretamente na empregabilidade e nas rotinas dos trabalhadores.

Como método de abordagem, adotamos uma perspectiva materialista-histórica, por isso, a interpretação das entrevistas não foi feita de forma isolada, mas mediada na conexão dos resultados obtidos com a totalidade, ou seja, partimos da aparência fenomênica de como a problemática se expressa para chegar à essência (Netto, 2011).

Assim, partimos da investigação sobre o que é o trabalho do jornalista e também do que denominamos crise de identidade da profissão, para em seguida destacar e analisar os trechos e apontamentos dos entrevistados que contribuem não só para uma cartografia do mercado de trabalho, mas para a compreensão dos desafios que as novas exigências e funções impostas ao jornalista representam para o trabalhador, especialmente no que diz respeito à identidade profissional.

O contexto capixaba

Segundo dados do Atlas da Notícia (VOLT DATA LAB, 2022, on-line), o Espírito Santo possui 206 veículos ativos, sendo 41 na capital, Vitória. Esse número o coloca entre os estados com o menor número de veículos por habitante, tendo inclusive 27 dos seus 78 municípios considerados pelo mapeamento como desertos de notícia.

Apesar da credibilidade do estudo, no portal onde as informações ficam reunidas alguns veículos se repetem. Além disso, a pesquisa considera separadamente veículos dentro de um mesmo grupo de comunicação, como rádio, tv e online, sendo que, na realidade capixaba, já há algum tempo os mesmos trabalhadores produzem para 2, 3 ou mais veículos distintos dentro de uma mesma redação, como foi confirmado pelas entrevistas realizadas neste trabalho. Assim, acreditamos que o número de veículos ativos e os espaços de trabalho na mídia para jornalistas no Espírito Santo seja ainda menor. O mapeamento também aponta que a maioria dos veículos ativos no estado possui um

número reduzido de funcionários, sendo alguns com apenas um trabalhador (operação individual ou blog), e outros nas faixas de 1 a 5, 6 a 9 e 10 a 29 trabalhadores.

De acordo com o Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior do e-MEC (2023, on-line), existem 20 cursos de jornalismo ativos e reconhecidos pelo Ministério da Educação disponíveis no Espírito Santo. Quatro são presenciais: Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), Centro Universitário Faesa, Universidade Vila Velha (UVV) e Faculdade Estácio de Sá. Os outros 16 operam em modalidades híbridas ou completamente à distância, tendo sede inclusive em outros estados. Esse é um movimento que se intensificou nos últimos anos, visto que o curso mais antigo oferecido remotamente data de 2017.

Ainda segundo a plataforma do MEC, somente os quatro cursos presenciais são capazes de acolher 392 novos alunos anualmente, o que nos leva a crer que o número de jornalistas em formação no estado é superior à capacidade dos veículos em acomodar esses futuros trabalhadores.

Um levantamento da Federação Nacional dos Jornalistas realizado no primeiro ano da pandemia da Covid-19 mostra que, no Espírito Santo, 100 jornalistas tiveram seu salário reduzido em 25%, enquanto 30 foram demitidos (FENAJ, 2020). Mais recentemente, dados do Sindijornalistas-ES apontam que, em julho de 2023, 19 jornalistas foram demitidos em reestruturação da Rede Gazeta, maior grupo de comunicação no estado.

Repetidas vezes o sindicato precisou prestar suporte aos jornalistas demitidos pela Rede Tribuna, entrando com ações jurídicas coletivas para que os trabalhadores possam receber sua rescisão. O grupo, um dos que mais demitiu jornalistas, está em recuperação judicial e perdeu a concessão do SBT em 2023.

Também neste ano, o Ministério Público do Trabalho multou a Rede Vitória (Record no ES) em R\$ 416.525,00 após a emissora ter descumprido a legislação quanto às jornadas de trabalho, ao extrapolar frequentemente a carga horária legal, além de infringir os direitos à intrajornada e interjornada, como de intervalos para lanches e almoço (Sindijornalistas, 2023).

Dados como os indicados pela pesquisa da Fenaj e pelo Sindijornalistas-ES expõem uma situação de escassez e precariedade nas oportunidades de trabalho formal em veículos de mídia na Grande Vitória – onde estão situadas a maioria das organizações. Uma alternativa aos jornalistas capixabas para continuar atuando na área, mesmo que como “mídia das fontes” (Sant’anna, 2006), são as oportunidades em assessorias de imprensa ou departamentos de comunicação dos órgãos públicos, como prefeituras e

secretarias, que também não são suficientes para abarcar todos os trabalhadores disponíveis no estado.

Posta essa realidade, entendemos que a maioria dos profissionais do campo será levada a buscar outras formas de atuar além da mídia tradicional. Para tanto, surgem no cenário assessorias de imprensa, agências de publicidade, empresas privadas de atuação nos mais diversos setores, startups e demais empreendimentos, que se aproveitam das habilidades do jornalista para publicitar e vender seus serviços e produtos (Mick, 2015).

