

O saber em empreendedorismo no campo do jornalismo: uma análise de iniciativa autodenominada independente com escopo em jornalismo investigativo

Gustavo Panacioni

Mestrando em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo da UEPG (Universidade Estadual de Ponta Grossa). Email: gustavopanacioni@gmail.com

Paula Melani Rocha

Professora do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Pesquisadora Colaboradora do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (LabJor), UNICAMP. Desenvolve o projeto Inovação tecnológica e conhecimento científico em Jornalismo, com o apoio da FAPESP (processo número 2016/09841-6). Email: pmrocha@uepg.br

O artigo busca aferir noções de empreendedorismo entre os profissionais jornalistas que começaram iniciativas autodenominadas independentes com escopo em jornalismo investigativo. O conceito de empreendedorismo não habita a gênese da formação do profissional de maneira formal e seu aprendizado ainda não é consensual nos cursos de graduação em jornalismo no país. A reflexão considera as transformações do mercado em Jornalismo no século XXI, suas repercussões no campo profissional e a emergência de novos modelos de gestão. A fundamentação teórica pauta-se em jornalismo investigativo e empreendedorismo. Utilizou-se técnica de entrevista com profissionais que fundaram a iniciativa independente de jornalismo Amazônia Real.

Palavras-chave: Jornalismo Investigativo; Empreendedorismo; Profissionais jornalistas; Mercado de trabalho.

The knowledge in entrepreneurship on journalism field: an analysis of self-appointed independent initiative scoped in investigative journalism

This article tries to assess notions of entrepreneurship among professional journalists who have started self-appointed independent initiatives scoped in investigative journalism. The concept of entrepreneurship does not dwell the genesis of professional training in a formal way, and their learning is still no consensus on journalism graduate courses in the country. For this proposal, the reflection considers the transformation of the market in Journalism in the XXI century, its impact in the professional field and the emergence of new management models. The theoretical agenda is established in investigative journalism and entrepreneurship. It also used the interview technique with professionals who founded the independent initiative journalism Amazônia Real.

Keywords: Investigative Journalism; Entrepreneurship; Professional Journalists; Job Market.

El saber en emprendimiento en el campo del periodismo: un análisis de iniciativa autodenominada independiente con alcance en periodismo investigativo

El artículo busca aferir nociones de emprendimiento entre los profesionales periodistas que comenzaron iniciativas autodenominadas independientes con alcance en periodismo investigativo. El concepto de emprendimiento no habita la génesis de la formación del profesional de manera formal y su aprendizaje aún no es consensual en los cursos de graduación en periodismo en el país. La reflexión considera las transformaciones del mercado en Periodismo en el siglo XXI, sus repercusiones en el campo profesional y la emergencia de nuevos modelos de gestión. La fundamentación teórica se pauta en periodismo investigativo y emprendimiento. Se utilizó técnica de entrevista con profesionales que fundaron la iniciativa independiente de periodismo Amazonia Real.

Palabras-clave: Periodismo Investigativo; Emprendimiento; Profesionales periodistas; Mercado

Introdução

Em um movimento de globalização e difusão de políticas de cortes de recursos na organização do trabalho, conflitos internacionais e crises econômicas, como classifica Meyer (2004), o modo de produção capitalista vive seu terceiro estágio, o pós-industrial, marcado por uma transferência da atividade econômica da indústria para os serviços. O jornalismo ocidental desde a década de 1990 vivencia transformações motivadas também pelo impacto da tecnologia e da mídia digital, as quais reverberaram no mundo do jornalismo, afetando o processo de produção de conteúdo, distribuição, modelos de gestão, cultura profissional, mercado de trabalho e a emergência de novos atores sociais. Schumpeter (1982) ressaltou a importância da inovação na competição entre empresas, na evolução de estruturas industriais e no processo de desenvolvimento econômico. Dois aspectos são relevantes na análise de Schumpeter: a definição de inovação, que consiste não apenas na introdução de novos produtos e processos como também em novas formas de organização empresarial, novos mercados e novas fontes de matéria prima; o segundo aspecto é a importância central atribuída às empresas como agentes propulsores desse processo, correlacionados à possibilidade de obtenção de lucros econômicos diferenciais em virtude da introdução de inovações (SCHUMPETER, 1982).

