

Relatório

Etapa Quantitativa

(Fase 2)

J E D U C A

associação de jornalistas de educação

FICHA TÉCNICA

Realização: Jeduca (Associação de Jornalistas de Educação)

Coordenação e redação: Cláudia Nonato e Fernando F. Pachi Filho

Tratamento estatístico dos dados: Valéria Feitosa de Moura

JEDUCA

Presidente: Renata Cafardo

Vice-presidente: Mariana Tokarnia

Diretoria: Cíntia Gomes, José Brito, Luiz Fernando Toledo, Tatiana Klix e Thais Borges

Coordenação Executiva: Camilla Salmazi

Equipe executiva: Isabella Siqueira, Gisele Cavalcanti, Marta Avancini

São Paulo, 2025

SUMÁRIO

Introdução	4
Metodologia	5
Dados sociodemográficos.....	7
Educação e carreira	12
Sobre a Jeduca	25
Sobre o uso das tecnologias	33
Para finalizar (respostas abertas)	36
Considerações finais	40

INTRODUÇÃO

Em 2026, a Associação de Jornalistas de Educação, a Jeduca, completará dez anos e entende ser este um momento importante para realizar uma pesquisa junto aos(às) seus(suas) associados(as) a fim de traçar seu perfil socioeconômico e profissional, bem como receber opiniões, sugestões, críticas e expectativas em relação à associação e ao jornalismo de educação nos próximos anos.

Este relatório apresenta os resultados da etapa quantitativa da terceira pesquisa realizada pela Jeduca junto aos seus associados. As pesquisas anteriores ocorreram em 2019 e 2021.

A nova pesquisa foi feita por meio de formulário on-line, enviado via e-mail aos(às) 1.755 associados(as) cadastrados(as) em junho de 2025.

Diferentemente dos estudos anteriores, em 2025 foi realizada previamente uma etapa qualitativa (entrevistas em profundidade), além do levantamento quantitativo on-line. Foram ouvidos(as) oito associados(as) com o objetivo de apoiar as atualizações do questionário e também aprofundar percepções. Os(as) associados(as) entrevistados são jornalistas, assessores(as) de imprensa, produtores(as) de conteúdo, pesquisadores(as), professores(as) e estudantes de jornalismo interessados no tema da educação.

Nesta edição da pesquisa, além das questões sociodemográficas e daquelas diretamente relacionadas à Jeduca, o questionário abrangeu o tema da introdução das novas tecnologias no cotidiano dos(as) jornalistas.

Com esse relatório, a Jeduca busca contribuir para aprofundar o entendimento sobre o perfil, as práticas, as dificuldades e as necessidades de seus(suas) associados(as), visando traçar um perfil dos(as) jornalistas e comunicadores(as) que atuam na pauta da educação no Brasil, identificar formas de apoiá-los(as) melhor e ampliar as iniciativas da associação nos próximos anos.

METODOLOGIA

O questionário quantitativo foi dividido em quatro blocos com 42 questões divididas em respostas únicas, múltiplas e abertas.

O primeiro bloco trazia questões sobre informações gerais e dados sociodemográficos: idade, gênero, cor, orientação sexual, renda, estado e cidade de residência.

As questões seguintes eram referentes à formação e carreira: escolaridade, tempo de atuação na área, motivações e dificuldades enfrentadas no trabalho com a pauta da educação; vínculo, local de trabalho; cargo e atividade principal; rotinas e dificuldades no exercício da função (principalmente em relação a pautas e fontes).

O terceiro bloco de questões foi dedicado ao conhecimento de ações e iniciativas da Jeduca e à interação do(a) usuário(a) com elas. Já a parte final questionou os hábitos dos(as) associados(as) em relação ao uso das tecnologias e Inteligência Artificial.

O período de coleta foi de junho a julho de 2025. O questionário foi enviado via e-mail pessoal e por WhatsApp a partir de dados retirados do cadastro da entidade. Os(as) respondentes foram informados(as), logo na introdução, a respeito da confidencialidade das informações obtidas, da preservação do anonimato e do armazenamento das respostas em uma base de dados protegida.

Foram obtidas 278 respostas válidas à pesquisa, número considerado suficiente para assegurar uma margem de erro aproximada de 5% nos resultados (cálculo exato: 5,39%), considerando um nível de confiança de 95% e a correção para população finita. Esse volume de respostas garantiu representatividade adequada em relação ao total de 1.755 associados(as), permitindo que as análises apresentassem boa confiabilidade estatística.

O processamento e a análise dos dados foram conduzidos no software Microsoft Excel, utilizando tabelas e gráficos dinâmicos como principais recursos de organização e visualização das informações.

O primeiro passo consistiu no tratamento dos dados. Nessa etapa, para as questões de múltipla escolha, nas quais os respondentes podiam selecionar mais de uma alternativa, foi realizado um trabalho de separação e reorganização das respostas, permitindo identificar, com precisão, a frequência de marcação de cada opção.

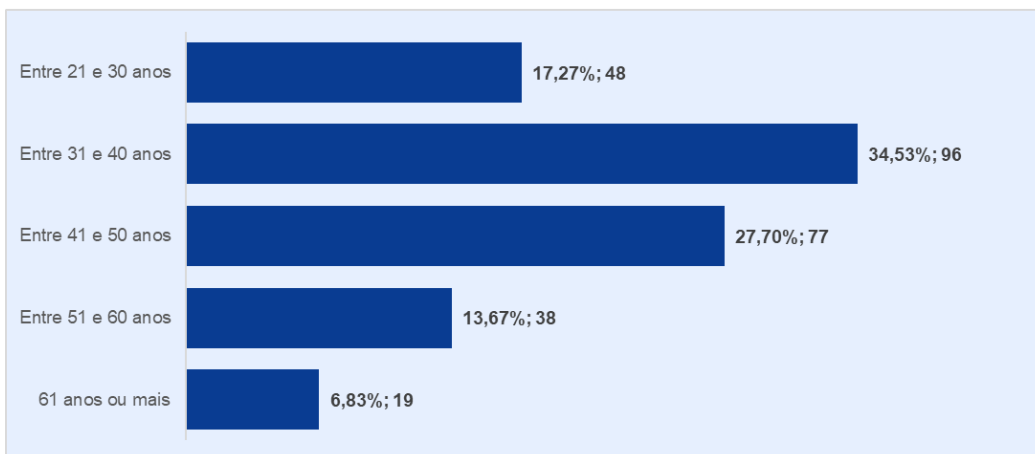
Após essa etapa, procedeu-se à tabulação dos dados, utilizando tanto valores absolutos quanto percentuais. Nos casos em que os respondentes podiam selecionar mais de uma alternativa, o cálculo do percentual foi feito usando como base a soma de todas as respostas assinaladas, e não o número de respondentes.

RESULTADOS

DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

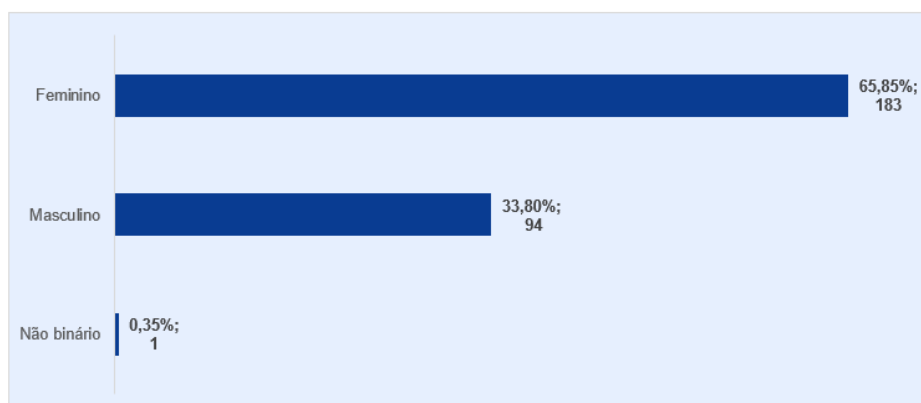
Questões de perfil sociodemográfico referem-se a dados como idade, gênero, orientação sexual e etnia, facilitando a compreensão do público e de sua diversidade.

Faixa Etária



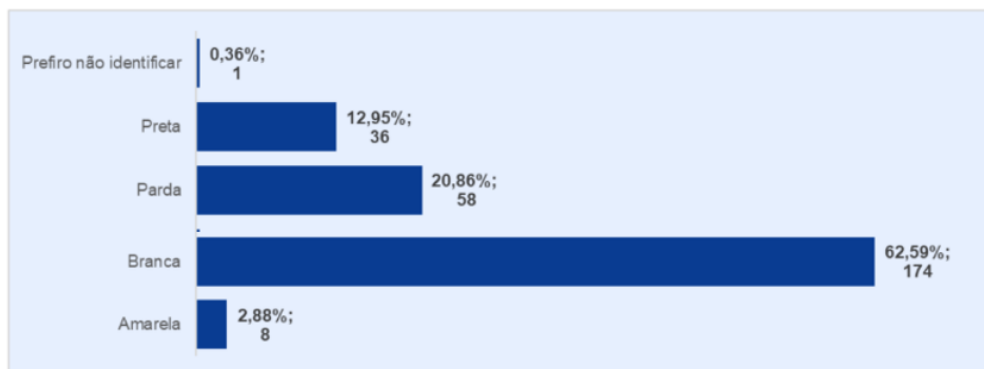
Os dados sociodemográficos mostram que a maioria dos(as) associados(as) da Jeduca é jovem: 34,5% têm entre 31 e 40 anos e 27,7% entre 41 e 50 anos, seguidos por membros de 21 a 30 anos (17,3%). Os resultados são semelhantes à pesquisa anterior.

Gênero



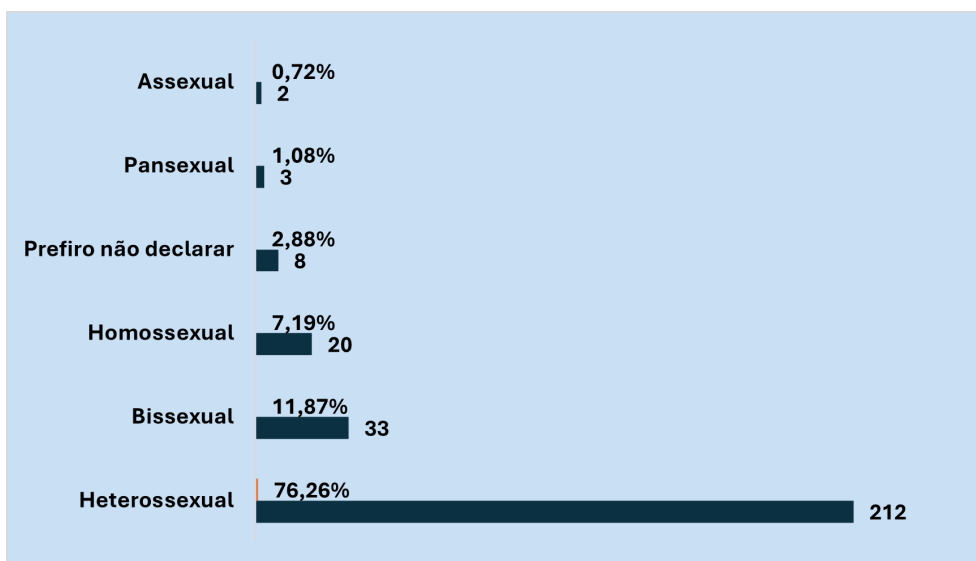
A maioria das respostas aponta a predominância de mulheres (65,9%), seguida por homens (33,8%) e pessoas não binárias (0,3%). Isso confirma estudos anteriores que apontam maior participação feminina no jornalismo brasileiro na última década.

