



Chamada de Trabalhos

V. 18, n. 2, 2022

Jornalismo e Empreendedorismo: entre modelos ideais e experiências práticas. Balanços e Perspectivas.

Editores: Renaud Carbasse (Université Laval, Canadá), Olivier Standaert (Université catholique de Louvain, Bélgica), Clare Elizabeth Cook (University of Central Lancashire, Reino Unido)

Esta edição especial da *Brazilian Journalism Research* questiona e documenta as ligações entre o empreendedorismo e o jornalismo, em práticas jornalísticas e modelos socioeconômicos emergentes. O crescente reconhecimento de valores e práticas empreendedoras no jornalismo ocorre em um cenário de mudanças interdependentes no jornalismo e nos meios, em contextos econômicos, tecnológicos, sociais, regulatórios, bem como culturais e ideológicos. Isso pode ser percebido não apenas na emergência de novos atores digitais e de novas configurações na paisagem midiática nacional e internacional, como também na redefinição de práticas jornalísticas, de estruturas organizacionais, de modos de produção, distribuição e sustentabilidade financeira. Assim, o empreendedorismo no jornalismo desenha novas relações entre atores, públicos e domínios de atividade (Hang e Van Weezel, 2005; Mitchelstein e Boczkowski, 2009; Lee-Wright et al., 2012; Mercier e Pignard-Cheynel, 2014; Carbasse, 2015; Grohmann et al., 2019).

Como parte de um movimento que ultrapassa os limites do jornalismo tradicional (Neff et al., 2005), essas transformações criam condições favoráveis para que novos projetos editoriais surjam à margem da mídia corporativa ou de massa. Isso ocorre em pequenas estruturas redacionais, nas quais os jornalistas são confrontados com desafios operacionais e obstáculos financeiros dos quais estavam livres, pelo menos em teoria. Novas técnicas, habilidades e competências são desenvolvidas por meio de um processo que ultrapassa as práticas normativas do jornalismo. Se é adotado abertamente o rótulo de 'jornalismo empreendedor' (Briggs, 2011) como algo distinto, pelo menos parcialmente, de outras formas não assalariadas de trabalho, como o de jornalista freelance (De Cock e De Smaele, 2016); ou se determinadas competências e qualidades empreendedoras são incorporadas sem reivindicar abertamente este lugar, esses projetos jornalísticos ligam-se por um determinado nível de desindustrialização e descentralização. Eles necessitam de novas definições e compreensões articuladas por estruturas flexíveis e por novas maneiras de fazer e de financiar o jornalismo.

Ao implementar novos valores, lógicas e competências, o jornalismo empreendedor apresenta implicações importantes para os grupos socioprofissionais, seus metadiscursos e a redefinição das condições de acesso à profissão. Limites cada vez mais indefinidos entre jornalismo e outros setores de atividade provocam

questionamentos sobre as bases da cultura profissional e seus paradigmas (Lewis e Usher, 2013). Em paralelo, essas mudanças trazem uma abordagem cada vez mais individualista sobre a carreira jornalística, promovendo diversos níveis de autoemprego que levam os profissionais à exigência de tornarem-se sua “própria marca”, e de assumirem por si próprios a responsabilidade sobre o sucesso profissional, nos âmbitos econômico e pessoal (Standaert, 2016).

Atualmente, a própria definição de jornalismo empreendedor, termo mais usado na literatura, permanece em discussão - apesar do crescente interesse por esse objeto de estudo nos últimos quinze anos -, bem como a vontade de analisá-lo de forma autônoma ao invés de localizá-lo junto às indústrias criativas e culturais (Rafter, 2019). Esforços de definição “vagas o suficiente para resultar em uma variedade de sentidos construídos” (Vos e Singer, 2018) são traçadas com base em interações entre as motivações econômica e editorial, recepção para tecnologias inovadoras ou meios criativos de produção jornalística, afastadas das restrições da mídia tradicional.

