

Empreendedorismo em Jornalismo: Estratégias pedagógicas na formação acadêmica ¹

Ângela RAVAZZOLO²

Leandro OLEGÁRIO³

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, RS

RESUMO

Este artigo pretende mapear a estratégia de ensino-aprendizagem do curso de Jornalismo da ESPM Porto Alegre. Para isso, adota-se como metodologia o estudo de caso a fim de observar aspectos da disciplina de Projeto de Graduação em Jornalismo (PGJ) enquanto um paradigma de aprendizagem baseada em projeto que fomenta o empreendedorismo de estudantes há quase uma década. Dessa maneira, o trabalho recupera o protagonismo acadêmico com soluções e inovações no campo jornalístico e colabora para a atuação docente no contexto das metodologias ativas. A pesquisa revela que a diversidade temática e a possibilidade concreta de monetização dos projetos orientados são diferenciais competitivos em um cenário profissional em transformação.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; Jornalismo; Ensino; PGJ; ESPM.

Introdução

O cenário contemporâneo do jornalismo exige um profissional diferente daquele que era formado pelas instituições de ensino superior algumas décadas atrás. A velocidade com que novas ferramentas digitais nascem, se espalham e desaparecem, abrindo espaço para outras tantas, não chega a ser novidade. E a tão propalada crise dos veículos impressos ou o cenário batizado de pós-industrial tampouco se constituem como novidade para aqueles profissionais atuantes no mercado de trabalho ou para acadêmicos e professores que trabalham na formação de estudantes.

Diante deste contexto de desafios em alta velocidade, este artigo propõe uma reflexão, a partir de um estudo de caso, em torno de um projeto pedagógico interdisciplinar que há nove anos abre espaço para a formação de jornalistas empreendedores, com a possibilidade da experimentação e da troca de conhecimentos

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em História pela UFRGS. Professora do Curso de Jornalismo da ESPM-POA, e-mail: aravazzolo@espm.br

³ Doutor em Comunicação pela PUCRS. Professor do Curso de Jornalismo da ESPM-POA e-mail: leandro.olegario@espm.br

com áreas como marketing, gestão e finanças, sem descuidar da ética e do *ethos* da profissão.

Para a apresentação e discussão dos limites e das possibilidades do Projeto de Graduação em Jornalismo (PGJ) da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), este trabalho recupera parte do contexto histórico da instituição e do curso, além de propor um debate entre a interdisciplinaridade, a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto (ABP) e as diretrizes recentes do Ministério da Educação para a formação de jornalistas profissionais.

Jornalismo: projeto pedagógico na ESPM

A ESPM de Porto Alegre iniciou suas atividades em 1986, quando o presidente da ADVB-RS, Nelson Sirotsky, entendeu a necessidade de implantar um Programa de Pós-graduação em Marketing para os gaúchos, e sua ideia realizou-se por meio da parceria com a ESPM de São Paulo, com a oferta do Programa Avançado de Marketing ESPM. Depois da consolidação em pós-graduação Lato Sensu, em março de 2000, a ESPM passou a ofertar o curso de Administração e Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. Em 2011, houve a abertura da primeira turma do curso de Jornalismo.

Dessa maneira, a concepção do curso de Jornalismo da ESPM está ancorada na formação profissional do jornalista como fundamental no processo histórico de construção das sociedades democráticas e o papel empreendedor e intraempreendedor que reforçam o compromisso socioambiental. Isso tornou-se possível na linha do tempo porque Porto Alegre e a região metropolitana oferecem uma ampla variedade de empresas, órgãos e organizações em geral que favorecem a interação dos alunos com a prática profissional.