Cor



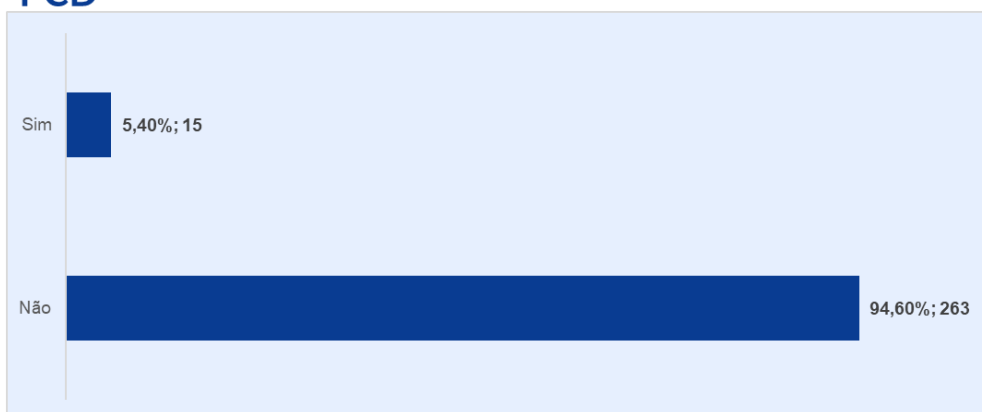
Em relação à pesquisa anterior (2021), a proporção de pessoas que se declararam brancas caiu de 79,3% para 62,6%. Houve aumento de pessoas que se autodeclararam pardas (de 12,6% para 20,9%), pretas (de 5,6% para 12,9%) e amarelas (de 1,8% para 2,9%).

Orientação Sexual



Ao serem questionadas sobre a orientação sexual, a maioria das pessoas, assim como na pesquisa anterior, se declarou heterossexual (76,3%), porém os que se autodeclararam homossexuais caíram de 10,9% para 7,2%. As pessoas que se declararam bissexuais aumentaram de 5,6% para 11,9%. O percentual daqueles que se declararam assexuais foi de 0,7% e pansexuais de 1,1%.

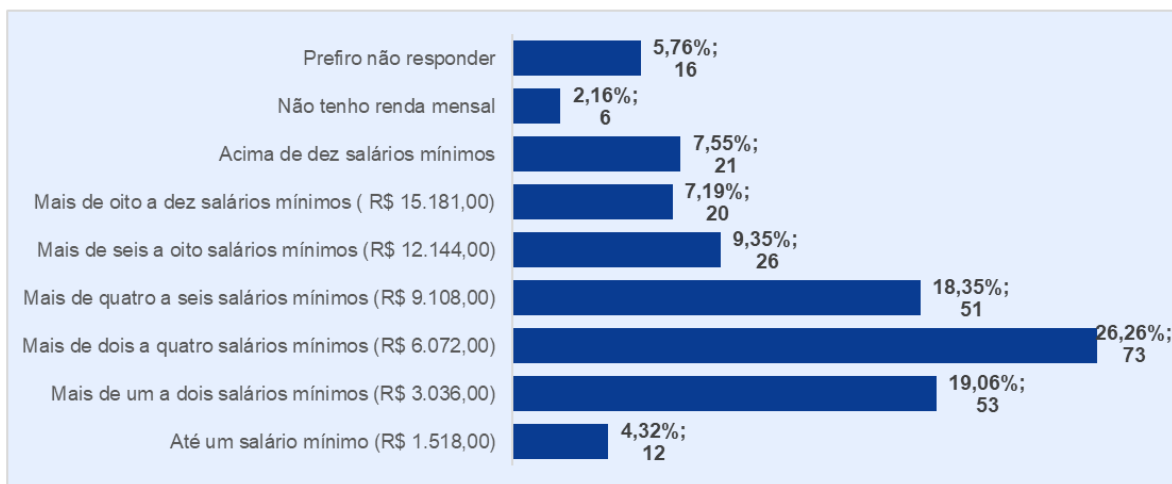
PCD



Houve um aumento no número de associados(as) que se autodeclararam PCDs (Pessoa com Deficiência). Na pesquisa anterior, apenas uma pessoa se declarou PCD; agora, são 15 no total.

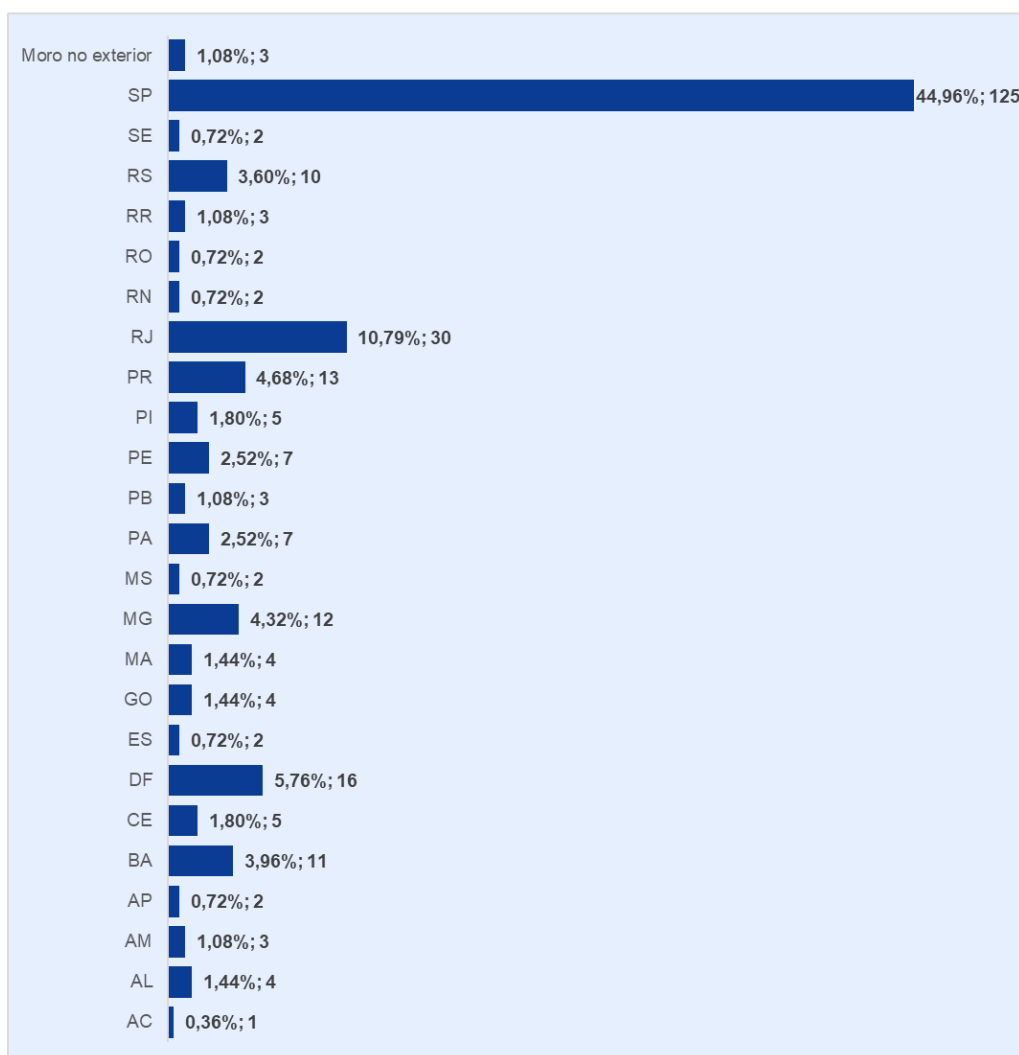
Entre as deficiências especificadas estão: visão monocular, baixa visão, paralisia cerebral, limitações motoras e deficiência física permanente não limitante.

Renda



Em relação à renda, 26,3% dos(as) respondentes declararam receber entre dois e quatro salários-mínimos por mês; 19,1% entre um e dois salários-mínimos e 18,4% entre quatro e seis salários. Apenas 7,6% recebem renda acima de dez salários-mínimos; ao mesmo tempo, 4,3% recebem até um salário mínimo e 2,2% declararam não ter renda mensal.

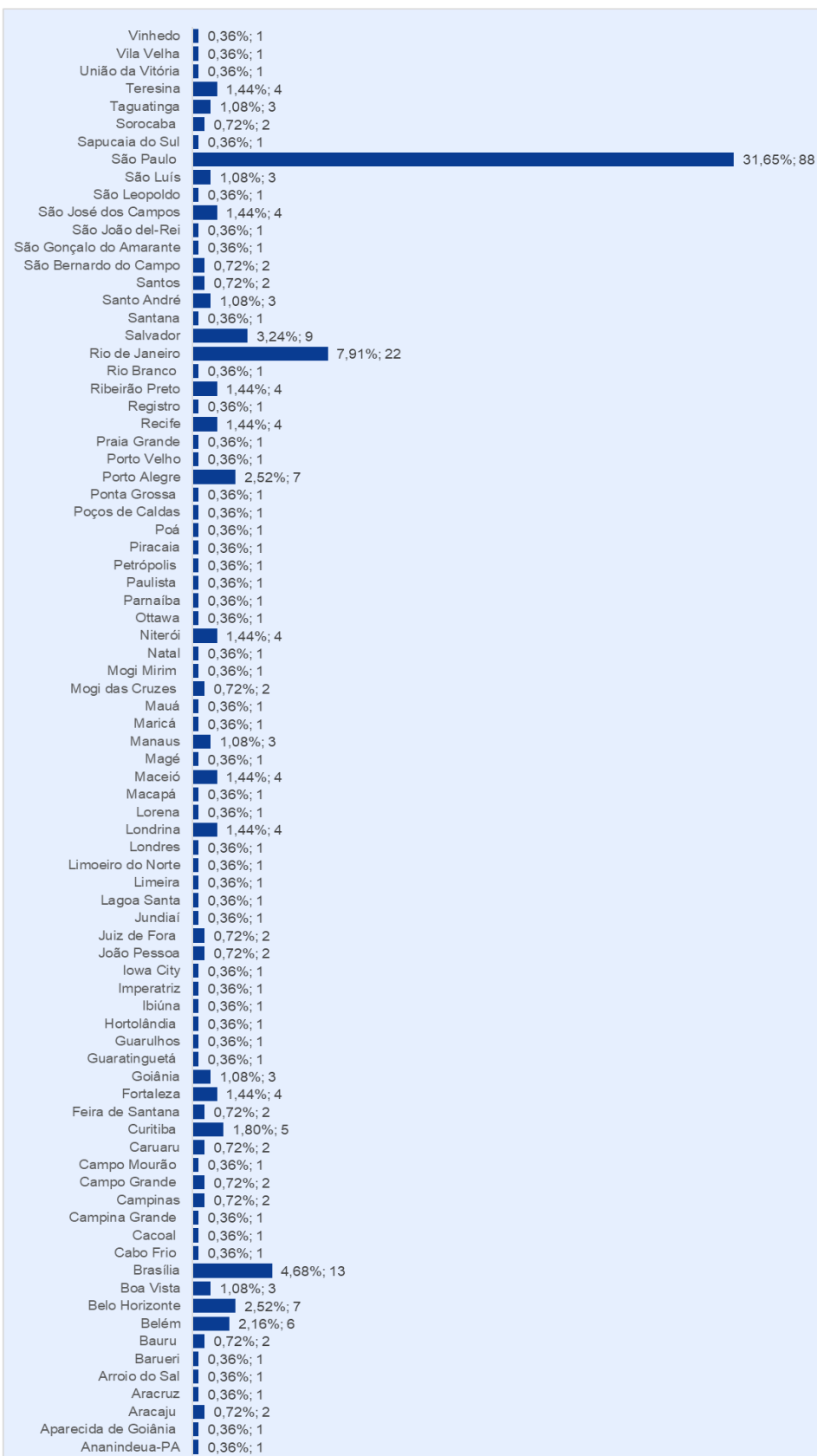
Estado de Residência



A pesquisa contou com a participação de associados(as) residentes em 24 UFs (só não houve respostas de MT, SC e TO) e três residentes no exterior. A maior concentração de associados(as) é em São Paulo (45%) – que na pesquisa anterior representava 56,1% -, seguida pelo Rio de Janeiro (10,8%), Distrito Federal (5,8%) e Minas Gerais (4,4%).