A busca de vagas do LinkedIn – rede social que se ocupa do mundo do trabalho e suas relações – é um exemplo da diversidade de nomes e descrições funcionais das vagas destinadas a profissionais da comunicação, sejam essas com foco em atividades mais tradicionais, como veículos de mídia e assessorias de imprensa, ou em contornos alternativos e funções de cunho não jornalístico (como o trabalho em agências de publicidade e demais empresas privadas).

Alguns dos cargos disponíveis no estado do Espírito Santo oferecidos na plataforma para atuar no campo da comunicação são “analista de marketing”, “analista de comunicação”, “analista de conteúdo”, “assistente de marketing” e “analista de mídia performance”. Já quando a palavra-chave é “jornalista”, é comum não haver vagas disponíveis para atuação no estado.

A liquidez dos termos e denominações utilizadas para se referir ao profissional da comunicação não é apenas uma mudança neutra e natural, característica de uma nova realidade do mundo do trabalho. A dissolução das identidades profissionais que originalmente se definiram dentro de contornos mais delimitados – a exemplo de “jornalista” ou “assessor de imprensa” – se apresenta como uma nova forma de exploração da força de trabalho pelo capital, que adquire sempre novas conformações para continuar existindo.

No processo de desvendar e compreender as mudanças econômicas e sociais responsáveis por moldar a forma como os sujeitos se comportam e se enxergam no mundo, acreditamos na importância de desnaturalizar situações que pareçam simplesmente uma evolução natural da condição humana. A naturalidade intrínseca às coisas obscurece o caráter histórico do capitalismo e, assim, contribui muito para sua aceitação e manutenção (Grespan, 2021, p. 45).

Ao mesmo tempo, a compreensão dessa nova morfologia do trabalho, da qual faz parte a dissolução da identidade profissional, é importante para a investigação das possibilidades e dos caminhos profissionais a serem almejados por aqueles que escolhem o jornalismo como carreira.

Jornalismo, trabalho e crise de identidade

Em uma das pesquisas mais relevantes e recentes sobre o trabalho do jornalista, o Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 (Mick; Lima, 2022, p. 52), 34,9% dos participantes declaram uma ocupação “fora da mídia, em outras atividades (assessoria de imprensa ou comunicação, produtoras de conteúdo para mídias digitais [...])”. Os jornalistas que trabalham nesses espaços podem utilizar dos conhecimentos e habilidades característicos da profissão para exercer sua função, ou seja, realizar “ações que utilizam conhecimento jornalístico”.

Embora o Código de Ética do Jornalista Brasileiro (2007) enfatiza o compromisso com a verdade e a divulgação de fatos de interesse público como fundamentos do trabalho do jornalista, muitos dos novos cargos e funções atribuídas a esse profissional se distanciam desse ethos.

Essas funções, ainda que utilizem técnicas jornalísticas, não necessariamente produzem o conhecimento crítico associado ao jornalismo como aponta Genro Filho (1987), muitas vezes reduzindo-se a conteúdos sem as mediações sociais e analíticas exigidas para a construção de um conhecimento jornalístico capaz de capturar a singularidade dos eventos sociais em seu contexto:

Pode-se falar do jornalismo como uma forma de conhecimento porque, distinto da comunicação elementar e cotidiana, não se trata de algo espontâneo associado naturalmente à consciência individual e às relações externas imediatas de cada pessoa, mas de um processo que socialmente coloca complexas mediações objetivas, que implica uma divisão do trabalho e – por consequência - um fazer e um saber específico. (Genro Filho, 1987, p. 137)

Nem todo conteúdo produzido e distribuído, mesmo o que em forma e técnica possa se assemelhar da notícia, é jornalismo. Como defende Pontes (2017), “ao jornalista não cabe a reprodução superficial da realidade sem considerar analítica e criticamente quais mediações engendram o fato social, quais mediações condicionam as consequências desses fatos sociais e mobilizam o próprio fazer do jornalismo” (p. 178).

Ao tratar do trabalho do jornalista e da configuração desse mercado de trabalho – um objeto em constante transformação – corremos o risco de cair em suposições superficiais se olharmos somente para a estrutura contingente dessa prática, para o que parece estar posto como a realidade do mercado. Propomos definir o trabalho do jornalista por um exercício dialético de escrutínio da realidade e confrontá-la com a teoria e com a

essência do jornalismo (Genro Filho, 1987), não para proferir a mesma sentença lugar-comum de que a prática é diferente da teoria, mas para compreender até que ponto as fronteiras de atuação profissional do jornalista têm sido dissolvidas e suas habilidades apropriadas em outros espaços, movimento que contribui para a perda ou confusão do jornalista em relação à sua identidade profissional.

Neste trabalho, entendemos a chamada crise do jornalismo como integrante da crise estrutural da ordem sócio-metabólica do capital (Mészáros, 2002). Mas consideramos que há outra crise, indissociável da totalidade, que apresenta contornos específicos da profissão jornalista. Uma crise de identidade profissional, desencadeada por fatores como: - a crescente ausência de contornos bem delineados a respeito de funções e atividades e a incompatibilidade com o ethos profissional do jornalista; - a ascensão dos ‘produtores de conteúdo’ nas plataformas, que colocam em xeque a relevância e necessidade de trabalhadores formalmente treinados para exercer funções semelhantes; - as exigências sobre o comportamento e o perfil de trabalhador imposto pelos empregadores, que intensificam o processo de reificação do trabalho e constantemente exigem uma quebra com a ética e os códigos da profissão.