Visitas técnicas, palestras e oficinas promovidas pelo Curso buscam aproximar o aluno com organizações de todos os portes e segmentos de atuação, favorecendo a formação profissional e aumentando a empregabilidade do egresso, além do estímulo ao empreendedorismo. (PPC, 2022, p.10)

Assim sendo, o curso também apresenta proposta pedagógica alinhada à Resolução CNE/CES 01/2013⁴, promovendo e estimulando o enfoque na formação de um profissional ético, reflexivo, que domine outros idiomas, seja inovador e responsável socialmente. O artigo 4 da Resolução aponta caminhos para o projeto pedagógico do curso de bacharelado em Jornalismo, listando nove pontos, relacionados ao perfil que se espera do profissional, mencionando “espírito empreendedor” e um contexto de “mutação”, além de reforçar preceitos éticos e valores:

II - enfatizar, em sua formação, o espírito empreendedor e o domínio científico, de forma que sejam capazes de produzir pesquisa, conceber, executar e avaliar projetos inovadores que respondam às exigências contemporâneas e ampliem a atuação profissional em novos campos, projetando a função social da profissão em contextos ainda não delineados no presente; (...)

IV - aprofundar o compromisso com a profissão e os seus valores, por meio da elevação da autoestima profissional, dando ênfase à formação do jornalista como intelectual, produtor e/ou articulador de informações e conhecimentos sobre a atualidade, em todos os seus aspectos;

V - preparar profissionais para atuar num contexto de mutação tecnológica constante no qual, além de dominar as técnicas e as ferramentas contemporâneas, é preciso conhecê-las em seus princípios para transformá-las na medida das exigências do presente;

VI - ter como horizonte profissional o ambiente regido pela convergência tecnológica, em que o jornalismo impresso, embora conserve a sua importância no conjunto midiático, não seja a espinha dorsal do espaço de trabalho, nem dite as referências da profissão; (...)

VIII - atentar para a necessidade de preparar profissionais que possam exercer dignamente a atividade como autônomos em contexto econômico cuja oferta de emprego não cresce na mesma proporção que a oferta de mão-de-obra; (BRASIL, 2013)

Percebe-se no trecho acima uma forte indicação para a formação de um profissional que esteja mais conectado com o cenário do século XXI, quando houve a consolidação do cenário digital. Neste sentido, o curso de bacharelado em Jornalismo da ESPM Porto Alegre ocupa um espaço privilegiado no contexto da formação superior na Região Metropolitana de Porto Alegre, encorajando iniciativas empreendedoras e contemplando necessidades de empresas, organizações e/ou instituições e formando profissionais capacitados a lidar de forma ética, técnica e reflexiva, com visão integrada e estratégica com as variáveis dos processos comunicacionais contemporâneos.

Outro aspecto relevante é que na ESPM os docentes são estimulados a utilizar na sala de aula metodologias ativas, o que constitui ações que reconhecem os alunos como sujeito desse processo e requerem a sua mobilização e comprometimento com as atividades da disciplina, para que o sujeito seja transformado pelo objeto sobre o qual age. (VARGAS; OLEGÁRIO, 2021, p. 5)

⁴ Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo.

Esta proposta está alicerçada em uma formação ampla e com disciplinas com conteúdos diferenciados, que não costumam integrar os currículos tradicionais do Jornalismo (OLEGÁRIO, 2019). Desse modo, disciplinas entre as quais podemos citar da atual matriz: Relacionamento com a mídia e influenciadores digitais; Produção e distribuição de jornalismo para mídias digitais; Narrativas de Análise e Opinião; Fundamentos de Economia; Marketing Estratégico; Sustentabilidade e Cidadania (PPC, 2022).

Nesse sentido, destaca-se a disciplina de PGJ, Projeto de Graduação em Jornalismo, que foi pensada, desde o surgimento do curso, em 2011, a partir de uma perspectiva interdisciplinar, na medida em que os projetos estão relacionados a campos e disciplinas de Marketing, Finanças e Gestão⁵, sem abrir mão do conhecimento específico do jornalismo, pois, além da elaboração de um plano de negócio, o trabalho exige ainda a execução e apresentação pública para banca examinadora de um produto correspondente à proposta da empresa criada. Este produto pode ser um site de conteúdo jornalístico, publicado e acessível, um documentário audiovisual, um podcast ou um plano de comunicação para um cliente real, por exemplo. Com esse formato, o PGJ permite aos estudantes desenvolver competências relacionadas à capacidade de pesquisa e inovação mas também conectadas com a realidade de mercado, conforme uma concepção mais complexa para um trabalho de conclusão em nível de graduação.