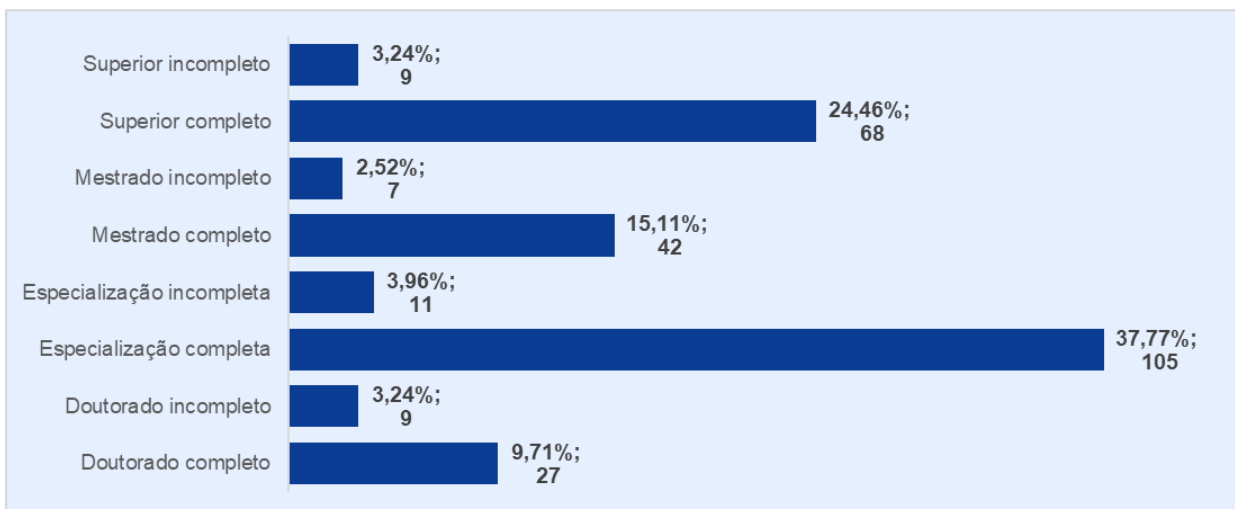
A maioria reside nas capitais, como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Salvador e Distrito Federal.

Cidade de Residência



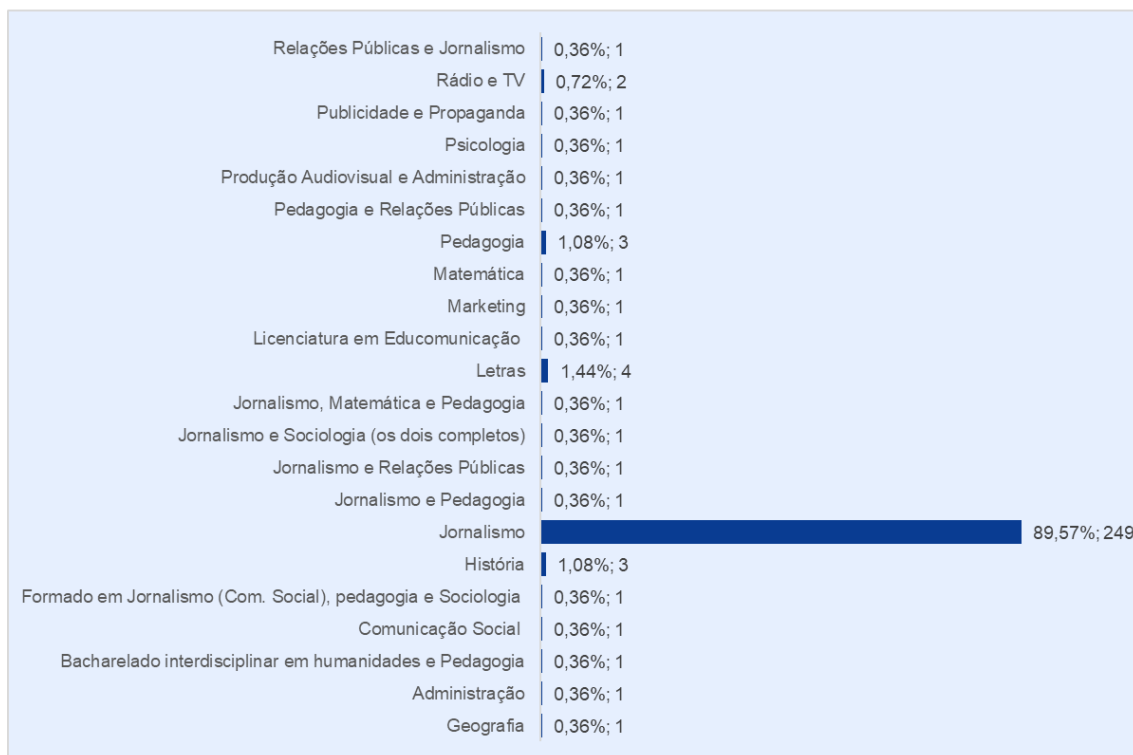
EDUCAÇÃO E CARREIRA

Escolaridade



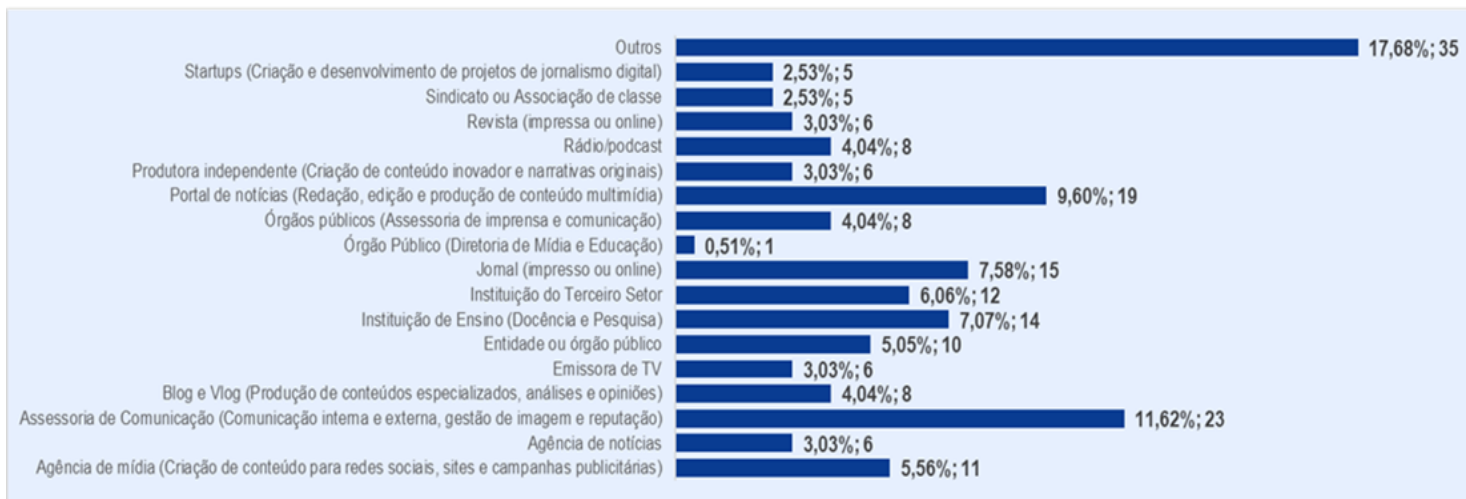
O grau de escolaridade dos(as) profissionais que se interessam por educação tende a ser elevado, conforme apontam os dados da pesquisa. Parcela significativa concluiu, além da graduação, curso de especialização (37,8%), mestrado (15,1%) e doutorado (9,7%). Poucos(as) ainda não concluíram a graduação (3,2%) e 24,5% são graduados(as).

Área da graduação



A grande maioria é formada em Jornalismo (89,6%), havendo também profissionais graduados(as) em Letras, História e Pedagogia, entre outras formações concentradas basicamente na área de Humanidades.

Onde você trabalha?

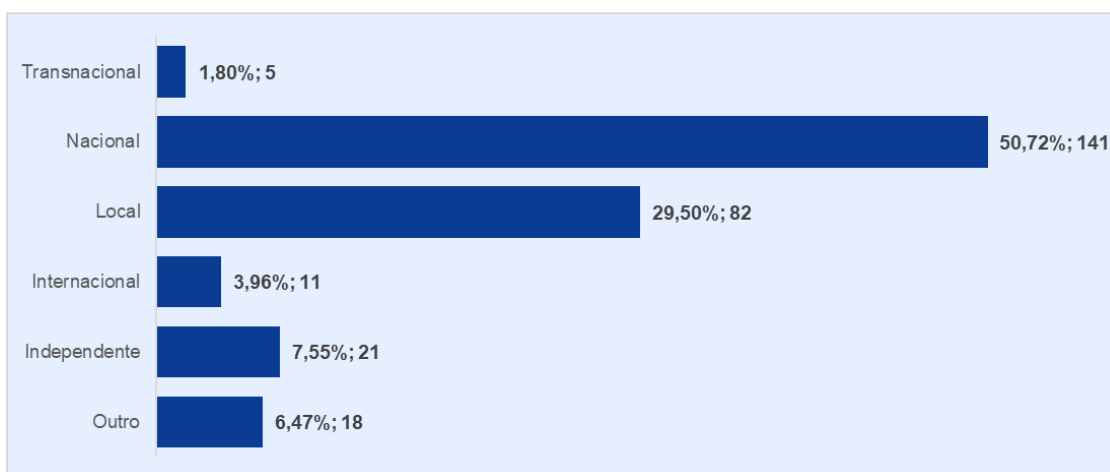


A maior parte dos(as) respondentes (36,9%) atua em organizações de produção de conteúdo jornalístico para grande público, como portais de notícias (9,6%), jornais (7,6%), rádios/podcasts (4,0%), blogs e vlogs (4,0%), agências de notícias (3,0%), revistas (3,0%) e emissoras de TV (3,0%), startups de jornalismo digital (2,5%). Seguido por assessorias de comunicação (11,6%), instituições de ensino (docência e pesquisa, 7,0%) e instituições do Terceiro Setor (6,0%).

Apesar da predominância de atuação em veículos de comunicação e assessorias, observa-se grande variedade de tipos de veículos, sobretudo os de mídia digital, e instituições onde os jornalistas trabalham, numa tendência de espraiamento desses profissionais por organizações e atividades cada vez mais diversificadas.

Chama a atenção, ainda, o contingente de respostas na categoria outros (17,7%), que ficou na mesma faixa da pesquisa anterior (20%) e que pode indicar que os(as) profissionais exercem atividades autônomas, estão desempregados(as) ou ainda exercem outras atividades.

O veículo/empresa no qual você trabalha é:



Em uma pergunta nova desta edição da pesquisa, os(as) associados(as) responderam que os veículos ou empresas onde trabalham são predominantemente nacionais (50,7%) e locais (29,5%). Veículos ou empresas independentes (7,5%), internacionais (4,0%) e transnacionais (1,8%) contam

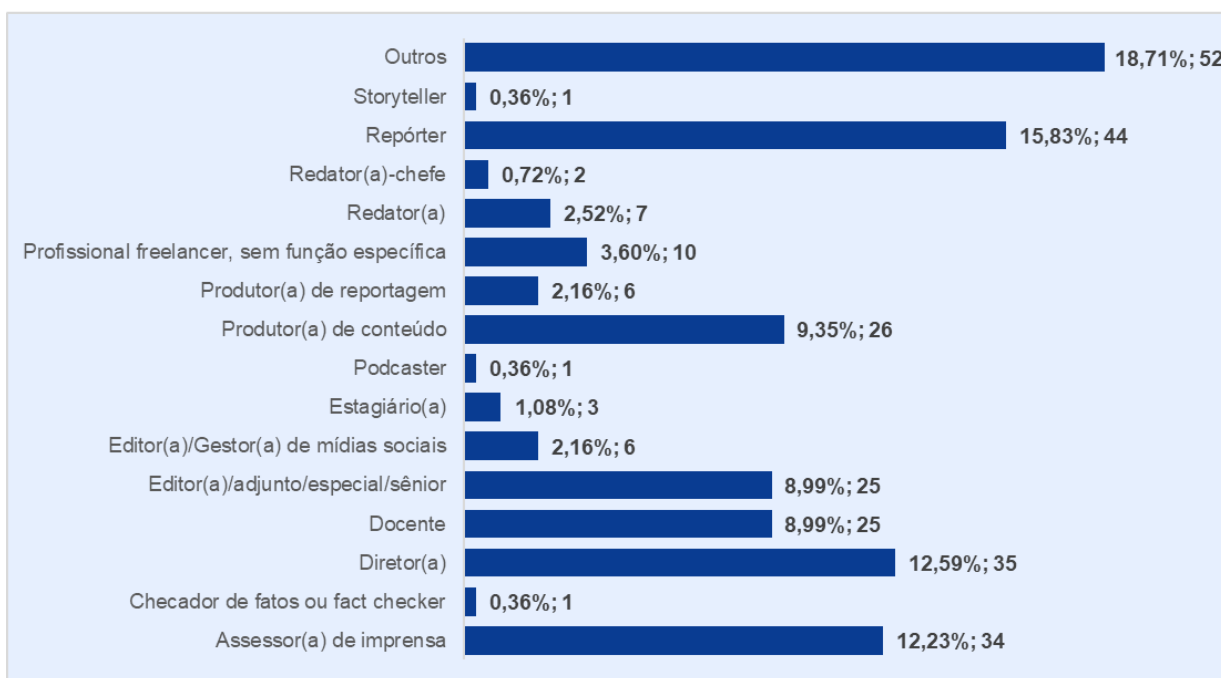
com o trabalho da minoria dos profissionais. Este fato assinala o viés nacional e local da cobertura e o tema como de interesse para a sociedade brasileira.