As empresas gestoras de comunicação na "era pós-industrial" com aporte econômico baseado em anúncios, assinaturas e vendas de exemplares não conseguem mais custear a estrutura da produção da informação nos moldes do modelo anterior, o industrial, pois diminuíram a quantidade de assinaturas de jornais e revistas, e, conseqüentemente, reduziu-se o investimento em publicidade e a receita a partir da distribuição nos pontos de venda. A redução na audiência e na receita "dos setores tradicionais do jornalismo" (*mainstream*), como mostram Ribeiro e Guaraldi (2016, p.1), impulsionaram "o surgimento de novas formas de captação de recursos financeiros e novos modelos de negócios, tais como o jornalismo empreendedor, as agências sem fins lucrativos e os websites independentes".

Ainda nesse cenário, as quedas de arrecadação exerceram influência direta sobre os profissionais. Redações de mídias impressas sediadas nas capitais dos Estados brasileiros, São Paulo e Rio de Janeiro, por exemplo, que antes abrigavam uma média de 400 profissionais, hoje estão com menos da metade desse contingente. Parte deles sem registro contratual em carteira de trabalho, mas como pessoas jurídicas, *freelancers* ou sócios participativos. A Pesquisa do Perfil do Jornalista com dados referentes ao ano de 2012 (LIMA; MICK, 2013) aponta que 59,8% dos profissionais da mídia tem carteira assinada e, de acordo com Leite (2015, p.68), os jornalistas que atuam em jornais, revistas, agências de notícia, emissoras de televisão e emissoras de rádio correspondem justamente aos

que são contratados predominantemente com carteira de trabalho assinada, chegando a 75% do total de jornalistas que trabalham nas redações. Contudo, essa situação vêm se alterando, tanto por meio de corte de profissionais nas redações desses veículos, como por meio de mudanças nas formas de contratação de trabalho já estabelecidas; as empresas estão realizando acordos de transposição do regime CLT para pessoa jurídica, eliminando os encargos trabalhistas de responsabilidade da empresa gestora. Em 2015, segundo o site *Comunique-se*¹, foram demitidos 1400 jornalistas que atuavam nas mídias impressas (jornais e revistas), emissoras de televisão, assessoria de imprensa e Internet. Dados da Volt Data Lab referente a "A conta dos Passaralhos² - Um panorama sobre demissões de jornalistas nas redações do Brasil", contabilizaram no período de quatro anos, de 2012 a outubro de 2016, 1.602 demissões³, considerando as redações e as demissões coletivas. O número pode ser ainda maior, pois não engloba as demissões isoladas que também vem ocorrendo.

Com os cortes, os profissionais migram para novos mercados e oportunidades. Levantamento da Agência Pública aponta 86 sites de jornalismo independente, de pequeno e médio porte, funcionando no país, criados a partir de 2007, mas em maior número a partir de 2010⁴. De acordo com levantamento da Volt Data Lab, no Brasil, há 1400 redações nessa faixa de estrutura. Já o jornalista Sérgio Lüdtke, coordenador do Master em Comunicação e Mídias Digitais do Instituto Internacional de Ciências Sociais – IICS, mapeou 200 iniciativas na pesquisa Empreendimentos do Jornalismo Digital Brasileiro⁵.