Uma sinalização inicial para se pensar que lugar é esse estudado ao fim da graduação: o produto resultado de trabalho de conclusão de curso em jornalismo não é nem um produto de mercado (tão somente), nem um produto laboratorial (de alguma disciplina). O produto está a serviço da pesquisa – não se esgota, portanto, em sua veiculação, como em geral ocorre com o mercado. Ele ultrapassa, ainda, limites disciplinares (de conhecimento, operações, tempo de produção) – precisa ser mais ousado, no mínimo, a ponto de recomendar discussão (e leitura) mais ampla. (SCHOENHERR, 2011, p.81)

Para alcançar essas diferentes dimensões de um trabalho de conclusão de curso, uma perspectiva interdisciplinar de ensino e aprendizagem é fundamental, relacionada à

⁵ Em 2016, RAVAZZOLO e VIEIRA desenvolveram pesquisa qualitativa entrevistando jornalistas que deixaram de trabalhar em veículos tradicionais (redações, assessorias) e atuavam, naquele ano, em empresas próprias de jornalismo e comunicação em Porto Alegre, como empreendedores. Entre os resultados da pesquisa, percebeu-se que os profissionais lançaram seus novos negócios sem um conhecimento formal de áreas como administração e gestão financeira e sem um plano de negócio ou diagnóstico formal prévio. Um outro ponto é que estes mesmos profissionais apontaram a falta e a importância desse tipo de conhecimento ao longo do curso de jornalismo. Neste sentido, a pesquisa reforça a significativa e necessária transformação do perfil profissional do jornalista, já apontada na diretriz nacional do MEC de 2013. (RAVAZZOLO, VIEIRA, 2016; RAVAZZOLO, VIEIRA, 2018).

própria história da ESPM, que há 70 anos se posiciona como uma escola de negócios conectada com o cenário contemporâneo e em constante transformação. E aqui partimos da concepção de interdisciplinaridade trabalhada na qual a troca, a colaboração, o trabalho conjunto entre diferentes disciplinas permite estabelecer e alcançar a “criação de novos conceitos, esquemas teóricos, modelos, teorias, assim como de novas metodologias e tecnologias de pesquisa” (ALVARENGA et al., 2011, p. 59).

Ao longo dos anos, essa perspectiva interdisciplinar foi se apresentando como uma alternativa interessante para jovens que se formam em um contexto econômico desafiador, de precarização das relações de trabalho, e ao mesmo tempo em um cenário de transformações radicais das ferramentas e plataformas de produção e distribuição de informação jornalística, que se apresentam mais acessíveis e com possibilidades criativas.

Estudos coordenados por Roseli Figaro com o objetivo de investigar as condições de produção do trabalho de jornalistas em “arranjos econômicos alternativos” indicam que há precarização das condições de trabalho, mas também “colaborações mais horizontalizadas”, permitindo a criação de uma “força política, um campo de mídias alternativas e independentes” (FIGARO, 2018, p. 229).

Em relação às transformações no processo de distribuição de informações, os relatórios do *Tow Center for Digital Journalism* e da *Columbia Journalism School* de 2013 e de 2017 já apontavam para esses desafios do ambiente digital, diante do crescimento das redes sociais como plataformas de acesso a notícias. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013 e BELL; OWEN, 2017). Mais recentemente, dados do Atlas da Notícia de 2021 apontam que houve, no Brasil, uma diminuição dos chamados “desertos de notícia”, municípios sem veículos jornalísticos ou cobertura significativa de imprensa. No levantamento, na classificação do tipo de veículos por segmento, 34% dos veículos são identificados como digitais, 33,5% em rádio, 23,4% como impresso e 9,1% como televisão, confirmando um percentual maior de veículos no ambiente digital. (BELDA, LUDTKE, PIMENTA, 2021).