Qual é a sua atividade principal?



A atividade de produção de conteúdo jornalística é a que mais agrega os(as) profissionais que responderam à pesquisa, 49,6%. Assessores(as) de imprensa (20,5%) e professores(as) (10,8%) também são funções relevantes na amostra da pesquisa. Atividade categorizada como outros aparece com 6,5%, o que pode reforçar a hipótese de profissionais autônomos(as) que exercem atividades ou funções variadas não categorizadas na pesquisa.

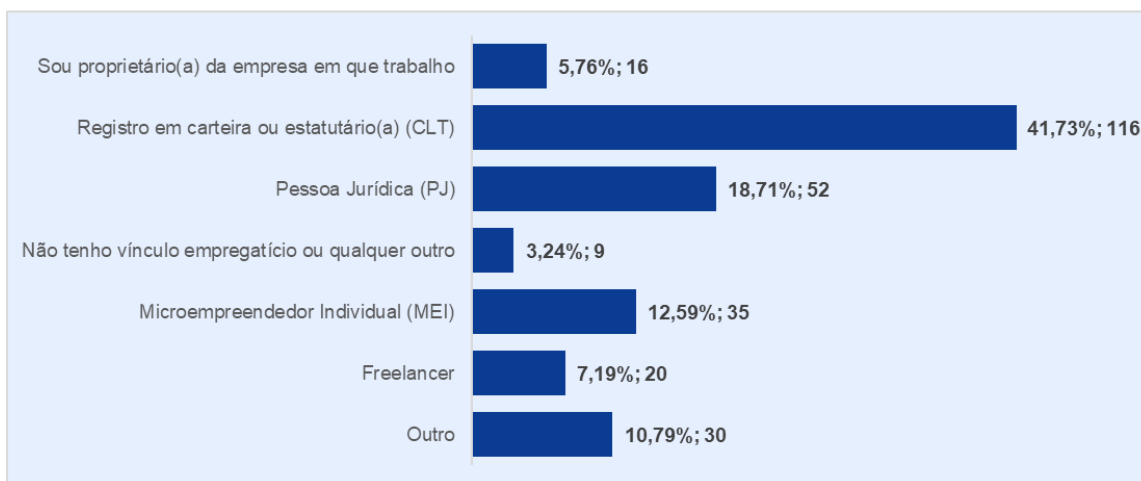
Qual cargo você exerce em sua ocupação principal?



Os cargos relacionados mais diretamente com a produção jornalística são a maioria (38,8%): repórter (15,8%), produtor(a) de conteúdo (9,3%), editor(a) (9,0%), redator(a) (2,5%), produtor(a) de reportagem (2,2%). Destacam-se também os diretores(as) (12,6%) e os(as) assessores(as) de imprensa (12,2%) e os(as) docentes (9,0%).

Novamente, observamos a grande concentração de profissionais que não se identificaram com as opções e assinalaram outros (18,7%), o que pode corroborar a autonomia destes(as) profissionais em relação às organizações.

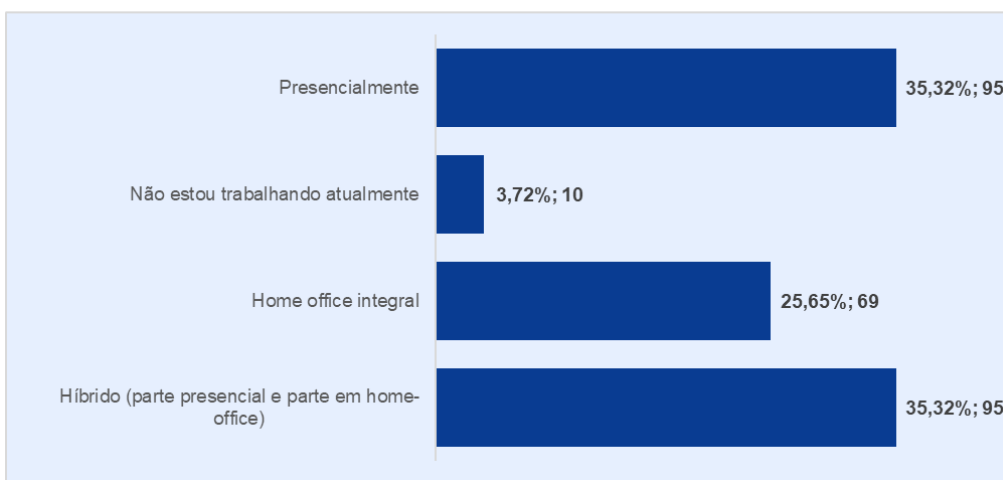
Qual é o seu vínculo empregatício principal?



Em relação ao vínculo empregatício, predominam os contratos no regime da CLT (41,7%, em 2021, eram 49,6%), seguido por aqueles que exercem suas atividades como Pessoas Jurídicas (18,7%), Microempreendedor Individual (12,6%) e freelancer (7,2%). Na edição anterior da pesquisa, 11,8% dos(as) respondentes disseram ser proprietários(as) da empresa na qual trabalham, desta vez, foram apenas 5,8%.

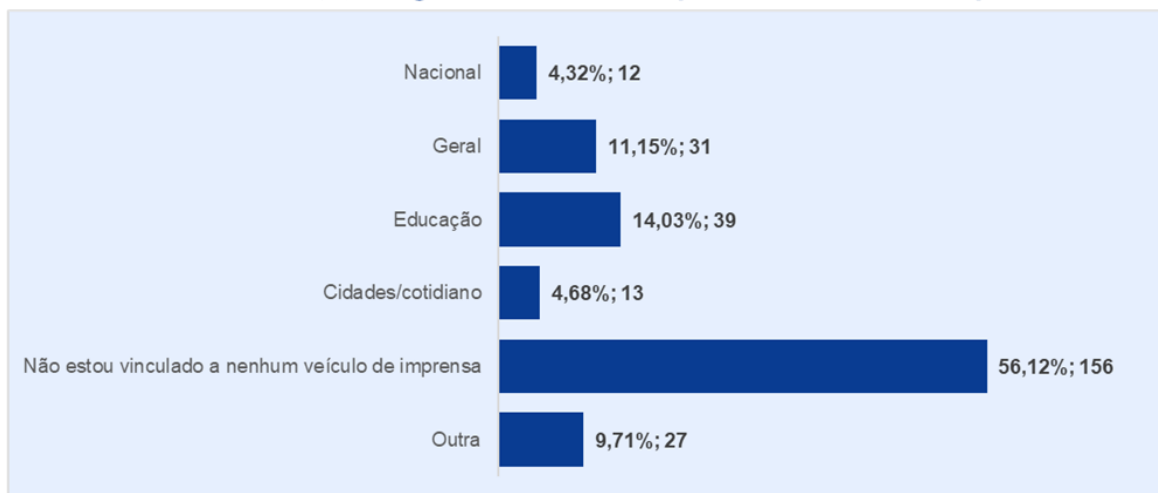
Observa-se que as formas de contratação alternativas à CLT são bastante utilizadas para definir as relações e condições de trabalho dos(as) associados(as). É também significativa a parcela que não se identifica com as opções relacionadas e informaram ter outro regime de trabalho (10,8%), que pode ser mais informal.

Em qual modalidade você trabalha atualmente?



As modalidades de trabalho presencial e híbrido prevalecem entre os(as) respondentes da pesquisa (35,3% cada uma). Há, porém, grande contingente que trabalha integralmente em home office (25,6%), o que demonstra tendência à estabilização deste modelo.

Você está vinculado(a) a algum veículo de imprensa? Se sim, em qual editoria?

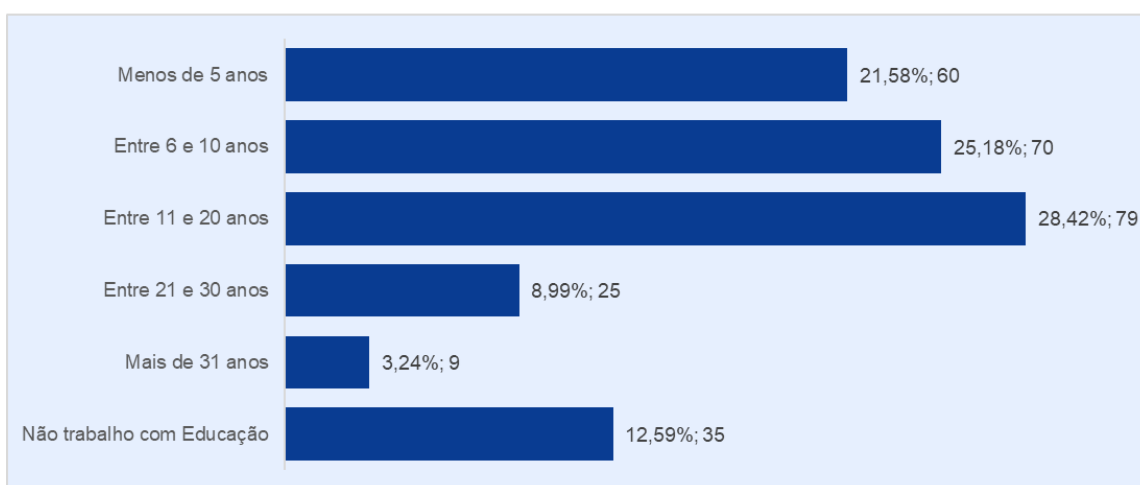


A maioria dos(as) respondentes diz não estar vinculada a nenhum veículo de imprensa (56,1%, esse percentual era de 62,5% em 2021), o que pode apontar para a possibilidade de trabalho em organizações variadas.

Entre os que trabalham para veículos de imprensa, a maioria atua na editoria de Educação (14,0%), Geral (11,1%), outra editoria que não as listadas (9,7%), Cidades/Cotidiano (4,7%) e Nacional (4,3%). Embora haja

predominância de profissionais que trabalhem na editoria de Educação, observa-se que a maioria dos(as) profissionais com vínculo atuam em editorias que também cobrem outros temas.

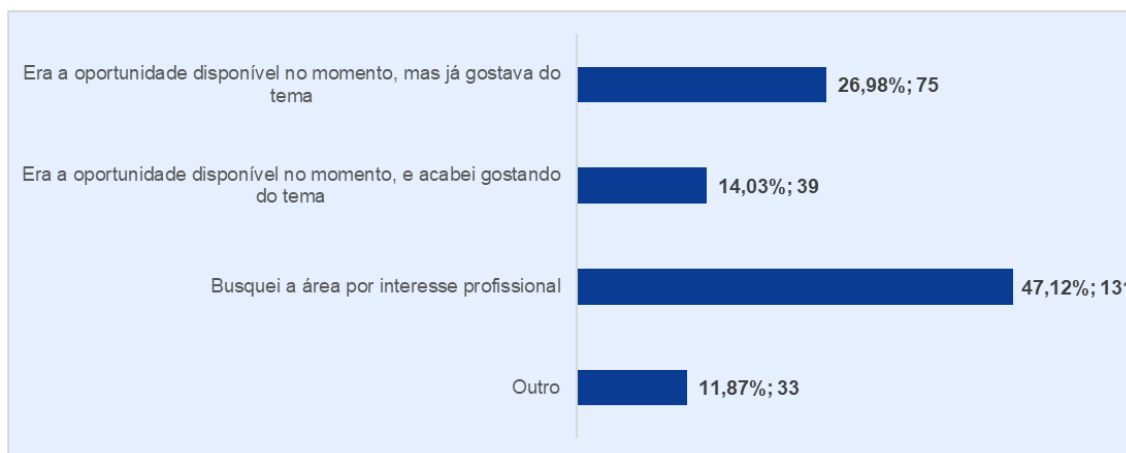
Você trabalha com educação? Se sim, há quanto tempo?