O acúmulo de funções, para além de integrar a lista de questões que configuram a precarização do trabalho do jornalista, afeta o entendimento desses trabalhadores sobre sua identidade profissional. Ao analisar o impacto da reestruturação das empresas de comunicação na identidade profissional dos jornalistas no Estado de São Paulo, Lelo (2020, p. 201) identifica, entre dados sobre demissões, contratações flexíveis, baixa remuneração e até demandas que exigem a violação do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, experiências de sofrimento e contradição dos jornalistas com o seu fazer profissional.

Souza (2018, p. 58) aponta a ascensão dos prodsumidores (usuários consumidores e criadores de conteúdos) como um dos fatores para um questionamento cada vez maior do papel dos jornalistas na elaboração de narrativas noticiosas: “Essa crise de identidade soma-se a uma constante e gradual perda de credibilidade das mídias convencionais que, por assumir uma lógica mercantil acelerada, tem proporcionado o esvaziamento de seu poder investigativo”.

Quando qualquer pessoa com acesso à internet e um aparelho conectado pode publicar textos, vídeos e imagens, inclusive nas mesmas plataformas utilizadas pelas empresas tradicionais do jornalismo, é plausível que o papel do profissional especializado da área seja questionado tanto pelo público quanto por si próprio; o primeiro, sente-se empoderado e protagonista, numa posição de poder que antes ficava restrita à poucos; o

segundo, em oposição, sente o prestígio e exclusividade da sua função perder brilho e relevância, ao perceber que um dos grandes trunfos da imprensa, um dia vista como “o quarto poder” (Ramonet, 2013), se tornou uma mercadoria disputada e dividida por pessoas físicas e jurídicas no oceano de possibilidades das plataformas.

Sobre a flexibilização das fronteiras entre produtores e audiência no âmbito do processo comunicacional, Adghirni e Pereira (2011) mostram que as estratégias de colaboração do público podem gerar conflitos ou crises identitárias entre os jornalistas, como a utilização de conteúdo proveniente da audiência que não esteja alinhado com as normas e valores do jornalismo, ou influenciar no papel exercido pelos jornalistas, que deixariam de ser construtores da notícia para atuar como mediadores e facilitadores das contribuições recebidas.

A perda ou confusão do jornalista em relação à sua identidade profissional cresce à medida que o trabalhador é afastado cada vez mais do dever ético-político da profissão, do seu potencial crítico-emancipatório (Genro Filho, 1987). Nesse contexto, se intensifica o estranhamento do jornalista, que sofre na esfera do trabalho a captura de sua subjetividade e a corrosão de seus valores morais (Souza, 2017).

É partindo desse cenário conceitual que traremos alguns dos resultados alcançados na pesquisa realizada com empregadores do mercado de trabalho do Espírito Santo, escolhidos de forma a representar o cenário capixaba de empregabilidade para jornalistas.

As particularidades do território: redações enxutas e mercado competitivo

Durante as entrevistas realizadas, o roteiro foi pensado para possibilitar responder às perguntas: quais são as possibilidades de atuação para o trabalhador hoje? como elas se conectam (ou se desconectam) do ethos tradicional da profissão? Como o contexto da chamada nova economia, que configura uma nova morfologia do trabalho para todos os trabalhadores, impacta a realidade do jornalista no Espírito Santo?

Foram entrevistados 13 gestores de empresas e organizações que empregam jornalistas no estado: empresas privadas, empresas estatais, no setor público e em entidades sem fins lucrativos. Essa decisão teve como base o Guia Brasileiro de Ocupações, uma ferramenta do Ministério do Trabalho que apresenta dados das profissões regulamentadas e categoriza os empregadores de cada profissão por ‘setor econômico’ e ‘natureza jurídica’. O guia mapeia informações de diversas ocupações que se conectam ao ethos do jornalismo, tanto ao tradicional quanto às configurações que a ocupação vêm

anexando nos últimos anos. Mas, para o interesse desta pesquisa, nos restringimos a verificar os dados da ocupação de número “261125 - Jornalista”.

A escolha por entrevistar os empregadores – e não os trabalhadores – se deu com base na compreensão de que o mercado de trabalho é marcado por um movimento dialético entre trabalhadores e empresas contratantes. Movimento que é intrínseco à reprodução do capital,

[...] seja pelos processos de acumulação, com a aceleração do ciclo produtivo pela transformação técnica e paralela reinvenção do consumo, seja pela dinâmica de exclusão que joga uma massa enorme de pessoas em circuitos de mobilidade compulsória na luta pela sobrevivência cotidiana. Temos assim, pelo menos, duas interpretações bastante distintas daquilo que é percebido como desterritorialização, e que muitas vezes os discursos correntes confundem: uma, a partir dos grupos hegemônicos, efetivamente “globalizados”, outra, a partir dos grupos subordinados ou precariamente incluídos na dinâmica globalizadora (Haesbaert, 2006, p. 22).