É a partir desse cenário de transformações que o curso de Jornalismo da ESPM Porto Alegre se posiciona, abrindo espaço para o estudante desenvolver projetos interdisciplinares qualificados e contemporâneos.

Projeto de Graduação em Jornalismo: o olhar empreendedor

O Projeto de Graduação em Jornalismo (PGJ) da ESPM integra o currículo desde o lançamento do curso em Porto Alegre, em 2011, e é uma atividade obrigatória desenvolvida entre o sétimo e o oitavo semestres. Os projetos têm sido desenvolvidos pelos estudantes, em sua maioria, em grupos, entre dois e cinco integrantes. Ao final do processo, os alunos devem apresentar como resultado um plano de negócio para a empresa, incluindo análises de macroambiente, pesquisa de mercado, plano operacional, plano de marketing e comunicação, análise financeira, entre outros pontos. Além do plano, os grupos apresentam um protótipo do tipo de produto ou serviço previsto para a empresa. Esses resultados são apresentados em bancas abertas, com a participação de professores da instituição e de profissionais do mercado convidados.

O processo de elaboração desses planos inclui, além das disciplinas de PGJ I e PGJ II, outras duas disciplinas que constam no currículo obrigatório, mas são ministradas por professores com formação e experiência em áreas afins, Plano de Negócios e Planejamento de Marketing, que trabalham em conjunto com o professor do curso de Jornalismo ao longo de um ano. Também há participação, na finalização dos projetos, de professores da área de finanças, que orientam de forma pontual na elaboração da análise financeira do projeto.

A partir da descrição acima, percebe-se que a interdisciplinaridade pontua o processo de elaboração dos projetos, exigindo do corpo docente uma sintonia, com alinhamento de prazos, avaliações e feedbacks de forma intensa no processo de orientação e finalização até a apresentação em banca final aberta.

Para essa construção de proposta pedagógica, a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto (ABP) se mostra eficaz e atende aos objetivos de acompanhamento com autonomia para os estudantes. De acordo com Bender (2014), a ABP deve seguir determinadas etapas, partindo de uma questão-motriz, que deve mobilizar os estudantes. Ao longo do desenvolvimento do processo, é importante que os estudantes sejam protagonistas, sendo estimulados a fazer escolhas e a tomar decisões com autonomia diante dos desafios que surgem. Neste processo, também é importante que o professor oriente a partir de feedbacks regulares. Ao final, deve ser feita a apresentação pública dos resultados (BENDER, 2014). Nesse sentido, com a supervisão docente, as atividades exigem do corpo discente trabalho coletivo e conjunto: “os estudantes precisam planejar

cooperativamente as ações de sua equipe à medida que avançam na solução do problema, desenvolvendo um plano de ação e começando a elaborar uma descrição ou diretrizes para o desenvolvimento de seus produtos ou artefatos” (BENDER, 2014, p. 17).

Levando em consideração o cenário de constantes e velozes transformações no campo jornalístico contemporâneo, a metodologia ABP permite ainda abrir espaço para que os estudantes experimentem e se qualifiquem como profissionais de múltiplas habilidades, com o apoio de conhecimentos de diferentes áreas (marketing, administração, finanças) e ainda trabalhem em equipe com autonomia. Uma exigência que já estava contemplada, de certa forma, na própria resolução do MEC, já comentada neste texto, especialmente o trecho em que é mencionada a necessidade de preparar esses estudantes para atuarem como “autônomos”. Complementando esse ponto, vale trazer o argumento de Bender de que, neste cenário digital contemporâneo, essa demanda é ainda mais significativa:

Em uma era em que as mídias digitais permitem a comunicação instantânea e há disponibilidade de informações quase ilimitada na internet, os defensores da ABP sugerem que produzir sentido a partir da grande quantidade virtual de informações caóticas é exatamente o tipo de construção do conhecimento que todo aluno no mundo de hoje precisa dominar. (BENDER, 2014, p.25)

O projeto pedagógico do PGJ propõe formar estudantes preparados para empreender, mas considerando a complexidade do cenário contemporâneo, que exige um profissional capaz de atuar e decidir a partir de uma perspectiva mais ampla de atribuições.