Entre os que afirmaram atuar na área de educação, a maior parte (46,2%) trabalha com este tema há menos de 10 anos, sendo de 6 a 10 anos 25,2% e há menos de 5 anos, 21,6%. Os(as) que afirmam trabalhar entre 11 e 20 anos com o tema são 28,4%, e, de 21 e 30 anos, são 9,0%.

Os números apontam para uma estabilidade dos profissionais na cobertura da educação, com número significativo de profissionais mais novos no tratamento desses temas, o que indica a possibilidade de renovação de profissionais que atuam na área, em diferentes tipos de atividades.

Por que você trabalha com o tema educação?



Observa-se ainda que a maior parte - quase metade dos entrevistados (47,1%) - trabalha com educação por interesse profissional. Em 2021, esse percentual era de 35,9%. Outros afirmam que começaram a trabalhar com o tema porque era uma oportunidade disponível, mas já gostavam do assunto (27,0%, na pesquisa anterior eram 41,2%). Há também aqueles que aproveitaram uma oportunidade na área e acabaram por se interessar pelo tema, que 14,0% são dos respondentes. Em 2021, esse percentual era de 22,4%.

A nova pesquisa mostra que tem crescido o interesse em atuar na área por já conhecer e gostar do tema, o que aponta que a pauta de educação tem se tornado mais conhecida e mobilizado o interesse dos profissionais.

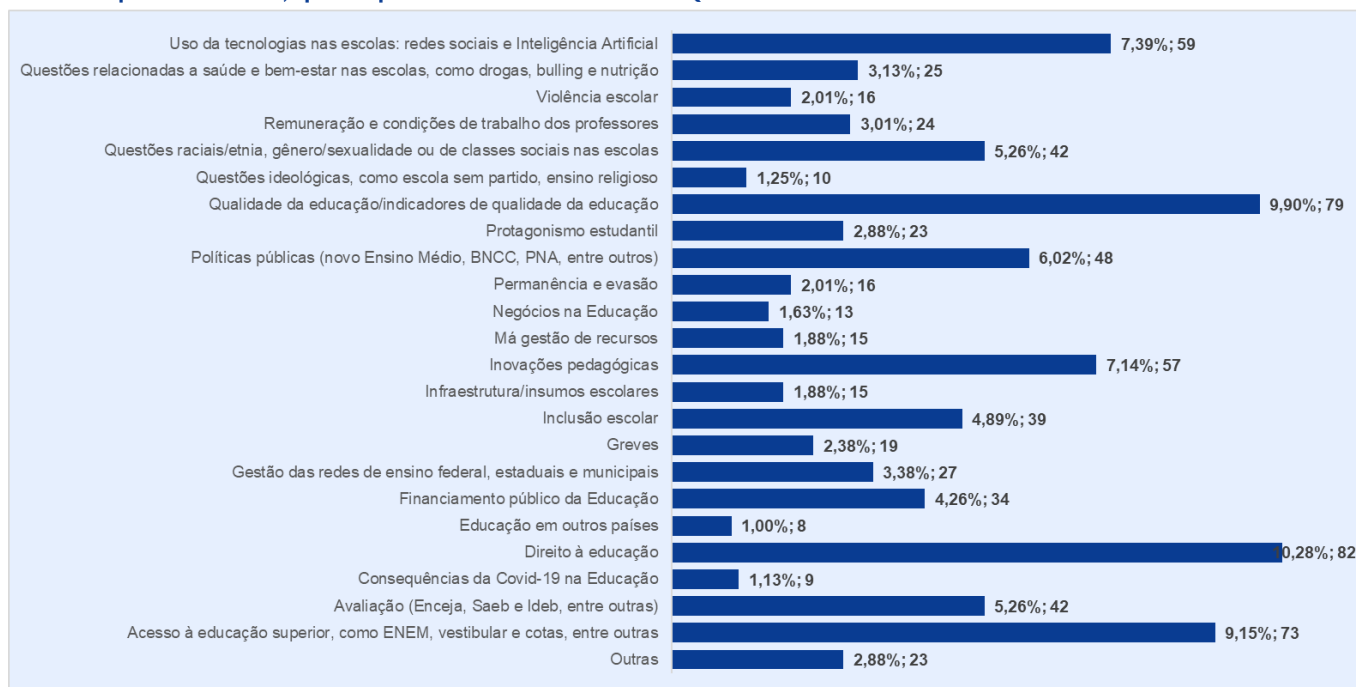
Como você faz para encontrar PAUTAS na área de Educação?



Para encontrar pautas na área de educação, a principal estratégia é acompanhar discussões públicas em redes sociais (48,2%). Conversar com fontes como docentes e pesquisadores em universidades (20,0%), com estudantes (8,8%), com professores, diretores e coordenadores de escola (7,0%) também foram opções assinaladas.

Nesse sentido, os(as) jornalistas parecem privilegiar o contato com as fontes e as discussões que já alcançaram abrangência nas redes sociais para elaborar suas pautas.

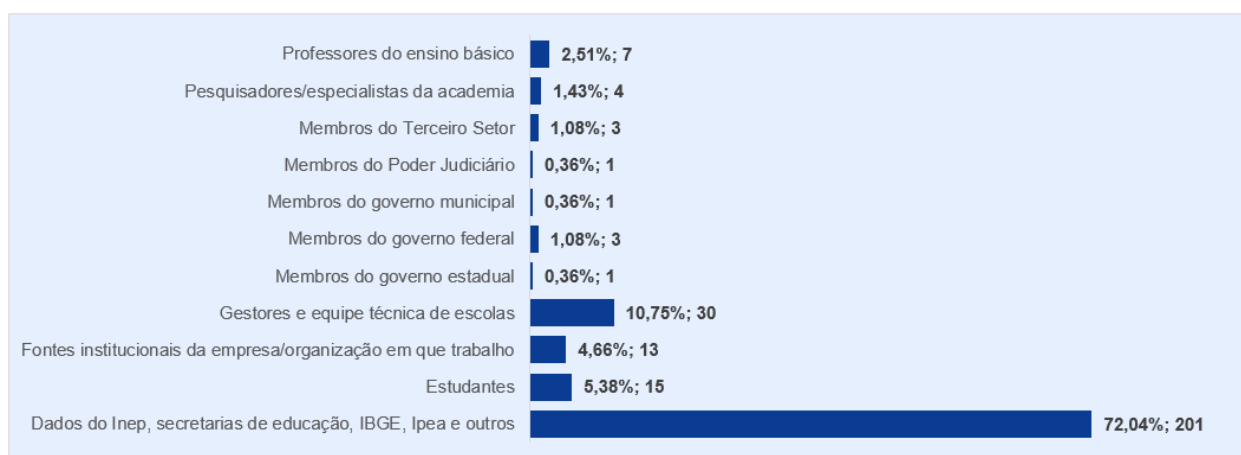
Entre as pautas abaixo, quais aparecem COM MAIS FREQUÊNCIA no seu trabalho?



Pautas como direito à educação (10,3%), qualidade e indicadores de qualidade na educação (9,9%), acesso à educação superior como vestibular, Enem e cotas (9,1%) e uso de tecnologias nas escolas e inteligência artificial (7,4%) foram as mais mencionadas pelos(as) respondentes em meio a outros temas como avaliação, questões raciais, gênero e classes sociais, o que demonstra a pluralidade e diversificação de temas tratados pelos(as) profissionais no campo da educação.

As questões relativas ao direito, qualidade e acesso à educação superior são temas tradicionais e que se sobrepõem de certa maneira aos demais, permanecendo no foco dos(as) profissionais, provavelmente devido a não superação de desafios relacionados ao ingresso e permanência neste nível de ensino.

Quais fontes você mais ENTREVISTA/UTILIZA para suas matérias?



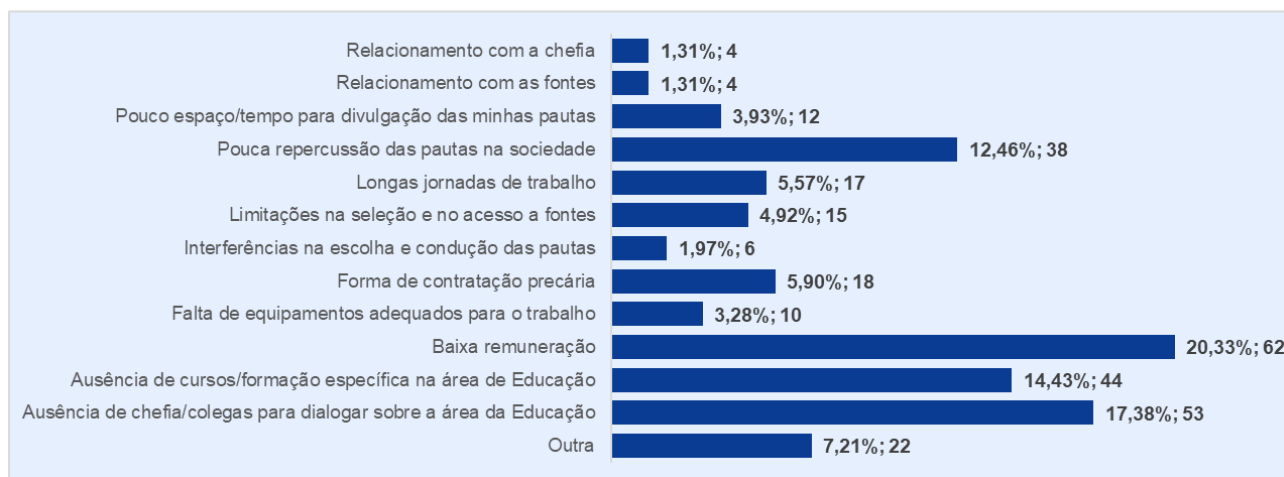
Entre as fontes mais utilizadas, destacam-se os dados do Inep (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais), das secretarias de educação, IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e Ipea (Instituto de Pesquisas Econômica Aplicada) (72,0%), fortemente presentes na cobertura cotidiana. Afora os indicadores gerados por institutos e governos, gestores e equipes técnicas de escolas (10,7%), estudantes (5,4%) e fontes institucionais da empresa/organização onde o profissional trabalha (4,7%) são também mencionados.

Têm-se assim os institutos de pesquisa do Estado e órgãos de governo como principais fontes que acabam por pautar os temas e linhas da cobertura. Também se destaca que há uma busca maior por fontes relacionadas ao cotidiano da educação na figura de gestores de escola e estudantes.

Para os(as) respondentes, as fontes mais difíceis para estabelecer relacionamento, considerando dificuldade de contato, burocracia, ideologia e discurso, são os membros do governo federal (34,5%), seguidos por gestores e

equipes de escola (23,1%), estudantes (11,0%) membros do governo estadual (8,5%). Integrantes do Terceiro Setor (1,4%), do Poder Judiciário (1,1%), dos governos municipais (1,8%) e de organismos internacionais (2,8%) aparecem como mais acessíveis.

Quais são as principais DIFICULDADES enfrentadas por você no trabalho?



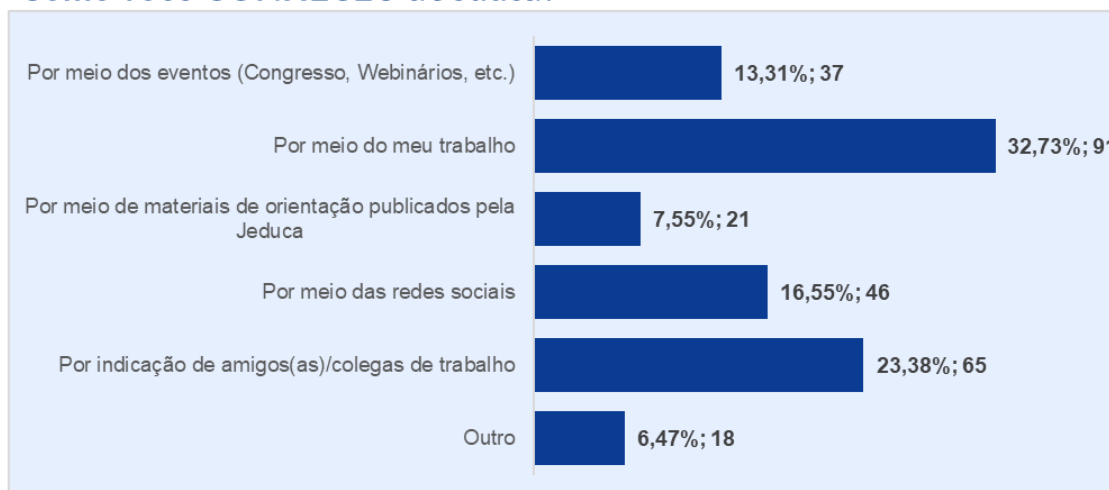
A pesquisa revela que a baixa remuneração continua sendo uma das principais dificuldades apontadas pelos(as) associados(as) (20,33%). Em 2021, esse percentual era de 21,2%. Já o percentual de respondentes que considera a pouca repercussão das pautas na sociedade como uma das dificuldades enfrentadas no trabalho caiu de 22,9% para 12,46%.