Em um cenário de mudanças econômicas, os profissionais jornalistas estão testando novas possibilidades no mercado e assumindo iniciativas empreendedoras, apesar do conhecimento sobre empreendedorismo e áreas afins não ser muito difundido na formação tradicional do profissional jornalista. Segundo as primeiras análises do jornalista Lüdtke, há uma falta de planejamento da maioria dos empreendimentos que participaram da primeira amostra da pesquisa, envolvendo 64 iniciativas. Desse total, 67% dos entrevistados não fizeram um plano de negócios antes de implementar o projeto e 68% não contou com apoio de pessoas especializadas na montagem do negócio⁶.

A discussão aqui proposta busca identificar práticas empreendedoras na *expertise* do jornalismo investigativo, absorvidas pelos profissionais, e suas limitações, tendo como objetivo aferir se parte desse conhecimento é otimizado por jornalistas empreendedores no desenvolvimento de competências necessárias para que uma iniciativa independente seja criada e gerida. O artigo traz a análise empírica de uma entrevista, autorizada pelo Comitê de Ética da Universidade Estadual de Ponta Grossa, com as jornalistas criadoras do site Amazônia Real, que, após serem demitidas das redações em que atuavam, procuraram encontrar atividades diferenciadas do mercado tradicional da profissão.

1. Disponível em // portal.comunique-se.com.br/, acessado em 01 de abril de 2016.

2. Expressão que significa demissão em larga escala de jornalistas de redações.

3. Disponível em <http://medium.com/volt-data-lab/a-conta-dos-passaralhos-953e7e-254d4a#4a42uxzdu>, acessado em 28 de agosto de 2016.

4. Disponível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>, acessado em 20 de maio de 2016.

5. Disponível em <http://interatores.com.br/como-estao-sendo-planejadas-as-iniciativas-em-jornalismo-digital-no-brasil/>, acessado em 5 de junho de 2016.

6. Disponível em <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-17144-estudo-sobre-iniciativas-em-jornalismo-digital-no-brasil-aponta-falta-de-planejamento>, acessado em 5 de junho de 2016.

A ideia das jornalistas foi estruturar um site de jornalismo independente e investigativo sobre questões relacionadas à Amazônia. Criado em 2013, o site de notícias Amazônia Real é uma organização sem fins lucrativos, com linha editorial “em defesa da democratização da informação, da liberdade de expressão e dos direitos humanos”⁷. A escolha deste objeto deve-se ao levantamento da Agência Pública mencionar a Amazônia Real, além do fato de a Amazônia Real se considerar como uma iniciativa que pratica jornalismo investigativo.

Jornalismo investigativo e autonomia profissional

O jornalismo investigativo configura-se no formato reportagem, contudo, nem toda reportagem pode ser considerada investigativa. O que diferencia os termos é a pauta e o seu encaminhamento durante o processo de produção e construção do conteúdo demandando procedimentos próprios e essenciais de investigação e apuração. Nascimento (2010) considera reportagem investigativa quando é mérito do jornalista descobrir as irregularidades até então ignoradas pelo conhecimento coletivo, sendo a investigação resultado da habilidade do trabalho do jornalista.

O trabalho de investigação vem incorporando novas instrumentalizações com a Internet. As especificidades e complexidade a partir da disponibilização de informações na sociedade digital e o acesso legal às informações vêm ecoando no exercício do jornalismo investigativo, seja nas redações dos veículos comerciais ou mesmo em novas iniciativas de jornalismo autodenominado independente. Isso não significa que há uma maior facilidade ou transparência na obtenção das informações, pois ainda há sonegação de dados, censura e violência contra jornalistas⁸, tampouco pode-se considerar que procedimentos de apuração que exigem maior rigor, investigação e sistematização são datados da contemporaneidade e da sociedade em rede.

Os procedimentos adotados nas investigações envolvendo denúncias demandam outra variável de tempo/espço, diferente do tempo que rege a rotina produtiva do jornalismo diário. O *deadline* não é movido pela preocupação na obtenção do “furo jornalístico”, e sim pela comprovação da veracidade da informação para que possa ser publicada, seja por meio de documentos, cruzamento de informações ou dados. Assim, o sigilo no processo de produção é essencial para garantir o desenvolvimento da investigação.