Sobre essas duas interpretações, Haesbaert traz a abordagem do geógrafo brasileiro Milton Santos (1978), para quem o “uso” é o definidor por excelência do território. A interpretação do grupo “hegemônico” é enxergar o território como recurso; já os grupos subordinados o enxergam como abrigo, enquanto buscam “se adaptar ao meio geográfico local, ao mesmo tempo que recriam estratégias que garantam sua sobrevivência nos lugares” (Haesbaert, 2006, p. 59).

Quando o mercado de trabalho é o território, na dinâmica do capital, compreendemos trabalhadores e empregadores, respectivamente, como grupo hegemônico e grupo subordinado, entendendo que o primeiro tem o poder de ditar quem, quando e para quê o trabalhador será contratado, incluindo suas rotinas produtivas.

Quem define as regras do jogo, as descrições de cargo, a configuração e o dia-a-dia do trabalhador não é ele próprio, é a empresa. Assim, pela necessidade de se manterem ativos nesse mercado, os trabalhadores estão submetidos a uma série de demandas e exigências altamente voláteis, num contexto em que a mercadoria trabalho precisa acompanhar as mudanças cada vez mais velozes do capital.

Para cartografar o mercado de trabalho disponível para jornalistas no Espírito Santo, compreendendo quem são as organizações contratantes e quais são as vagas, dialogar com as pessoas responsáveis pela contratação dos trabalhadores traz uma perspectiva ampla sobre o posicionamento da empresa nesse processo, contribuindo para desvelar a

realidade que os jornalistas enfrentam na busca por inserção profissional, adaptação e longevidade nesse mercado. A tabela abaixo mostra a lista final de entrevistados.

Tabela 1 - Apresentação dos entrevistados

Entrevistado	Perfil da empresa	Cargo	Profissão/ formação
Gestor A	Setor público	Secretário de Comunicação	Jornalista
Gestor B	Setor público	Gerente de Comunicação	Jornalista
Gestor C	Instituição de Ensino	Supervisor de Comunicação	Publicitário
Gestor D	Empresa privada de mídia	Gerente de Comunicação Institucional	Jornalista
Gestor E	Empresa estatal	Diretor Presidente	Publicitário
Gestor F	Empresa privada	Gerente de Comunicação	Jornalista
Gestor G	Assessoria de Imprensa	Diretora/ Dona	Jornalista
Gestor H	Assessoria de Imprensa	Diretora/ CEO	Jornalista
Gestor I	Empresa privada de mídia	Diretora/ Chefe de Redação	Jornalista
Gestor J	Empresa privada de mídia	Chefe de Redação/ Repórter	Jornalista
Gestor K	Empresa estatal	Gerente de Comunicação Institucional	Jornalista
Gestor L	Empresa privada de mídia	Chefe de redação	Jornalista
Gestor M	Organização sem fins lucrativos	Secretária de Comunicação	Jornalista

Para desvendar as particularidades do território, ao final das perguntas estruturadas, decidiu-se pedir uma contribuição livre dos entrevistados com o intuito de deixá-los mais à vontade para pontuar suas percepções. Nesse momento das entrevistas, surgiram comentários descolados da postura corporativa de representante da empresa empregadora. Alguns expandiram questões já abordadas nas perguntas do roteiro, trazendo até informações de experiências anteriores de trabalho, enquanto outros trouxeram suas angústias e preocupações a respeito do futuro da profissão.

Ao categorizar as informações obtidas nesta seção, percebeu-se em parte dos entrevistados um tom de desesperança em relação ao jornalismo, principalmente àquele realizado nas redações. Já entre os mais confiantes, há aqueles que enxergam na crise

uma oportunidade, que depende do interesse e da dedicação do trabalhador. Porém, mesmo a esperança expressada nas opiniões mais integradas, aponta para uma atuação do jornalista fora das redações. Para os entrevistados, existem oportunidades no mercado capixaba, mas elas estão fora do jornalismo tradicional.

Redação está em decadência, eu acho. Cada vez menos vagas e quando tem vaga, são vagas muito sacrificantes. Você tem que fazer de um tudo. [...] Há pouco tempo atrás, há poucos anos, a gente formava e você escolhia. Você é assessor, ou você é da redação. Hoje, o mercado te proporciona fazer mais coisas. (Gestor K. Entrevista realizada em 30/10/2023).

Outra questão que ficou evidente durante as entrevistas e análise diz respeito ao enxugamento crescente das redações, com o posterior aproveitamento dos trabalhadores dispensados em funções fora da mídia, que é um dos grandes movimentos do mercado de trabalho para jornalistas no Espírito Santo.

O único impresso que ainda existe no estado faz parte de uma rede que, por exemplo, está numa briga judicial com uma outra rede de comunicação. [...] mas eu sou otimista no sentido de que tem espaço e tem mercado para quem se transforma, para quem está conectado, para quem quer ralar e trabalhar. Eu vejo que há muitas formas de você trabalhar em comunicação, tendo uma assessoria, tendo uma consultoria, entendeu? Mas no ambiente redação, eu vejo que é cada vez mais restrito. (Gestor H. Entrevista realizada em 30/10/2023).