Mais associados(as) apontam a ausência de chefia ou de colegas para dialogar sobre educação como uma das dificuldades mais significativas do trabalho (17,38%) em comparação com 2021 (9,4%). Houve aumento no número de associados(as) que destacam a ausência de cursos ou formação na área de educação como uma dificuldade, de 7,3% para 14,43%.

Excetuando os aspectos que envolvem a baixa remuneração, podemos observar que as dificuldades se referem à falta de formação, de profissionais suficientemente especializados em educação e ao menor alcance da pauta na opinião pública, fatores que não contribuem para que a cobertura tenha destaque.

SOBRE A JEDUCA

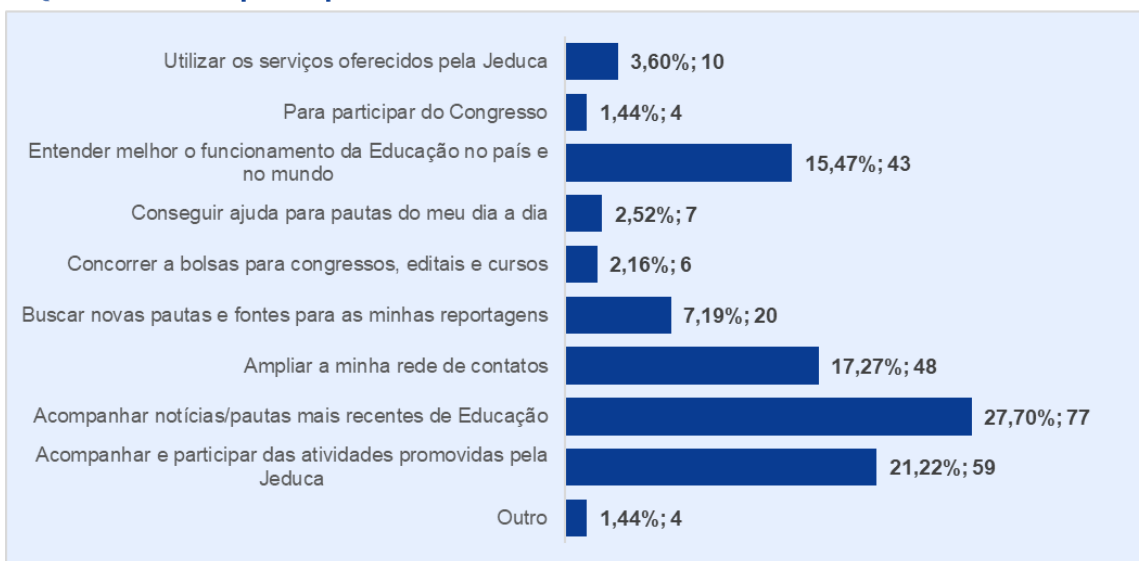
Como você CONHECEU a Jeduca?



A Jeduca é conhecida porque se relaciona diretamente com o mundo do trabalho dos(as) jornalistas. A grande maioria dos(as) respondentes (32,7%) tomou contato com a associação por meio das atividades de trabalho. Parcela significativa (23,4%) afirma tê-la conhecido por indicação de colegas de trabalho, ou seja, as informações sobre o trabalho da Jeduca circulam no meio profissional dos jornalistas, que se incentivam mutuamente a conhecer a associação.

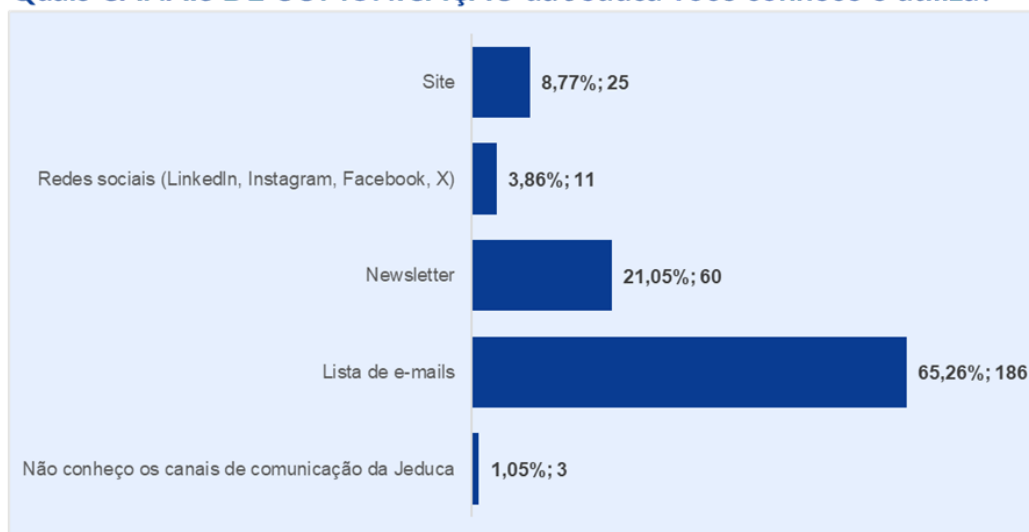
Redes sociais (16,5%) e eventos (13,3%) são também mencionados como primeiro contato dos(as) jornalistas com a Jeduca. Os materiais de orientação publicados são menos lembrados (7,5%). A rede formada pelos profissionais suplanta, portanto, os meios de divulgação das atividades no primeiro contato dos jornalistas com a associação.

Qual foi o seu principal INTERESSE ao se associar a Jeduca?



O acompanhamento de notícias e pautas mais recentes sobre educação (27,7%) é a principal razão apontada para associação à Jeduca, seguida por acompanhar e participar das atividades promovidas pela associação (21,2%) e ampliação da rede de contatos (17,3%) e entender melhor o funcionamento da educação no país e no mundo (15,5%), aspectos que reafirmam o interesse na formação e no aprofundamento de laços profissionais.

Observa-se que o acompanhamento de pautas e o estabelecimento de laços profissionais se sobrepõem a atividades como utilização de serviços (3,6%), conseguir ajuda para pautas do meu dia a dia (2,5%) e participação dos congressos (1,4%), motivações menos mencionadas pelos(as) respondentes.

Quais CANAIS DE COMUNICAÇÃO da Jeduca você conhece e utiliza?

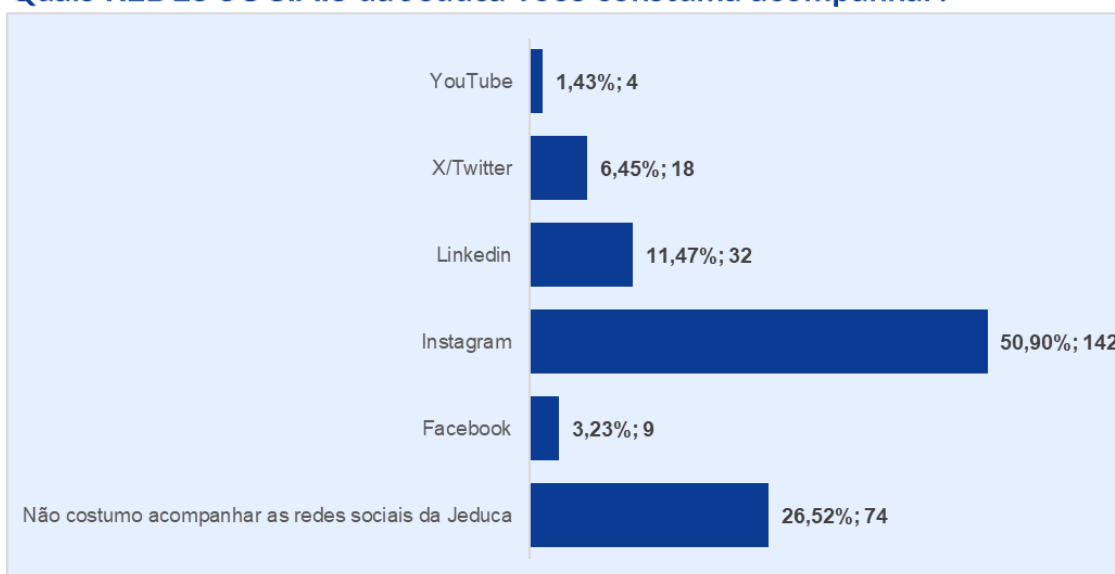
A lista de e-mails é sem dúvida o veículo de comunicação mais conhecido e utilizado pelos(as) associados(as) (65,3%). Em segundo lugar, a newsletter é bastante mencionada (21,0%). Site (8,8%) e redes sociais (3,9%) são menos lembrados. Este fato indica uma preferência por espaços de comunicação mais restritos que permitam discussões mais específicas entre os participantes da associação.

Quais SERVIÇOS oferecidos pela Jeduca você mais utiliza?

Entre os serviços oferecidos pela Jeduca, os mais destacados são os materiais de orientação à cobertura e guias (46,2%). Na sequência, estão a editora pública (23,7%) e as redes de contato (9,3%). Os webinários foram menos citados (4,3%).

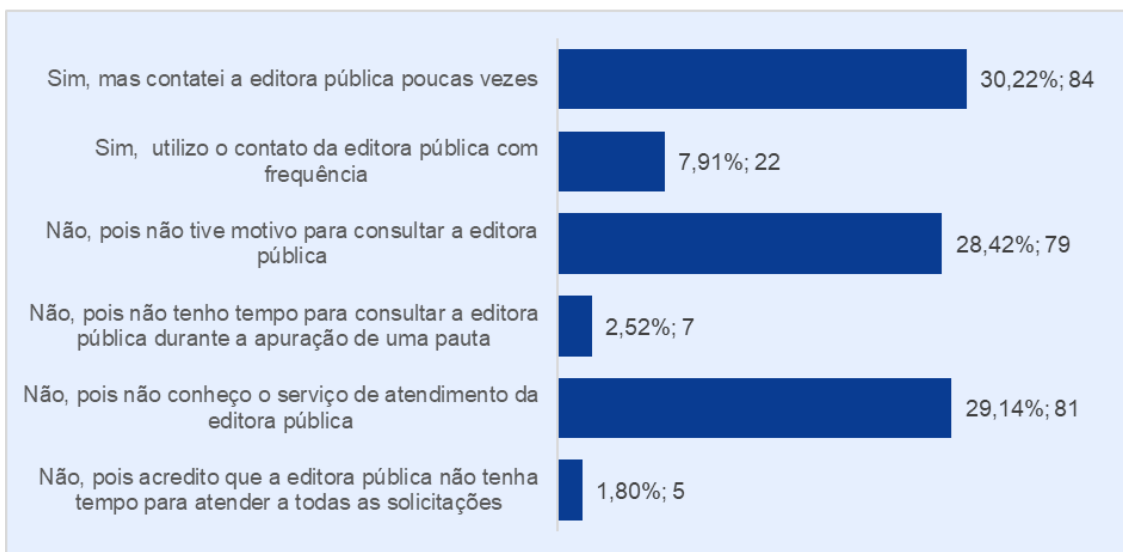
Chama a atenção o número considerável de respondentes (16,5%) que dizem não usufruir dos serviços da Jeduca, aspecto que deve ser mais bem compreendido em relação ao perfil dos(as) respondentes, composto também por assessores(as) de comunicação, e a oferta desses serviços mais focados para a produção de conteúdo jornalístico.

Quais REDES SOCIAIS da Jeduca você costuma acompanhar?