Esses temas têm sido abordados de forma parcial e fragmentada nos estudos de jornalismo, no que tange os modelos possíveis deste tipo de prática, bem como suas condições de funcionamento e sucesso. Há lacunas sobre modelos de trabalho emergentes, sejam eles locais, nacionais ou internacionais (Damian-Gaillard et al., 2009; Briggs, 2011; Meyer, 2011; Dvorkin, 2012; Berkey-Gerard, 2012; Brouwers, 2017; Salles, 2019), modelos de negócios eficazes em mercados ocidentais (Bruno et Nielsen, 2012; Sirkkunen et Cook, 2012; Naldi e Picard, 2012; Charon, 2015; Robinson et al., 2015; Nicholls et al., 2016), o grau de compatibilidade e de maneiras de apresentar, vincular e redefinir as identidades e o discurso meta-jornalístico em relação ao negócio e às formas atípicas de trabalho (Benedetti et al., 2015; Carbasse, 2015; Carlson e Usher, 2016; Fulton, 2016; Porlezza e Splendore, 2016; Siapera e Papadopoulou, 2016; Vos e Singer, 2016; Mathisen, 2018; Liang, 2020; Nel et al., 2020), as maneiras em que o negócio, o trabalho precarizado e as trajetórias das carreiras evoluem conjuntamente (Cohen, 2015; Standaert, 2016; Anciaux et al., 2018; Leung e Cossu, 2019), ou o lugar do empreendedorismo na formação dos estudantes de jornalismo (Baines e Kennedy, 2010; Hunter e Nel, 2011; Ferrier, 2013; Chimbel, 2016; Rafter, 2016; Broersma e Singer, 2020; Buschow e Laugemann, 2020; Caplan et al., 2020).

Para atualizar e sintetizar o conhecimento disponível sobre o assunto e abordar lacunas nas pesquisas existentes, as contribuições nesta edição temática podem tratar das áreas a seguir, mas não se limitam a elas:

- Qual(is) função(ões) o digital e suas plataformas exercem na estruturação das relações entre jornalismo e empreendedorismo?
- Como os contextos sociais, políticos e regulatórios favorecem ou limitam a aproximação entre jornalismo e empreendedorismo?
- Quais são as novas abordagens mercadológicas para o jornalismo nestes contextos e será que elas levam a modelos sustentáveis de produção, distribuição e financiamento do jornalismo?
- De que maneira o empreendedorismo contribui para formatos jornalísticos inovadores ou para a reconfiguração das funções no jornalismo?

- Como as competências do empreendedorismo se manifestam nas rotinas diárias, práticas profissionais ou na gestão de carreira dos jornalistas?
- Como o conceito de jornalista empreendedor evoluiu, foi redefinido e integrado na última década?
- Como jornalistas, audiências, atores públicos e grupos socioprofissionais definem e conformam nossa compreensão de jornalismo empreendedor?
- Como o empreendedorismo é construído, recebido e integrado ao meta-discurso de grupos jornalísticos locais, nacionais ou internacionais?
- Que questões se colocam aos jornalistas empreendedores e como elas são construídas e negociadas?
- Como e em que medida as competências do empreendedorismo são inseridas nos currículos de jornalismo e quais mudanças são necessárias?
- Quais aspectos metodológicos se colocam como desafios e oportunidades nos estudos sobre jornalismo e empreendedorismo?
- Quais desafios e impactos surgiram nas operações e na sustentabilidade de projetos jornalísticos no contexto sanitário e econômico dos últimos anos? Quais adaptações foram necessárias para enfrentar essas mudanças?

São bem-vindos estudos que contemplam a complementaridade de contribuições teóricas e empíricas, os estudos de caso locais, nacionais ou comparativos, as abordagens críticas ou ainda a pesquisa-ação. O objetivo desta edição é reunir um conjunto de perspectivas interdisciplinares, com riqueza teórica e metodológica, de forma a aprofundar o conhecimento sobre estas questões.

Os artigos devem ter entre 40.000 e 55.000 caracteres (incluindo espaços e referências), com prazo de submissão até 30 de novembro de 2021.

A BJR aceita manuscritos em Português, Espanhol, Francês e Inglês. Autores de trabalhos submetidos em Português, Espanhol e Francês devem submeter a versão em Inglês um mês após o recebimento do aceite.

Os artigos devem ser enviados através do sistema eletrônico da revista em: <http://bjr.sbpjor.org.br>

Em caso de dúvidas, envie um e-mail para: bjreditor@gmail.com e renaud.carbasse@com.ulaval.ca

As diretrizes para os autores estão em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/about/editorialPolicies#custom-0>