Sobre a recolocação em outros espaços, um ponto de atenção é a possível competição dos jornalistas com profissionais de outras formações, devido ao caráter multidisciplinar das vagas. Um dos entrevistados aponta que os espaços uma vez ocupados por jornalistas nas empresas, hoje também podem receber profissionais do marketing, do design e outras profissões com conhecimentos como mídias sociais, edição e design.

O principal eu acho que é o enxugamento das vagas, né? Assim, foi diminuindo drasticamente a quantidade de vagas voltadas especificamente para jornalistas. E aí até isso... a questão, quando você vai fechando vaga dos veículos de comunicação, as pessoas precisam achar uma nova posição e muitos estavam partindo para assessoria de comunicação. Só que os espaços que antes eram ocupados por jornalistas, estão começando a ser ocupados por social media, que qualquer um hoje em dia se designa social media. (Gestor A. Entrevista realizada em 04/07/2023).

O Gestor G também destacou a redução de profissionais nas redações do estado: “As redações fecharam, muita gente foi mandada embora, tem pessoas desempregadas ainda [...] na minha época de redação, 100 jornalistas lá dentro, na minha época de Tribuna. Hoje você chega lá, são 20, entendeu?”.

Em todas as entrevistas, diversos comentários a respeito da mesma problemática: a falta de espaço de trabalho no jornalismo tradicional no Espírito Santo. Os próprios veículos entrevistados destacaram o caráter “enxuto” de suas redações, inclusive expondo o desejo por uma realidade que permitisse a contratação de mais trabalhadores.

A gente já teve vários momentos de quase fechar, de realmente a asfixia financeira e judicial também no nosso caso. E também temos essa demanda de aumentar pessoal. A própria questão salarial é uma questão que dificilmente os jornalistas hoje conseguem viver exclusivamente do jornalismo. - (Gestor J. Entrevista realizada em 19/10/2023).

Outro aspecto interessante sobre o território levantado pelo Gestor J fala sobre modelo de negócio e dificuldade de financiamento para alguns veículos, uma realidade em que os grandes grupos de comunicação têm buscado outras formas de manutenção financeira, com estratégias comerciais e novos produtos. Nesse contexto, os jornais pequenos, que não possuem uma estrutura comercial robusta, passam por ainda mais dificuldades.

Ao falarem sobre o processo seletivo das empresas, os entrevistados citaram a contratação por indicação e o conhecimento prévio do profissional, principalmente nas corporações que não possuem um processo de seleção estruturado. A proximidade entre os trabalhadores da área é inevitável: são poucos cursos de jornalismo e poucos espaços de trabalho disponíveis. Um mercado que o Gestor C caracterizou como “muito pequeno e de certa forma muito fechado”.

Então eu acho que é difícil para a maioria das pessoas ter acesso a certas empresas e acesso a certas vagas. [...] Acho que o nosso mercado é muito caracterizado por referências. Então assim, todo mundo conhece todo mundo, infelizmente se você não é conhecido por alguém ainda isso se torna uma jornada um pouco mais difícil. (Gestor C. Entrevista realizada em 12/07/2023).

Durante cada uma das 13 entrevistas, identificamos informações que conectam a realidade do mercado de trabalho para jornalistas no Espírito Santo com as reconfigurações e mudanças na divisão do trabalho no capitalismo contemporâneo, que têm sido

[...] altamente dinâmicas - um processo contínuo, ainda que desigual, de decomposição e recomposição de setores, organizações, processos de trabalho e qualificações, impulsionado pelo imperativo de maximizar a extração de valor de qualquer unidade dada de trabalho. (Huws, 2017, p. 260).

Como notado por Souza (2017), “há uma evidente reorientação da empresa jornalística, bem como da gestão do trabalho, substituindo formas mais rígidas de linha de

montagem por uma lógica flexível que reorganiza o trabalho e as rotinas produtivas” (p. 137).

Com o enxugamento crescente das redações, a migração dos jornalistas para atuar com comunicação corporativa em empresas privadas, agências e assessorias, e com comunicação institucional em órgãos públicos e empresas estatais, é o caminho que identificamos como o mais comum no estado.

Nesses espaços fora da mídia, percebe-se que é recorrente a utilização de “jornalista” para designar profissionais que atuam com outras atividades no campo da comunicação, simplesmente por mediar e organizarem conteúdo ou por conta da formação (Entrevistados A, G, H e M). Ser jornalista, para os entrevistados, não parece ser um cargo ou uma função ocupada em uma empresa, mas uma designação que a pessoa ganha por ser formada em jornalismo, e carregará em outros espaços, independentemente de estar ou não produzindo para uma empresa de mídia ou veículo de comunicação.

Já quando o termo comunicação é utilizado (Entrevistados A, B, C, F, G, K e M), ele pode representar uma miríade de funções, que vão desde atividades mais tradicionais como produção de texto, gestão de canais, assessoria de imprensa e fotografia, até atividades de marketing, eventos, design e diagramação, gestão de ferramentas e outras atividades relacionadas à gestão de marca das empresas e organizações em que o jornalista trabalha.