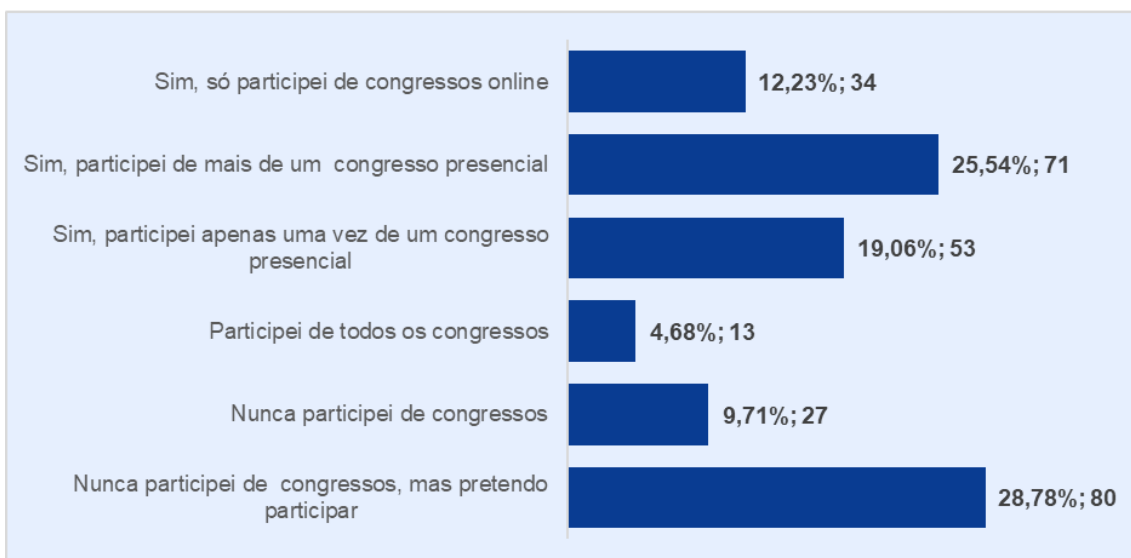
O Instagram é a rede social da Jeduca mais acessada e apresenta um crescimento de 31,8% para 50,9% em relação à pesquisa de 2021. O LinkedIn (11,5%) e o X (6,4%) vêm na sequência. No entanto, observa-se que há um número considerável de respondentes (26,4%) que não acessam as redes sociais da Jeduca. Há, portanto, margem significativa de aperfeiçoamento das atividades em redes sociais de modo que elas se tornem mais relevantes para o trabalho dos jornalistas.

Você já entrou em contato com a EDITORA PÚBLICA?



A editora pública é contatada com frequência por 7,9% dos(as) respondentes. Outros 30,2% informaram tê-la contatado, porém, poucas vezes. Os que não a contataram apontam, principalmente, desconhecimento dos serviços prestados (29,1%), não terem motivo para tanto (28,4%). Dados que indicam uma necessidade de uma melhor comunicação sobre este serviço de apoio.

Você já participou de algum CONGRESSO da Jeduca?



Os congressos da Jeduca merecem atenção dos(as) associados(as). Boa parte dos(as) respondentes participou de mais de um congresso presencial (25,5%). Aqueles(as) que participaram de ao menos um congresso presencial correspondem a 19,0%. Outros(as) 12,3% participaram apenas de um congresso online. A minoria (4,7%) esteve presente em todos os congressos.

Observa-se um número significativo de respondentes (28,8%) que nunca participou de nenhum congresso, mas têm a intenção de participar. Outros(as) 9,7% disseram não terem nunca participado desse evento. Predomina assim o interesse geral dos(as) associados(as) pelo congresso como atividade a ser acompanhada.

Você já teve sua pauta selecionada ou trabalho premiado por uma das edições do Edital de Jornalismo de Educação?



A maioria dos(as) participantes da pesquisa (39,2%) não teve sua pauta selecionada ou trabalho premiado em edições do edital de Jornalismo de Educação. Há também muitos(as) que conhecem o edital, porém nunca se inscreveram (38,1%). Apenas 6,5% afirmaram terem sido selecionados(as) e outros(as) 8,6% não tiveram sua pauta ou trabalho premiado. Os(as) que desconhecem a iniciativa, representam 7,5%.

Você já recebeu uma bolsa de custeio para a vinda ao Congresso Internacional de Jornalismo de Educação?

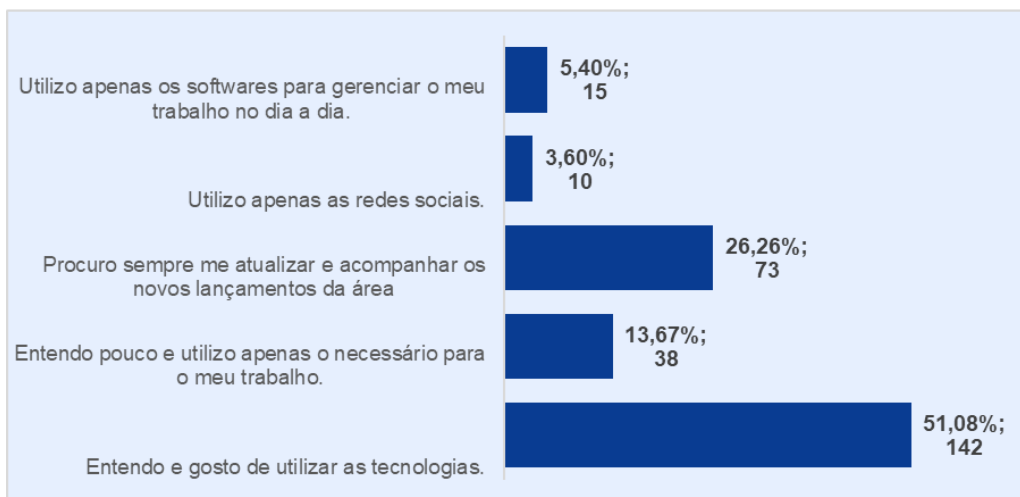


São também minoria os(as) que receberam bolsa para custeio para a vinda ao Congresso Internacional de Jornalismo de Educação (9,7%). Outros(as) 5,4% se inscreveram para recebimento da bolsa, mas não foram selecionados(as). A grande maioria nunca recebeu este apoio (48,2%). Os(as) que conhecem a iniciativa, mas nunca se inscreveram, são 28,0% e outros(as) 8,6% dizem desconhecer-lá.

SOBRE O USO DAS TECNOLOGIAS

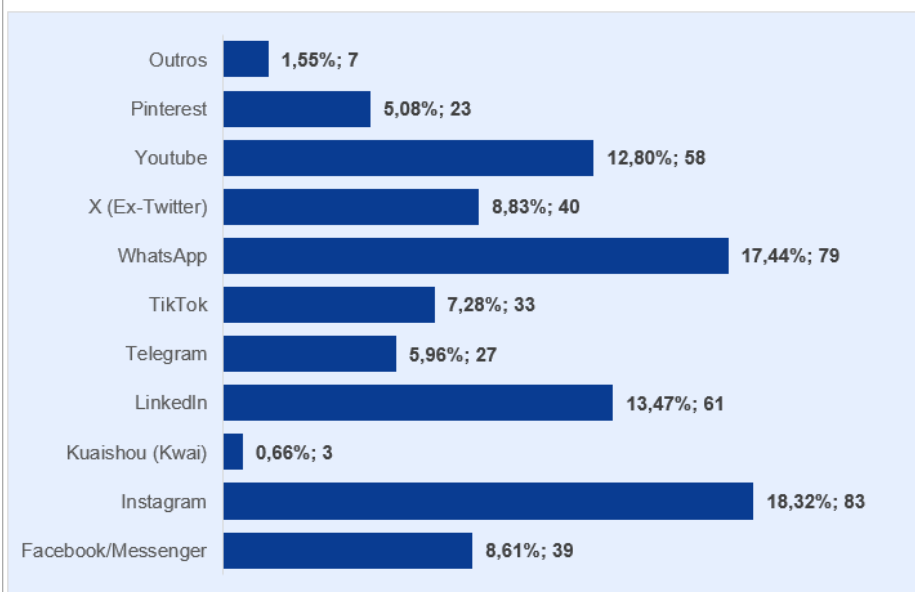
Esta seção de perguntas foi feita exclusivamente nesta edição da pesquisa, portanto, não tendo dados das edições anteriores para comparação.

Qual é a sua relação com as tecnologias e redes sociais?

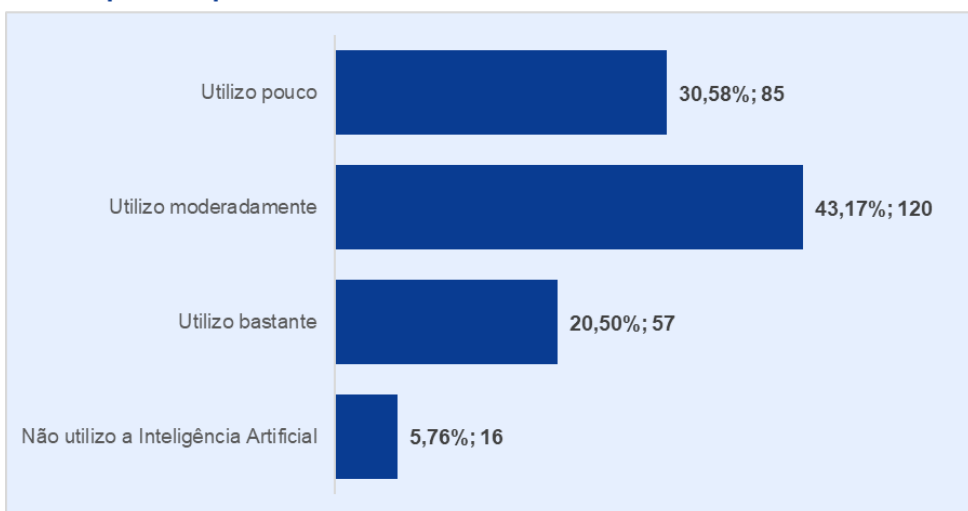


Os(as) associados(as) da Jeduca têm uma relação positiva com as tecnologias e redes sociais e se mostram interessados em seu uso. A maioria dos(as) respondentes (51,1%) afirma entender as tecnologias e gostar de utilizá-las.

A curiosidade em manter-se atualizado(a) e acompanhar os lançamentos na área são aspectos destacados por 26,6% dos(as) respondentes. A utilização por necessidade e o pouco entendimento sobre as tecnologias são reconhecidos por 13,7%. Constitui minoria quem utiliza apenas softwares para gerenciamento do trabalho (5,4%) e redes sociais (3,6%).

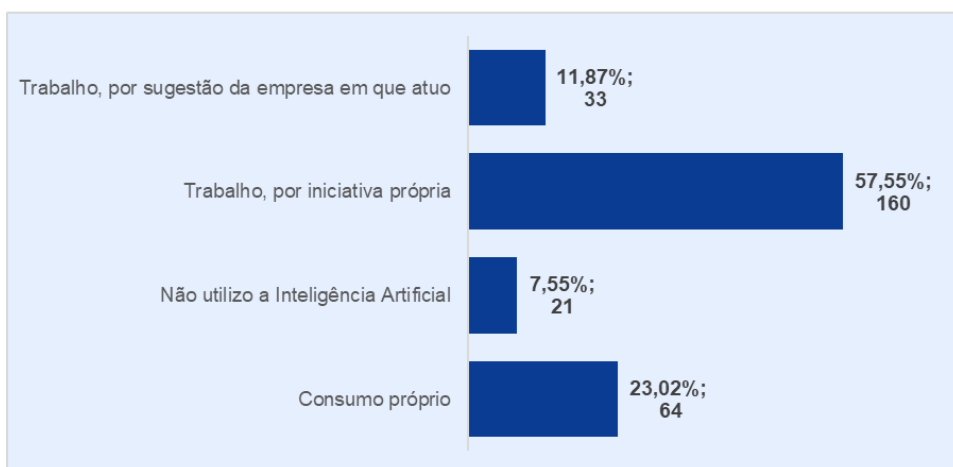
Quais REDES SOCIAIS você mais utiliza no seu dia a dia?

O Instagram (18,3%) é a rede social mais utilizada no dia a dia dos(as) associados(as), seguido pelo WhatsApp (17,4%), LinkedIn (13,5%), YouTube (12,8%) e Facebook (8,6%). X (8,8%), TikTok (7,3%) e Telegram (5,9%) também são mencionados e têm utilização expressiva.

Com qual frequência você utiliza a INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL?