Novas práticas e possibilidades no campo jornalístico

Ao longo dos anos de consolidação do PGJ no curso de Jornalismo da ESPM, foram apresentados projetos com as mais diferentes temáticas, com formatos também bastante diversos e em plataformas físicas e/ou digitais. Ao traçar uma linha do tempo que parte de 2014, quando a primeira turma do curso se formou, percebe-se, no conjunto dos mais de 20 projetos desenvolvidos e defendidos em banca aberta e pública, uma diversidade de propostas.

Em uma análise qualitativa de 26 projetos, separados de acordo com os serviços e produtos oferecidos, percebe-se uma diversidade que reforça as diretrizes do curso e do próprio cenário contemporâneo da produção jornalística. É importante reforçar que cabe aos próprios estudantes, dentro de uma perspectiva de autonomia e protagonismo,

selecionar e elaborar o tipo de projeto que será desenvolvido pelo grupo. Os professores orientadores têm papel significativo, mas especialmente como mentores e não como “autoridades”, ou seja, sempre estimulando a tomada de decisão por parte dos estudantes, conforme prevê a metodologia ABP (BENDER, 2014). Abaixo o mapeamento de projetos de PGJ no período 2014-2022.

Quadro 1 – Empresas de produção de conteúdo jornalístico

Empresa de produção de reportagens em profundidade (2014)
Empresa especializada em fotografia <i>life style</i> (2015)
Portal jornalístico voltado à temática de direitos humanos (2015)
Portal sobre futebol no continente asiático (2015)
Revista digital de turismo (2015)
Produtora audiovisual de documentários jornalísticos (2015)
Revista impressa para público adolescente, com temáticas de impacto social (2016)
Produtora de podcasts na área de turismo (2017)
Empresa de conteúdo jornalístico formatado para aplicativos mobile (2019)
Portal voltado ao público adolescente com a temática de alfabetização para o futuro (<i>future literacy</i>) (2022)

Fonte: Autores, 2022

No levantamento a seguir, identificam-se quatro projetos voltados à comunicação corporativa e/ou assessoria de imprensa.

Quadro 2 – Assessorias de Imprensa e Comunicação Corporativa

Produtora de conteúdo para empresas (2017)
Jornalismo de dados para atendimento a empresas (2018)
Agência voltada a gerenciamento de imagem e reputação, especialmente no meio futebolístico (2019)
Agência voltada a assessoria para jogadoras de futebol feminino (2022)

Fonte: Autores, 2022

Abaixo identificam-se três projetos voltados à produção audiovisual.

Quadro 3 – Produtoras Audiovisuais

Produtora de documentários para empresas (2016)
Produtora de documentários para serviços de <i>streaming</i> (2017)
Produtora de vídeo com proposta de conteúdo jornalístico próprio e atendimento a empresas (2018)

Fonte: Autores, 2022

Com relação a consultorias, foram computados sete trabalhos desenvolvidos desde o surgimento da disciplina de PGJ.

Quadro 4 – Consultorias e Comunicação Estratégica

Agência de comunicação estratégica (2016)
Consultoria na área de sustentabilidade, agronegócio e comunicação (2019)
Consultoria de comunicação inclusiva para empresas (2019)
Agência especializada em turismo e comunicação (2020)
Empresa de produção e distribuição de podcasts (2020)
Agência especializada em gastronomia e comunicação (2021)
Agência de comunicação e marketing político voltada a candidatos pertencentes a minorias (LGBTQIA+, mulheres, indígenas e negros) (2021)

Fonte: Autores, 2022

Do mapeamento realizado, dois trabalhos que não se enquadram nas categorias anteriores foram considerados como outras propostas.