Prazo para submissão de artigos: 30 de novembro de 2021

Notificação de aceite: 30 de abril de 2022

Publicação: 30 de agosto de 2022

Referências

- Anciaux, A., Carbasse, R., Millette, J., & Gobeil, A.-S. (2018). Liberté et précarité comme nouvelles valeurs? *Communication & professionnalisation*, (7), 98-123. <https://doi.org/10.14428/rcompro.v0i7.18313>
- Baines, D., & Kennedy, C. (2010). An Education for Independence. *Journalism Practice*, 4(1), 97-113. <https://doi.org/10.1080/17512780903391912>
- Benedetti, P. (2015). The big sellout: A critical snapshot of the rise of “entrepreneurial journalism”. Dans G. Allen, S. Craft, C. Waddell and M. L. Young (Eds), *Toward 2020: New Directions in Journalism Education*. Toronto: Ryerson Journalism Research Centre, 94-104
- Berkey-Gerard, M. (2012). *From Student Journalists to Local News Entrepreneurs: A Case Study of Technically Media*. Communication présentée au colloque ISOJ, Austin (TX). Recuperado de <https://www.isojo.org/wp-content/uploads/2018/01/BerkeyGerard.pdf>
- Briggs, M. (2011). *Entrepreneurial journalism : How to build what's next for news*. Los Angeles : SAGE.
- Broersma, M., & Singer, J. B. (2020). Caught Between Innovation and Tradition: Young Journalists as Normative Change Agents in the Journalistic Field. *Journalism Practice*, 0(0), 1-18. <https://doi.org/10/ghddxi>
- Brouwers, A. D. (2017). Failure and understanding-with in entrepreneurial journalism. *Journal of Media Business Studies*, 14(3), 217-233. <https://doi.org/10/gftz3q>
- Bruno, N., et Nielsen, R. K. (2012). Survival is Success – Journalistic online start-ups in Western Europe. Dans *Reuters Institute for the study of Journalism*. Recuperado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-12/Survival%20is%20Success%20Journalistic%20Online%20Start-Ups%20in%20Western%20Europe.pdf>
- Buschow, C., & Laugemann, R. (2020). What Makes a Media Entrepreneur? Factors Influencing Entrepreneurial Intention of Mass Communication Students. *Journalism & Mass Communication Educator*, 1077695820912146. <https://doi.org/10/qgn9wr>
- Caplan, J., Kanigel, R., & Tsakaretsou, B. (2020). Entrepreneurial Journalism: Teaching Innovation and Nurturing an Entrepreneurial Mindset. *Journalism & Mass Communication Educator*, 75(1), 27-32. <https://doi.org/10/qgmq6c>
- Carbasse, R. (2015). Doing good business and quality journalism? Entrepreneurial journalism and the debates on the future of news media. *Brazilian Journalism Research*, 11(1), 256-277. <https://doi.org/10.25200/BJR.v11n1.2015.816>
- Carlson, M., et Usher, N. (2016). News Startups as Agents of Innovation : For-profit digital news startup manifestos as metajournalistic discourse. *Digital Journalism*, 4(5), 563-581. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1076344>
- Charon, J.-M. (2015). Presse et numérique – L'invention d'un nouvel écosystème. Rapport déposé au Ministère de la culture et de la communication. France. Recuperado de <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/66041-presse-et-numerique-l-invention-d-un-nouvel-ecosysteme.pdf>
- Chimbel, A. (2016). Introduce entrepreneurship concepts early in journalism curriculum. *Newspaper Research Journal*, 37(4), 339-343. <https://doi.org/10.1177/0739532916677057>
- Cohen, N. S. (2015). Entrepreneurial journalism and the precarious state of media work. *South Atlantic Quarterly*, 114 (3), 513-533.
- Damian-Gaillard, B., Rebillard, F. et Smyrniaios, N. (2009, mai). La production de l'information web: quelles alternatives? Une comparaison entre medias traditionnels et pure-players de

l'Internet. Communication présentée dans le cadre du colloque New Media and Information, Athènes, 8 mai.

De Cock, R., & de Smaele, H. (2016). Freelancing in Flemish news media and entrepreneurial skills as pivotal elements in job satisfaction: Perspectives of masters or servants? *Journalism Practice*, 10(2), 251-265. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1123106>

Dvorkin, L. (2012). *The Forbes Model For Journalism In The Digital Age : Training A New Generation Of Entrepreneurial Journalists*. San Francisco (CA): HyperInk.