O caráter de denúncia e a tecnologia são dois pontos trabalhados pela prática do jornalismo investigativo, mas não são exclusivas dessa vertente jornalística. O jornalismo convencional também pode conter as duas características relacionadas, porém o jornalismo investigativo é constituído a partir de um conjunto de características e não apenas uma ou outra exercidas de forma

7. Disponível em <http://amazoniareal.com.br/por-que/>, acessado em 29 de abril de 2016.

8. Relatório da UNESCO, divulgado pela ABRAJI (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo) aponta que entre 2011 e 2013, 276 jornalistas de diferentes nacionalidades foram mortos, sendo que 37 deles atuavam em jornalismo online. Outro problema é a violação e ameaças à liberdade de expressão, como revela o Relatório Anual 2014 – Violação à Liberdade de Expressão, também divulgado pela ABRAJI, o qual analisa 55 casos ocorridos no Brasil contra comunicadores e defensores dos direitos humanos.

avulsas ou duplamente combinadas. Isso é essencial para compreender as demarcações do jornalismo investigativo.

... embora qualquer prática jornalística pressuponha alguma investigação, há uma categoria que se diferencia das outras - pelo processo de trabalho do profissional e métodos de pesquisa e estratégias operacionais -, definida como jornalismo investigativo (SEQUEIRA, 2005, p.15).

Hunter (2013) aponta que os jornalistas convencionais estão imersos nas dinâmicas de relatar os fatos da forma mais rápida possível e isto os leva a reportar aquilo que vêem ou a acompanhar notícias de ontem. É um estilo de monitoramento noticioso. Já a cobertura investigativa, ao denunciar, assume uma meta transformadora.

Ao analisar os processos produtivos nos meios de comunicação de massa nota-se que o jornalismo investigativo é o trabalho na contramão do fluxo da informação (SEQUEIRA, 2005). Este é o primeiro passo que vai caracterizar o hábito de um jornalista investigativo. Assim, é possível relacionar diferenciações que vão permear o fazer investigativo em questões que envolvem hipóteses, métodos e planejamentos e que não existem em uma rotina convencional de cobertura jornalística. A diferença é identificada de forma mais direta quando se analisa o processo pelo qual o jornalista investigativo passa ao apurar uma reportagem investigativa. Enquanto o jornalista convencional está condicionado a uma rotina que possibilita pouca prática de conceitos aprofundados de metodologia e gerenciamento de operações, o jornalista investigativo, mesmo condicionado às mesmas regras e processos da organização, encontra espaço para desenvolver um trabalho pautado “pelas estratégias que ele utiliza na fase de apuração” (SEQUEIRA, 2005, p. 62). Nesse sentido, caracteriza-se um trabalho mais autônomo, descolado da rotina da redação diária.

O ponto de partida desta estratégia começa com a escolha de uma hipótese, uma história, que vai permear todo o projeto de investigação. É com essa definição que o jornalista traça o planejamento, estuda a viabilidade técnica e financeira da produção da pauta e realiza uma primeira etapa de apuração para unir dados suficientes para defender a pauta com a chefia. São competências que deixam de ser inerentes à profissão jornalística e passam a assumir uma característica mais próxima a conceitos de empreendedorismo e administração. A defesa da pauta para os chefes de redação, além de por si só já constituir uma distinção daquele jornalista que executa notícias e reportagens que são propostas pela chefia ou equipe (rotina comum nas enxutas redações atuais), também indica a iniciativa empreendedora do jornalista investigativo. De acordo com Hunter (2013), entre outras distinções, a cobertura investigativa difere-se da convencional pois “depende de materiais reunidos ou gerados a partir da própria iniciativa

do(a) repórter” (HUNTER, 2013, p. 10). A essa definição o autor dá o nome de “cobertura empreendida”. A Rádio Gazeta, quando se trata de campanhas educativas e de prestação de serviços, atua dentro da esfera da filantropia conforme a autorização da Fundação que a mantém. No que se refere ao aprendizado de rádio, contudo, a emissora funciona como uma rádio educativa. Atualmente, a emissora não possui anúncios publicitários; entretanto, conforme o depoimento do Diretor Carlos Roberto da Costa, ela pode vir a tê-los, desde que se caracterizem como campanhas com foco educacional, seja ele formal ou informal.