Quadro 5 – Outras propostas

Desenvolvimento de projetos em jornalismo e educação (2018)
Plataforma de intermediação e negociação de serviços jornalísticos (2020)

Fonte: Autores, 2022

Mais recentemente, no primeiro semestre de 2022, foram apresentados em banca dois projetos com temáticas distintas e ao mesmo tempo inovadoras e que serão detalhados a seguir. O projeto Sem Neura se propôs a criar um portal voltado ao público adolescente a partir do conceito de *Future Literacy*, ou, em tradução livre, Alfabetização para o Futuro. Além de desenvolverem o plano de negócio da empresa, conforme os itens essenciais que um estudo deste tipo exige, as três estudantes (Alice Germansen Alves, Giovanna Sommariva e Júlia Barros e Silva) apresentaram ainda em banca um portal com conteúdo jornalístico criado especialmente para o projeto, um plano de comunicação para o lançamento da empresa, com confecção de press kit, e ainda propostas de atividades e oficinas que poderiam ser realizadas em parceria com escolas. A seguir, uma reprodução do site criado pelo grupo:

Figura 1 – Site Sem Neura



Fonte: <https://semneurapgj.wixsite.com/my-site>

No projeto Agência Case, quatro estudantes (Giulia Marques, Guilherme Maia Gonçalves, João Pedro Cammardelli Martins e Márcia Bernardes Fernandes) criaram um plano de negócio para uma agência voltada à assessoria de jogadoras de futebol, incluindo serviços como assessoria de imprensa, gerenciamento de crise, imagem e reputação, além de ações de marketing. Neste caso, uma jogadora de um time profissional de Porto Alegre foi a cliente real da agência e estava presente no dia da banca, acompanhando a finalização do processo de elaboração de um plano de comunicação, com estratégias e metas específicas para o gerenciamento de suas redes sociais, além de release para a imprensa⁶.

Figura 2 – Reportagem GZH



Fonte: Reprodução GZH, 2022.

⁶ Neste ponto, vale ressaltar que uma das pautas sugeridas pelos estudantes foi de fato publicada em um veículo de comunicação significativo de Porto Alegre, do Grupo RBS, conforme link a seguir: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/inter/noticia/2022/06/isa-haas-se-consolida-como-12a-jogadora-do-inter-e-comemora-fase-do-grupo-a-cada-tres-pontos-conquistados-nos-fortalecemos-mais-cl4iro1430005019ipk3n3i1l.html>

E, conforme o planejamento estratégico, resultou na publicação da reportagem em 17 de junho de 2022 no GZH, site do Grupo RBS, o de maior audiência no Rio Grande do Sul.

Figura 2 – Site Agência Case



Fonte: <https://jpcammardelli97.wixsite.com/agenciacase>

Os dois cases apresentados anteriormente representam uma demonstração da entrega promovida pelos estudantes em sala de aula. Seja presencial, como tradicionalmente acontecem os encontros, ou on-line, considerando o período pandêmico dos últimos dois anos, a diferenciação de produtos e serviços, buscando soluções práticas e/ou inovadoras, faz deste espaço de aprendizagem um lugar singular no processo de formação profissional.

Considerações finais

A Aprendizagem Baseada em Projeto (ABP) se mostra como uma ferramenta que, no contexto do PPC da ESPM, propicia com efetividade a operação de metodologias ativas. Isso, todavia, só ocorre pela atuação docente alinhada ao PEA (programa de ensino e aprendizagem) e à visão estratégica da escola em formar profissionais capazes de (intra) empreender com qualidade, ética e responsabilidade socioambiental. Como propõe SCHOENHERR (2011):

Mais complexo que uma solução para um problema empírico imediato (e por isso mais pertinente cientificamente), o produto experimental funciona como ponto de encontro das questões, técnicas, hipóteses de trabalho, das relações com o público, de demandas, sondagens, rotinas específicas, tecnologias, de variáveis e lógicas de mercado, interesses, conceitos, metodologias e de perspectivas teóricas. (SCHOENHERR, 2011, p. 90)