Ferrier, M. B. (2013). Media Entrepreneurship: Curriculum Development and Faculty Perceptions of What Students Should Know. *Journalism & Mass Communication Educator*, 68(3), 222-241. <https://doi.org/10/ggmkbz>

Fulton, J. (2015). Are you a journalist? New media entrepreneurs and journalists in the digital space. *Javnost*, 22(4), 362-374. <https://doi.org/10.1080/13183222.2015.1091624>

Grohmann, R., Roxo, M. & Marques, A.F. (2019). Places of Enunciation and Disputes of Meaning of Journalistic Work in Alternative Arrangements to Media Corporations. *Brazilian Journalism Research*, 15(1), p. 200-221. <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n1.2019.1079>

Hang, M., & Weezel, A.V. (2005). Media and Entrepreneurship: A Survey of the Literature Relating both Concepts. Recuperado de <http://hj.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A33115&dswid=-9016>

Hunter, A., & Nel, F. P. (2011). Equipping the Entrepreneurial Journalist: An Exercise in Creative Expertise. *Journalism and Mass Communication Educator*, (Spring), 10-24.

Lee-Wright, P., Phillips, A. et Witschge, T. (2012). *Changing Journalism*. London : Routledge.

Leung, W.-F., & Cossu, A. (2019). Digital entrepreneurship in Taiwan and Thailand: Embracing precarity as a personal response to political and economic change. *International Journal of Cultural Studies*, 1367877918821234. <https://doi.org/10/gft8kd>

Lewis, S. C., & Usher, N. (2013). Open source and journalism: Toward new frameworks for imagining news innovation. *Media, Culture & Society*, 35(5), 602-619. <https://doi.org/10.1177/0163443713485494>

Liang, C. (2020). Exploring Journalists' Intentions to Become Social Entrepreneurs. *Journalism Studies*, 0(0), 1-19. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1799239>

Mathisen, B. R. (2017). Entrepreneurs and Idealists. *Journalism Practice*, 11(7), 909-924. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1199284>

Mercier, A. et Pignard-Cheynel, N. (2014). Mutations du journalisme à l'ère du numérique: un état des travaux. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (5). <https://doi.org/10.4000/rfsic.1097>

Meyer, M. (2011). What Can I Build Today? Online startups can win the future by staying in the present. *Columbia Journalism Review*. Recuperado de https://archives.cjr.org/essay/what_can_i_build_today.php

Mitchelstein, E. et Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change : A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562-586. <https://doi.org/10.1177/1464884909106533>

Naldi, L. et Picard, R. G. (2012). « Let'S Start an Online News Site » : Opportunities, Resources, Strategy, and Formational Myopia in Startups. *Journal of Media Business Studies*, 9(4), 69-97.

Neff, G., Wissinger, E. et Zukin, S. (2005). Entrepreneurial Labor among Cultural Producers : « Cool » Jobs in « Hot » Industries. *Social Semiotics*, 15(3), 307-334. <https://doi.org/10.1080/10350330500310111>

Nel, F., Milburn-Curtis, C., Lehtisaari, K., & Kammer, A. (2020). Free to succeed : Does press freedom influence the entrepreneurial orientation and the reader revenue performance of independent news media firms?—A cross-sectional study. *Newspaper Research Journal*, 41(4), 417-432. <https://doi.org/10/ghm9zx>

Nichols, T., Shabbir, N. et Nielsen, R-K (2016). *Digital born news media in Europe. Digital News project*. Recuperado de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Digital-Born_News_Media_in_Europe.pdf

Porlezza, C., & Splendore, S. (2016). Accountability and Transparency of Entrepreneurial Journalism. *Journalism Practice*, 10(2), 196-216. <https://doi.org/10/gfx79h>

Rafter, K. (2019). *Entrepreneurial Journalism*. New-York : Routledge.

Robinson, B. J. J., Grennan, K. Schiffrin, A. (2015). Publishing for peanuts Public version, (May). Dans *Open society Foundation's program for independent journalism*. Recuperado de <https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/11/PublishingforPeanuts.pdf>

Salles, C. (2019). Disrupting journalism from scratch: Outlining the figure of the entrepreneur-journalist in four French pure players. *Nordic Journal of Media Studies*, 1(1), 29-46. <https://doi.org/10/ggtvsc>

Siapera, E., & Papadopoulou, L. (2016). Entrepreneurialism or cooperativism?: An exploration of cooperative journalistic enterprises. *Journalism Practice*, 10(2), 178-195. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1125760>

Sirkkunen, E., & Cook, C. (2012). *Chasing Sustainability on the Net : International research on 69 journalistic pure players and their business models*. Recuperado de <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-8967-9>

Standaert, O. (2016). La continuité des carrières au régime flexible: décentrement et dispersion à l'orée du marché du journalisme. *Recherches en communication*, (43), 57-77

Vos, T. P., & Singer, J. B. (2016). Media Discourse About Entrepreneurial Journalism. *Journalism Practice*, 10(2), 143-159. <https://doi.org/10/gfx79g>