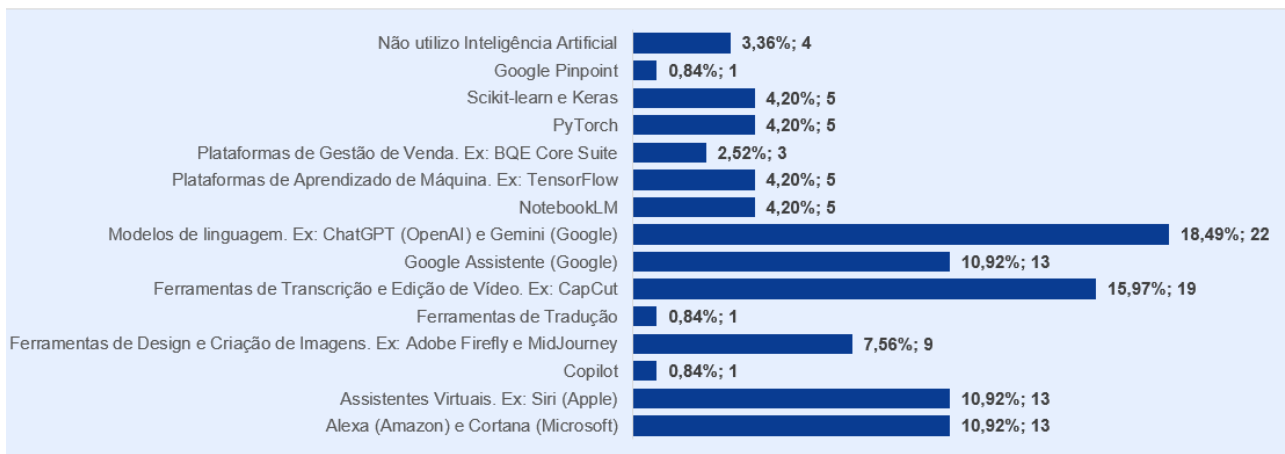
A inteligência artificial ainda é utilizada com moderação pela maior parcela dos(as) respondentes (43,2%). Os(as) que utilizam pouco esta ferramenta são 30,6% e os(as) que a utilizam bastante, 20,5%. Apenas 5,8% disseram não utilizar a inteligência artificial.

Você utiliza INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL com qual finalidade?



A utilização de ferramentas de IA é feita basicamente para trabalho e por iniciativa própria (57,5%). Outros(as) 23,0% dizem utilizá-las para consumo próprio. A IA é utilizada no trabalho por sugestão das próprias organizações por 11,9% dos(as) respondentes. A minoria diz não utilizar IAs (7,5%).

Quais programas de INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL você utiliza no dia a dia?



Entre os programas de IA mais utilizados estão modelos de linguagem, a exemplo de ChatGPT e Gemini (18,5%), ferramentas de transcrição e edição de vídeo (15,9%), Google Assistente (10,9%), Siri (10,9%), Alexa e Cortana (10,9%), além de ferramentas de design e criação de imagens (7,6%).

PARA FINALIZAR

Como a Jeduca pode ajudá-lo(a) a realizar melhor seu trabalho na área de Educação?

A última pergunta do questionário era uma pergunta não obrigatória que permitia respostas abertas na qual os respondentes foram estimulados a dizer como a Jeduca poderia ajudar mais o trabalho dos associados no dia a dia.

Com apoio da IA para a organização das respostas, estes foram os principais pontos trazidos pelos associados respondentes para esta questão:

1. Reconhecimento e satisfação

- A Jeduca é amplamente elogiada pela qualidade do trabalho, relevância e impacto;
- Associados valorizam os materiais, guias e formações já oferecidos;
- A atuação é vista como essencial para fortalecer o jornalismo e a democracia.

2. Formação e qualificação

- Grande interesse por mais cursos, oficinas práticas e mentorias;
- Sugestão de criar especialização ou parcerias com universidades;
- Pedidos por temas atuais: IA, educação midiática, antirracismo e financiamento da educação.

3. Rede e integração

- Desejo de mais trocas entre associados e fortalecimento do networking;
- Propostas de grupos, rodas de conversa e espaços de colaboração;
- Sugestão de ampliar o banco de fontes e a diversidade de perfis.

4. Descentralização e diversidade regional

- Pedidos por eventos e ações fora do eixo Rio–São Paulo;
- Valorização de pautas regionais, indígenas e ribeirinhas;

- Interesse em ampliar a rede para outras regiões e países da América Latina.

5. Pautas e conteúdos

- Solicitação de mais sugestões de pautas e curadoria de temas atuais;
- Interesse em newsletter periódica com destaques de temas e da cobertura da Educação;
- Pedidos por materiais voltados também a assessores e comunicadores públicos.

6. Apoio institucional e oportunidades

- Sugestões de ampliar bolsas, editais e parcerias para produção jornalística;
- Interesse em maior divulgação de cursos, vagas e oportunidades;
- Apoio institucional a projetos e iniciativas locais.

7. Comunicação e presença

- Sugestão de melhorar o fluxo de respostas e canais de contato;
- Interesse em mais divulgação nas redes e boletins informativos;
- Pedidos por maior visibilidade das ações da Jeduca.

8. Pontos de atenção e críticas

- Discurso institucional com mais pluralidade de atores e vozes;
- Reclamações sobre excesso de divulgações de assessores de imprensa em canais de troca;
- Sugestão de ampliar o diálogo horizontal e dar mais voz aos associados.

Alguns dos comentários na íntegra:

“Seguir existindo.”

“A Jeduca é excelente e faz um trabalho formidável. Sempre me ajudou muito! Eu preciso participar mais das discussões propostas e acessar mais os serviços oferecidos aos profissionais e associados.”

“Eu acredito que poderia haver uma newsletter semanal com os principais temas da Educação, contemplando, dentro do possível, todos os aspectos relacionados na questão sobre as pautas. Poderia ser por e-mail mesmo. Assim, os jornalistas poderiam conhecer o trabalho uns dos outros. Essa é uma tarefa que teria enorme prazer em fazer.”

“Sugestões de pautas, recursos tecnológicos que contribuam para o desenvolvimento de matérias, rede de contatos, dados, etc.”

“Acredito que a Jeduca tem um potencial enorme na formação. Acredito que, além do congresso, seria interessante realizar oficinas práticas de curtas para ajudar em apurações, apresentando novas ferramentas e perspectivas na área.”

“Adoro a curadoria do site e os guias de cobertura!”

“A Jeduca podia fazer mais advocacy pela editoria de Educação nos veículos, pois houve um retrocesso nos últimos anos.”

“Acredito que oferecendo cursos, proposta de pautas, produção de matérias com mentorias. A qualificação profissional é o que mais espero ao me associar ao grupo.”

“Promovendo mais eventos virtuais para integração dos associados de todo o Brasil.”

“Ter orientações e guias também para assessores de imprensa / editores de redes sociais que trabalham em órgãos públicos (e considerá-los como relevantes no processo de jornalismo de educação). Obrigada!”

“A Jeduca pode me ajudar de diversas formas no exercício do jornalismo voltado à Educação — especialmente com o seu perfil de atuação crítico, analítico e conectado com dados e políticas públicas.”

“Não tenho um pensamento "utilitário" em relação à Jeduca. É uma organização importante para ciclos de debates aprofundados sobre o jornalismo e a educação, fortalecendo assim o exercício democrático. Penso na Jeduca como organização que ajuda/apoia o jornalismo e, por tabela, a democracia no país.”

“Acho que seria muito importante promover eventos fora de São Paulo, para que jornalistas possam ter acesso de maneira mais facilitada às atividades da Jeduca. (Quem sabe um congresso pocket em capitais-chave do Brasil).”

“Promovendo (ainda mais) cursos voltados para a área e, quem sabe, uma Especialização em Jornalismo de Educação em parceria com alguma Universidade ou Centro Universitário.”

“Acho que a Jeduca pode continuar ajudando muito, oferecendo mais formações práticas sobre os desafios atuais da Educação no Brasil, com foco nos territórios. Também seria ótimo ter mais troca entre jornalistas de diferentes regiões, inclusive quem está cobrindo educação fora dos grandes centros. E acesso fácil a fontes confiáveis e dados atualizados faz toda a diferença no dia a dia da apuração.”

“Gostaria de ver mais pesquisadores de universidades no banco de fontes e mais espaço para pautas de ensino superior e acesso ao ensino superior.”

“Com indicação de agenda da educação semanal ou quinzenal, por exemplo, colocando o grupo todo da Jeduca em dia com o que acontece de mais importante sobre educação na semana ou quinzena, para poderem ter conhecimento e se programar para debates e formações importantes na área.”

“Acredito que uma forma de melhorar ainda mais seria, quem sabe, a colaboração dos associados na produção de materiais. Acredito que a Jeduca poderia oportunizar aos associados essa participação mais efetiva na construção dos conteúdos elaborados pela Jeduca.”

“Aproximando-se ainda mais dos estudantes universitários.”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos quatro anos, o perfil sociodemográfico de associados(as) da Jeduca mudou pouco. São mulheres, jovens, heterossexuais e brancas. Houve um avanço no número de pessoas que se declararam pretas (de 5,6% para 12,9%) e pardas (de 12,6% para 20,9%), no período, assim como as que se declararam PCDs: de apenas um que se declarou em 2021, o número subiu para quinze em 2025. São dados que demonstram um avanço na diversidade de filiados(as) da Associação.

As localidades de origem permanecem as principais capitais brasileiras, com uma concentração menor em São Paulo, que antes abrigava a maioria (56,1%) da pesquisa anterior para 45,0% e destaque para o Distrito Federal, que superou o Rio Grande do Sul na quantidade de participantes.

O perfil dos(as) profissionais associados(as) à Jeduca é composto por uma maioria altamente escolarizada, com formação prioritária em Jornalismo e demais formações na área de Ciências Humanas, que privilegia a necessidade de aperfeiçoamento profissional para a cobertura dos temas relativos à educação no Brasil.

São trabalhadores(as) que atuam prioritariamente em veículos, assessorias de comunicação e na docência e buscam acompanhar pautas na área. Há grande contingente de respondentes que não estão vinculados(as) a organizações, provavelmente autônomos e autônomas, que nutrem interesse pelo tema.

Os regimes de trabalho são variados, havendo ligeira preponderância de CLTs, porém outros regimes como PJs e MEIs também são relevantes. Ademais, há um contingente bastante expressivo de jornalistas que trabalham há muito tempo na cobertura de educação. Mas já é notável a renovação com a emergência de profissionais que trabalham há menos de cinco anos na área.

Em geral, a educação desperta grande interesse entre jornalistas que afirmam apreciar o trabalho com o tema. Em sua atividade de trabalho, há uma

tendência a privilegiar o contato com as fontes e a circulação de informação em redes sociais para a descoberta de pautas. Temas tradicionais como direito à educação, qualidade e acesso ao ensino superior acabam se sobressaindo. Fontes oficiais, sobretudo institutos de pesquisa, juntamente com gestores e estudantes são as preferidas para a apuração das informações. Os(as) participantes da pesquisa, porém, apontam dificuldades no acesso às fontes, sobretudo na esfera federal.

No que tange às dificuldades do trabalho, aspectos que envolvem a baixa remuneração, falta de informação e de interlocução nas organizações são mencionadas. Essas dificuldades se somam ao menor impacto da pauta na opinião pública.

O contato com a Jeduca se dá prioritariamente no mundo do trabalho, por meio de indicação de colegas e da necessidade de informações. A ampliação de rede de contatos, a busca por informações e o necessário acompanhamento da pauta de educação são fatores decisivos para a associação dos(as) jornalistas.

Materiais de orientação e editora pública, ainda que pese desconhecimento quanto a sua função, são serviços acessados, porém, há contingente significativo que afirma não utilizar os serviços, aspecto que merece atenção nas estratégias de relacionamento com jornalistas. O Congresso Internacional de Jornalismo de Educação desperta interesse entre os profissionais que dizem ter intenção de participar. São poucos(as) ainda os(as) participantes da pesquisa que foram agraciados(as) por bolsas ou incentivos da associação.

Quanto ao uso de tecnologias, destaca-se a abertura para o uso de redes sociais, principalmente o Instagram e o LinkedIn e a presença desses instrumentos no trabalho cotidiano dos(as) jornalistas. Para o momento, o uso de inteligência artificial parece moderado, mas já há indícios de utilização mais ampla nas situações de trabalho. Tal fato poderá ser constatado em investigações futuras.