Essas atividades de comunicação corporativa apontam para o aproveitamento do jornalista em funções que, em parte, se assemelham àquelas que são realizadas nas redações dos jornais. Da mesma forma que um jornalista na imprensa entrevista, busca informações, apura, escreve e edita, os jornalistas empregados nos outros espaços investigados seguem rotinas parecidas, produzindo até produtos-finais semelhantes, como jornais e revistas de circulação interna nas empresas ou até mesmo para serem disponibilizados externamente.

Nesse contexto, a exigência por um perfil de profissional multimídia aparece nas entrevistas do Gestores A, B, E, F e L, de forma direta com a fala sobre a necessidade de ter alguém atuando em várias frentes ao mesmo tempo, ou com o discurso da versatilidade, do desejo pelo aprendizado ou da proatividade. As empresas trazem repetidamente a questão de terem equipes enxutas e precisarem que os profissionais estejam dispostos a cumprir várias funções. Movimento que contribui para profissionais cada vez mais sobrecarregados e impactos na qualidade da notícia e no tipo de jornalismo produzido.

Nos processos seletivos, a contratação por indicação, que é uma tradição do mercado de trabalho capixaba, foi comprovada em nossa investigação. Apesar de algumas

empresas de maior porte possuem processos estruturados e com diversas etapas (C, D e F), a característica mais presente nas empresas investigadas parece ser a adoção de um processo simplificado (A, B, I, K e L), que várias vezes envolve avisar sobre a disponibilidade da vaga à pessoas conhecidas no mercado (E, G e H), buscar por profissionais específicos que atuam ou atuaram em espaços conhecidos – com destaque para experiências anteriores em redação de jornal –, e também por jornalistas com experiências de vida e posicionamentos semelhantes aos dos espaços de trabalho (J e M).

Vale pontuar que essas características de processo seletivo podem impactar profissionais jovens que ainda não são conhecidos no mercado de trabalho, colocá-los em posições de vulnerabilidade ou desencorajá-los a atuar na profissão.

A incompatibilidade e os conflitos entre teoria e prática – a constante discussão formação acadêmica versus mercado – foi citada pelos Gestores A, D e I, destacando uma suposta desatualização das instituições de ensino que, segundo os gestores, não preparam o jornalista para o mercado de trabalho. O Gestor D, por exemplo, destacou que “as pessoas não sabem escrever mais o texto jornalístico” e “não são ensinadas na faculdade a apurar”. Ainda assim, todos os entrevistados afirmam buscar profissionais com diploma de ensino superior na área.

É evidente que a velocidade das universidades não é a mesma do mercado. Mesmo as instituições de ensino privadas têm certa dificuldade em acompanhar as mudanças tecnológicas, institucionais e sociais que impactam a capacitação dos jornalistas para atuarem nas empresas. Meditsch (2004, p. 36) defende que, “o cliente que o ensino do jornalismo deve atender não é a indústria do jornalismo, mas a sociedade democrática como um todo”.

Enquanto o Gestor D assinalou as dificuldades dos alunos em tarefas como produção de texto e apuração, o Gestor I destacou o despreparo dos jornalistas para aspectos mais comportamentais da função, em especial ao que o entrevistado apresenta como autonomia e postura empreendedora.

Infelizmente, as faculdades não preparam para nenhum curso, tá? Não preparam as pessoas para ser uma pessoa que vai entrar no mercado de trabalho e vai trabalhar para ganhar dinheiro. E aí, quando não é preparado para isso, nem para... nem na família, nem na faculdade, é difícil incutir naquela cabeça que você é o dono da sua função. Isso para mim é uma coisa muito dolorosa, porque... As pessoas chegam sem esse preparo e, às vezes, até com uma expectativa que não tem como se concretizar. (Gestor I. Entrevista realizada em 17/10/2023).

A exigência por esse comportamento empreendedor e autônomo é uma característica da nova morfologia do trabalho apresentada durante a pesquisa, e o discurso do empreendedorismo e da autogestão é um dos elementos-chave dessa realidade.

Por fim, temáticas como diversidade, saúde mental e conexão com a pauta da empresa, que levantam assuntos relevantes para os trabalhadores e que podem gerar benefícios e um ambiente de trabalho melhor, são apontadas por entrevistados que em outros momentos defendem questões que se opõem às lógicas defendidas por eles anteriormente. Criticam o jornalista que trabalha somente dentro do seu horário, que deseja ter hora para sair e entrar, e se contradizem. Defendem e apoiam questões identitárias, mas ao mesmo tempo carregam discursos neoliberais e predatórios que geram adoecimento e exploração para o trabalhador.

Essas contradições fazem parte de um mercado de trabalho que dificulta gradualmente a compreensão do trabalhador sobre seus direitos e deveres. Confunde e adocece com a sua “flexibilidade liofilizada”, em que

[...] a aparência de maior liberdade no espaço produtivo tem como contrapartida o fato de que as personificações do trabalho devem se converter ainda mais em personificações do capital. Se assim não o fizerem, se não demonstrarem estas “aptidões” (“vontade”, “disposição” e “desejo”), são substituídos por outros trabalhadores ou trabalhadoras que demonstrem “perfil” e “atributos” para aceitar estes “novos desafios”. (Antunes, 2013, p. 130).