Pamela Shoemaker e Tim P. Vos (2011), a partir de estudos do autor James Ettema, citam a relação entre os conceitos de jornalismo investigativo e empreendedorismo ao estudar a aplicabilidade da teoria do gatekeeper nos processos jornalísticos. Ao utilizar o termo “reportagem empreendedora”, um dos exemplos para ilustrar o termo “envolve jornalistas investigativos desenvolvendo suas próprias histórias, amarrando ideias e eventos disparatados em um todo lógico” (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 39). Schudson (2010) se refere à “reportagem investigativa” como sinônimo de “jornalismo empreendedor”, como prática expandida a partir de 1960 nos EUA com mais impacto sobre as *hard news*⁹, tendo como diferencial a energia dispendida pelo profissional.

O autor mostra que os jornais passaram a investir em equipes de jornalismo investigativo e os repórteres por sua vez “começaram a se ver como um grupo de interesse por direito próprio” (SCHUDSON, 2010, p. 222), criando associações de jornalismo investigativo. Entretanto, Schudson (2010) ressalta que a reportagem investigativa é um empreendimento precário, devido ao custo para as empresas em manter a operação desses profissionais e o processo de produção da própria reportagem e que isso esvaziou a prática investigativa em alguns veículos. Justamente o investimento dispendido na produção de reportagens investigativas é um dos embates enfrentados nas redações de veículos diários no Brasil que, substancialmente em momentos de cortes orçamentários, investem apenas em coberturas factuais.

Ao tomar como ponto de partida o desenvolvimento de histórias próprias (SHOEMAKER; VOS, 2011), ou ao reunir materiais a partir da própria iniciativa (HUNTER, 2013), tem-se o início de uma jornada empreendedora dentro de uma redação. Depois de ter a ideia e realizar o primeiro levantamento de dados para apresentar a pauta para a chefia, o profissional investigativo dedica-se a planejar e estudar a viabilidade técnica da execução do projeto. Essa é a etapa que vai traduzir-se na identificação de possíveis riscos e na minimização deles. Em um cenário de crise como o enfrentado hoje pelas instituições, essa análise acaba sendo ainda mais essencial em iniciativas como uma reportagem investigativa. O profissional precisa fazer um “estudo da viabilidade com relação às despesas previstas, ao tempo que será gasto e à porcentagem de sucesso de seu traba-

9. Notícias relevantes, atuais e exploradas em profundidade.

lho, para apresentá-lo, depois, aos seus superiores diretos” (SEQUEIRA, 2005, p. 116). Outro ponto a se considerar é o impacto da pauta, ou seja, os critérios de noticiabilidade do acontecimento. Se for algo importante, de interesse público e, sobretudo, impactante, a chance de a pauta ser aprovada é maior.

A conquista do espaço para a produção da pauta não é a única ligação entre jornalismo investigativo e empreendedorismo. A partir do momento no qual o jornalista inicia o empreendimento, outras *expertises* tomam conta dessas atividades. As competências de gestão de projetos, habilidade incorporada às disciplinas de administração, são um exemplo. Inicia-se pelas necessidades de gerenciamento de recursos financeiros, tempo e prazos e passa por questões ligadas à gestão de equipe, principalmente no cenário de convergência multimídia vivenciado pelos jornalistas e a necessidade de trabalhar com diferentes perfis de profissionais dentro de uma redação. Programadores, designers e ilustradores também passam a compor as equipes de produção de conteúdo. O jornalista responsável pela pauta investigativa deve mensurar a viabilidade técnica e também assumir a administração dos recursos envolvidos no projeto. "O ambiente inovador, repleto de incertezas, exige uma administração de projetos em que a concepção multidisciplinar e a gestão orientada para resultado possam ser devidamente aplicadas" (MENEZES, 2001, p.27).