Nesse sentido, o protagonismo discente brota da autonomia em um ambiente colaborativo cujo resultado é a soma do envolvimento de todos os componentes do grupo. Assim sendo, recebem ao longo do semestre a mentoria docente e, por fim, a chancela da banca composta por professores da ESPM e profissionais convidados. Um cenário que permite integração com as discussões do trabalho jornalístico na contemporaneidade, conforme coloca Figaro:

Compreender e ampliar a discussão sobre o trabalho digital e os espaços virtuais de trabalho são necessários para apreendermos as mudanças desses tempos de transição do modo capitalista de produção e os impactos nas relações sociais como forma de interpretar e gerar mudanças estruturais na realidade. (FIGARO, 2020, p. 113)

Isto posto, há sempre no horizonte uma perspectiva de atendimento da densidade reflexiva para que o produto (resultado da disciplina) também contribua com questões latentes ao campo jornalístico. Por isso, pauta, linha editorial, gênero jornalístico, critérios para edição e interesse público deveriam estar entre procedimentos e conceitos nos produtos experimentais, embora “paradoxalmente, tais conceitos e valores basilares para a atividade e pesquisa do jornalismo aparecem não raras vezes ‘escanteados’. [...] O que está longe de ser um problema exclusivo de alunos ou mesmo dos cursos de graduação, sabe-se” (SCHOENHERR, 2011, p.95).

Avança-se para a reflexão de que “ainda a mimese dos modos tradicionais de produção jornalística que tendem a se perpetuar continuamente - se por um lado tal ação é necessária e presta serviço aos públicos, por outro ela precisa ser inovada e revista para atender as complexidades do contemporâneo” (JACOB, 2020, p.13). Cabe, portanto, a defesa da problematização permanente sobre o olhar elitizado de produção neste percurso, o que pode acabar por privilegiar tão somente pessoas e espaços urbanos específicos, afastando-se da representatividade e diversidade da população brasileira. Por isso, o reforço para produtos que contemplem a diversidade e interesse público são compromissos indissociáveis da atividade docente na relação de ensino-aprendizagem com os futuros profissionais. E aqui vale ressaltar alguns exemplos de planos de negócio

que contemplam essa diversidade, como, por exemplo, projeto desenvolvido em 2019 de uma consultoria de comunicação inclusiva para empresas ou ainda agência de comunicação e marketing político voltada a candidatos pertencentes a minorias (LGBTQIA+, mulheres, indígenas e negros) em 2021.

Em relação ao aspecto de inovação, a partir deste mapeamento, percebemos que ainda há um percurso a ser trilhado para alcançar propostas mais disruptivas, especialmente em relação ao formato, conforme coloca Bertocchi:

Pela nossa hipótese, o jornalismo de startup brasileiro está passando atualmente por um estágio experimental de caráter probatório. Nele, pequenas empresas jornalísticas são criadas com esse "espírito e cultura de startup", mas sem vivenciar as três fases pelas quais a maior parte das startups globais passam. Ou seja, não necessariamente apresentam de modelo com potencial inovador; dificilmente recebem investimentos agressivos para escalar de forma global; e, por consequência, ainda não inauguram de fato um novo mercado informativo. (BERTOCCHI, 2017, p. 112)

A partir das considerações apresentadas neste artigo, ressalta-se, portanto, que, além de conhecer as ferramentas, a ética e os valores da profissão, o jornalista contemporâneo deve se posicionar como um profissional que também compreende e aplica a gestão eficiente, com estratégias de distribuição da informação, especialmente em ambiente digital, permitindo assim desbravar uma trilha para a construção de propostas inovadoras.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Augusta Thereza; PHILIPPI JR, Arlindo; SOMMERMAN, Américo; ALVAREZ, Aparecida Magali de Souza e FERNANDES, Valdir. Histórico, fundamentos filosóficos e teórico-metodológicos da interdisciplinaridade. In: PHILIPPI JR, Arlindo e SILVA NETO, Antonio J (editores). **Interdisciplinaridade em ciência, tecnologia & inovação**. Barueri-SP: Manole, 2011.