Fica explícita a falta de empolgação de parte dos entrevistados ao falar do futuro do mercado capixaba, mas poucos apontam soluções. A maioria, parece complacente. Colocam as mudanças e adaptações necessárias por parte dos jornalistas como regras inevitáveis que precisam ser seguidas para garantir sua sobrevivência profissional.

Considerações finais

As questões abordadas neste trabalho apresentam o mercado de trabalho para jornalistas como um território de disputas e contradições; disputas, pois coloca o trabalhador numa posição de constante competição tanto com colegas jornalistas quanto com outros profissionais por quem é o mais capacitado, atualizado e adaptado à nova configuração da profissão; contradições, pois afasta o jornalista do fazer e da ética originais da profissão, gerando um processo de reificação e estranhamento.

Com as entrevistas, confirmou-se a hipótese que tínhamos antes de iniciar a investigação: no Espírito Santo, em concordância com a realidade nacional, encontramos

um cenário de diminuição progressiva dos postos de trabalho nas redações, um enxugamento cada vez maior das equipes como consequência dos impactos econômicos da crise do jornalismo e da crise estrutural do capital.

Os sinais da crise são reconhecidos e apontados pelos entrevistados, mas não são nomeados. Os indícios das dificuldades e da precarização do trabalhador são apresentados como oportunidade de aprendizado, necessidade de uma postura versátil e multifuncional, mudanças inevitáveis e indicadores do futuro do trabalho.

Para os gestores, as possibilidades e caminhos para inserção, recolocação e permanência no mercado capixaba não estão no jornalismo tradicional, feito nas redações. Sugerem a assessoria de imprensa, o marketing, as redes sociais e a comunicação para empresas como alternativas para os trabalhadores que não desejam se afastar do campo da comunicação.

Nos últimos anos, identificamos nos grandes conglomerados do estado inúmeros ‘passaralhos’, o fechamento de veículos, o fim dos jornais impressos e a integração das redações, visando o aproveitamento do trabalho dos jornalistas em diversos veículos simultaneamente (Caldas, 2018; Guerra, 2018). Outra tendência que parece ser inevitável é a demanda por competências socioemocionais para além de habilidades ligadas à atividade principal da profissão. Proatividade, multidisciplinaridade e versatilidade lideram as exigências do mercado, mostrando que não basta dominar a técnica, é preciso submeter a subjetividade à empresa.

O discurso neoliberal da cultura organizacional e da dedicação ganha contornos particulares no trabalho do jornalista, em que se tornou comum defender uma entrega completa à profissão por paixão, não como um trabalho assalariado. Esse discurso aparece nas entrevistas e pode atingir o trabalhador de forma ainda mais cruel no contexto de um mercado extremamente competitivo como o capixaba, com cada vez menos oportunidades nos moldes tradicionais da função.

Vale destacar que, com as reflexões apresentadas neste trabalho, não esperamos que a práxis do jornalista seja imutável e não acompanhe as evoluções da sociedade e do mercado, mas acreditamos que há diferença entre atualizar-se em processos e tecnologias e alterar completamente a ontologia do jornalismo, seu papel primordial como forma social de conhecimento.

Apesar de ser colocada pelo capital como um processo inevitável, a movimentação do jornalista para se adaptar às dinâmicas introduzidas pela nova morfologia do trabalho e atuar em espaços não-jornalísticos não precisa ser entendida somente como uma evolução

natural do mercado. Como aponta Druck (2013, p. 56), tratar todas as mudanças como uma “fatalidade econômica” não somente ignora a totalidade da crise estrutural, quanto também corrobora para perpetuar ideias neoliberais e a dinâmica de exploração do capital.

Referências

- ADGHIRNI, Zélia Leal; PEREIRA, Fábio Henrique. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre, n. 24, p. 38–57, 2011. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/19208>. Acesso em: 7 dez. 2023.
- ANTUNES, Ricardo. **O caracol e sua concha**. São Paulo: Boitempo, 2005.
- ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 2013.
- CALDAS, Weber Kirmse. **Mutações no papel dos jornais**: estudo de caso da imprensa capixaba. 2018. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES. Disponível em: <http://repositorio.ufes.br/handle/10/10512>. Acesso em: 10 dez. 2023
- DRUCK, Graça. A Precarização Social do Trabalho no Brasil: alguns indicadores. Em: ANTUNES, Ricardo. **Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2013.
- FENAJ. **MP 936**: Mais de 4 mil jornalistas do país tiveram impactos salariais durante a pandemia. Disponível em: <https://fenaj.org.br/mp936-afeta-mais-de-4-mil-jornalistas/>. Acesso em: 9 dez. 2023.
- FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 09 dez. 2024.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.
- GUERRA, João Claudio de Santana. **Mudanças estruturais do jornalismo**: o caso do jornal A Gazeta ES. 2018. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES. <http://repositorio.ufes.br/handle/10/7077>. Acesso em: 10 dez. 2023
- HUWS, Ursula. **A formação do cibertariado**: trabalho virtual em um mundo real. Campinas: Editora da Unicamp, 2017.
- LELO, Thales Vilela. O sofrimento ético no mundo do trabalho dos jornalistas. **E-Compós**, v. 23, 2019. DOI: 10.30962/ec.1843. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1843>. Acesso em: 5 dez. 2023.
- LELO, Thales Vilela. **Reestruturações produtivas no mundo do trabalho dos jornalistas**: precariedade, tecnologia e manifestações da identidade profissional. 2019. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12733/1637229>. Acesso em: 12 dez. 2023.
- MEDITSCH, Eduardo. A formação para a práxis profissional do jornalista: uma experiência brasileira inspirada em Paulo Freire. **Comunicação e Sociedade**, v. 5, p. 25, 2004. DOI:

10.17231/comsoc.5(2004).1243. Disponível em:
<https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1235>. Acesso em: 20 nov. 2023.