Um ponto a se considerar ao analisar empreendedorismo na construção da pauta investigativa é a temporalidade do projeto da pauta, pois ele não perpassa pela concepção de continuidade, aliás nem é considerado. O projeto encerra em si próprio, diferente da competência empreendedora para gerar um negócio; ao idealizar um negócio é preciso ir além de um projeto de pauta. Exige-se, essencialmente, um modelo de gestão que dê conta de um projeto contínuo, para que a empresa não encerre suas atividades após concretizá-lo. De certa forma, esse conhecimento não compõe necessariamente o desenvolvimento da pauta investigativa. Por outro lado, a *expertise* em jornalismo investigativo oferece ao profissional que realiza reportagens investigativas sobre determinado tema ou espaço geográfico, um conhecimento acumulativo em desdobrar tal cobertura para um nicho específico de mercado, como é o caso da Amazônia Real.

A migração da intraempreendedores a empreendedores

Briggs (2012, s/p) apresenta o conceito de intraempreendedorismo ao defender a ideia de “alguém que faz a inovação acontecer dentro de uma grande organização”. O empreendedorismo dentro de uma redação também pode ser entendido como intraempreendedorismo e revela profissionais que conseguem sair um pouco da rotina urgente das organizações de notícias para pensar propostas novas para a prática jornalística. Entretanto, enquanto os espaços e

formatos de trabalho estão sendo repensados devido aos impactos do modelo pós-industrial e das mídias digitais no jornalismo, são poucas as empresas convencionais a oferecerem oportunidades, mesmo que sejam breves, para que o profissional tenha tempo de pensar em inovações. Em busca de reduzir custos, as empresas passaram a demitir profissionais de carreiras e repórteres responsáveis por reportagens especiais e investigativas. A busca por uma sustentabilidade financeira nos meios digitais, e conseqüentemente, a rotina acelerada de tentar acompanhar os acontecimentos à medida em que acontecem para que sejam publicados antes dos concorrentes, acaba inibindo muitos esforços em repensar o jornalismo e encontrar uma alternativa à realidade atual. Sob a análise trazida pelo relatório *Jornalismo pós-industrial – adaptação aos novos tempos*, esse cenário é chamado de “síndrome do hamster”, em que há uma busca incessante por chamar a atenção, fidelizar consumidores de informação e sustentar financeiramente a estrutura produtiva (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 52).

A lógica é que não há tempo nem estrutura para concentrar-se em pautas investigativas, que demandam um longo período de apuração e produção, além de exigir um esforço exclusivo de repórteres que são essenciais para suprir a rotina urgente e instantânea. Assim, o jornalista que busca autonomia e independência dentro de uma redação propondo pautas investigativas enfrenta uma realidade que resulta em avançar de uma iniciativa intraempreendedora para uma postura empreendedora.

O desafio empreendedor fora das redações pode vir de diferentes maneiras. A rotina exaustiva na qual as organizações jornalísticas estão investindo frustra aqueles profissionais que querem desenvolver projetos com um objetivo menos comercial e mais social. A facilidade que os meios digitais possibilitam, como baixo custo de instrumentalização e veiculação, faz com que as iniciativas independentes sejam uma das opções para quem quer empreender. A pesquisa Empreendimentos do Jornalismo Digital Brasileiro constatou que mais da metade das iniciativas pesquisadas já têm mais de dois anos de atividade. Há um registro expressivo de novos projetos fundados nos últimos quatro anos, período em que as demissões nas organizações começaram a acontecer de forma mais constante, conforme levantamento realizado pelo site *Comunique-se*.