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily.; SHIRKY, Clay. **Jornalismo Pós-Industrial**. Adaptação aos novos tempos. Revista de Jornalismo ESPM, São Paulo, n.5, p. 30-89, abril/maio/jun. 2013.

BELDA, Francisco; LUDTKE, Sérgio; PIMENTA, Angela (orgs.). **Atlas da notícia**. O mapa do jornalismo local no Brasil. Disponível em: https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vR-f5lMNo-MDPTZtQGLEmienJCFfkAxmqpRuL6lpg5o_g6vE9WnMuEu94wn0DeDspft7BGQNPxlvToC/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&slide=id.p31 Acesso em: 13 jul. 2022.

BELL, Emily; OWEN, Taylor. **The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism. Tow Center for Digital Journalism.** Columbia Journalism School. 2017 Acesso em outubro de 2017.

BENDER, W. **Aprendizagem baseada em projetos** - Educação diferenciada para o século XXI. Porto Alegre: Penso Editora, 2014.

BERTOCCHI, Daniela. Startups de jornalismo: desafios e possibilidades de inovação. **Contemporanea** – Revista de Comunicação e Cultura, Salvador, v.15, n.01, p. 101-117 jan/abr. 2017.

BRASIL. **Resolução CNE/CES**, de 1º de outubro de 2013. Diário Oficial da União, Poder Executivo, Brasília, DF. Seção 1, p. 26. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=1424_2-rces001-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192 Acesso em: 13 jul. 2022.

FIGARO, Roseli. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia.** São Paulo: CPCT/ECA-USP, 2018. Disponível em: <http://twixar.me/LqC3> Acesso em 13 jul. 2022

FIGARO, Roseli; SILVA, Ana Flávia Marques da. A comunicação como trabalho no Capitalismo de plataforma: O caso das mudanças no jornalismo. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 1, p. 101-115, abr./jul. 2020.

JACOB, Helena Maria Afonso. **Jornalismo e alimentação nos TCCs do curso de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero e a memória da cultura na prática jornalística.** In: XLIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2020, São Paulo. XLIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Virtual). São Paulo, 1º a 10/12/2020. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1952-1.pdf> Acesso em 0 ago. 2022.

OLEGÁRIO, Leandro. **Gestão estratégica no Ensino Superior:** diferenciais competitivos na comunicação entre os cursos de bacharelado em Jornalismo em Porto Alegre. Artigo (Especialização) – Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas, FMU, São Paulo, p.1-15. 2019.

PPC. **Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo.** Porto Alegre: ESPM, 2022.

RAVAZZOLO, Ângela; VIEIRA, Karine Moura. **Jornalista empreendedor: desafios contemporâneos em um campo de instabilidades.** Artigo apresentado em Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo, 05 a 09/09/2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0795-1.pdf> Acesso em 13 jul 2022.

RAVAZZOLO, Ângela; VIEIRA, Karine Moura. **Cenário em transformação: reflexões sobre novas práticas e a reconfiguração da aprendizagem em jornalismo**. Anais do 16º Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJOR). São Paulo, novembro de 2018. Disponível em: <https://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1595/803>
Acesso em 13 jul. 2022

SCHOENHERR, Rafael. **Considerações sobre validade de produtos de tcc em Jornalismo**. Revista Brasileira De Ensino De Jornalismo, v.1, n.8., p.77-96. 2011. Disponível em: <http://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/258> Acesso em 02 ago. 2022.

VARGAS, Heidy; OLEGARIO, Leandro. **Como fazer um telejornal universitário em rede na pandemia: O caso do ESPM no Ar**. PAUTA GERAL - ESTUDOS EM JORNALISMO, v. 7, p. 1-16, 2021.