MÉSZÁROS, I. **Para além do capital**. São Paulo: Boitempo. 2002.

LIMA, Samuel Pantoja (Org.). **Perfil do jornalista brasileiro 2021**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022.

MORAES, Dênis de.; RAMONET, Ignacio.; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo: Boitempo, 2015.

NETTO, José Paulo. **Introdução ao estudo do método de Marx**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

PONTES, Felipe. Simão. Adelmo Genro Filho e a Teoria do Jornalismo: 30 anos de O Segredo da Pirâmide. **Brazilian journalism research**, v. 13, n. 1, p. 154–181, 2017. DOI: 10.25200/BJR.v13n1.2017.960. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/960>. Acesso em: 3 nov. 2023.

REIMBERG, Cristiane Oliveira. **O exercício da atividade jornalística na visão dos profissionais**: sofrimento e prazer na perspectiva teórica da psicodinâmica do trabalho. 2015. Tese (Doutorado em Estudo dos Meios e da Produção Mediática) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, SP. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-26062015-161358/en.php>. Acesso em: 09 Jun. 2023.

SANT'ANNA, Francisco. **Mídia das fontes**: o difusor do jornalismo corporativo. Brasília: Casa das Musas, 2006.

SINDIJORNALISTAS. **Após denúncia de Sindicatos, Rede Vitória é multada em R\$416 mil por descumprir jornadas de trabalho**. Disponível em: <https://www.sindijornalistases.org.br/apos-denuncia-de-sindicatos-rede-vitoria-e-multada-em-r-416-mil-por-descumprir-jornadas-de-trabalho/#:~:text=REGISTRO%20DE%20JORNALISTA->. Acesso em: 12 dez. 2023.

SONEGHETI, Debora. **O mercado de trabalho para jornalistas no Espírito Santo**. 2023. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES. <http://repositorio.ufes.br/handle/10/12756>. Acesso em: 10 dez. 2023

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. O trabalho do jornalista e suas contradições: uma ontologia da crise. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 11, n. 3, p. 129–149, 2017. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v11i3p129-149. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/134491>. Acesso em: 7 dez. 2023.

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. A dialética da crise do jornalismo: o sociometabolismo do capital e seus limites estruturais. **Intercom** - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 41, n. 2, 2018. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/2492>. Acesso em: 7 dez. 2023.

VOLT DATA LAB. **Atlas da Notícia**. 2022. Disponível em: <https://atlas.jor.br/>. Acesso em: 10 dez. 2023.

DADOS DE PUBLICAÇÃO

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Concepção e elaboração do manuscrito: D. Sonegheti

Coleta de dados: D. Sonegheti

Análise de dados: D. Sonegheti

Discussão dos resultados: D. Sonegheti, R. B. Rodrigues de Souza

Revisão e aprovação: R. B. Rodrigues de Souza

ORIGEM DA PESQUISA

O artigo é oriundo de pesquisa desenvolvida na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), realizada entre 2021 e 2023, sobre as transformações nas formas de inserção profissional dos jornalistas nesse território. A pesquisa resultou na dissertação da autora, citada nas referências e a seguir:

SONEGHETI, Debora. **O mercado de trabalho para jornalistas no Espírito Santo**. 2023. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES. <http://repositorio.ufes.br/handle/10/12756>. Acesso em: 10 dez. 2023

USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Não se aplica.

FINANCIAMENTO

Não se aplica.

CONFLITO DE INTERESSES

As pessoas autoras afirmam não haver conflito de interesses.

DISPONIBILIDADE DE DADOS DE PESQUISA E OUTROS MATERIAIS

Os dados (de autoria própria ou de terceiros) já estão disponíveis em repositórios de dados confiáveis.

Título 1: O mercado de trabalho para jornalistas no Espírito Santo

URL ou DOI 1: <http://repositorio.ufes.br/handle/10/12756>

LICENÇA DE USO

As autorias cedem à revista Estudos em Jornalismo e Mídia os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Licença [Creative Commons](#)

[Attribution](#) (CC BY) 4.0 International. Essa licença permite que terceiros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. As autorias têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em *site* pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

PUBLISHER

Universidade Federal de Santa Catarina. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade das pessoas autoras, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

EDITORES

Daiane Bertasso Ribeiro
Flávia Garcia Guidotti
Rogério Christofolletti

HISTÓRICO

Recebido em: 17-12-2024
Aprovado em: 25-02-2026
Publicado em: 22-06-2026