A referida pesquisa é uma possibilidade de entender um pouco mais sobre como os jornalistas que se dispõem a criar uma iniciativa independente se estruturam e desenvolvem suas ideias. E quando se fala em empreendedorismo e como as competências relacionadas à esta área podem ajudar nessa nova postura empreendedora detectada, percebe-se que ainda não há uma preocupação em questões de planejamento ou administrativas ao se iniciar um negócio. Mesmo que algumas iniciativas digitais independentes não tenham fins

lucrativos, a percepção administrativa e o planejamento do empreendimento é essencial para a longevidade do projeto.

Um dos dados que chama a atenção é aquele que relaciona o número de iniciativas digitais que foi estruturada por um plano de negócios, ou *business plan*, ferramenta principal no processo de criação de um empreendimento. De 200 iniciativas analisadas pela pesquisa Empreendimentos do Jornalismo Digital Brasileiro, 66,7% não elaboraram um plano de negócios. Apesar de não ser algo que vai definir se o empreendimento terá sucesso ou não, o plano de negócios é uma ferramenta fundamental para auxiliar o empreendedor a decidir os objetivos, traçar estratégias, táticas e definir formas de financiamento, por exemplo. O relatório exemplifica que “começar um negócio sem ter um plano de negócios equivale no Jornalismo a publicar um texto que não responda às perguntas exigidas pelo lide” (LÜDTKE, 2016, s/p). O relatório aponta ainda que os empreendimentos mais recentes começam a inverter a regra constatada até o momento. De 17 novas iniciativas que começaram as atividades no início de 2015, 10 já elaboraram um plano de negócios. A constatação é de que embora não seja uma tendência, pode haver um “maior interesse dos empreendedores, mais informação disponível e menos preconceito por parte dos jornalistas com questões negociais e financeiras” (LÜDTKE, 2016, s/p). No contingente das iniciativas percebe-se uma diversidade de nichos, sejam temáticos, de perfil de público ou geográfico. Essa sinalização de um potencial de atuação do jornalismo direcionado a nichos também pode ser adquirido na prática da profissão e na observação das tendências do mercado.

Um ponto a se considerar é como adequar as noções de empreendedorismo ao mundo do jornalismo com escopo em pequenas ou médias redações, diferente do modelo industrial e da aplicação do taylorismo, instaurada nas redações da imprensa *mainstream* nacional a partir da década de 1980 (OLIVEIRA, 2013). A análise empírica da entrevista com as jornalistas criadoras do site Amazônia Real, com foco em temas da região amazônica, segue esse pressuposto.

Jornalistas empreendedoras

As duas jornalistas responsáveis pela criação e continuidade do site de jornalismo investigativo e independente Amazônia Real (jornalista 1 e jornalista 2¹⁰), se conheceram a partir do convite de uma terceira jornalista, e primeira idealizadora do projeto, que deixou a iniciativa por motivos pessoais. As histórias das jornalistas 1 e 2 compartilham de temas em comum, já que as duas atuaram em veículos de comunicação em estados do norte do Brasil, cobrindo assuntos relacionados a Amazônia e sua população indígena. A jornalista 1, na

¹⁰. As jornalistas foram informadas do objetivo da entrevista, da proposta do projeto de pesquisa e aceitaram participar, mas optou-se, neste artigo, por não identificá-las nominalmente.

maior parte da carreira profissional em que atuou com assuntos da Amazônia, trabalhou para a Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo, A Gazeta, TV Educativa e TV Cultura. A jornalista 2 atuou como repórter de jornais de Manaus, como A Crítica, Diário do Amazonas e Amazonas em Tempo, tornando-se especialista em reportagens com temas socioambientais na Amazônia com foco em povos indígenas, povos tradicionais, direitos humanos e biodiversidade.

A entrevista¹¹ abordou a "crise" no jornalismo, incentivo ao empreendedorismo, jornalismo independente e a busca por autonomia na elaboração de um plano de negócios, além da experiência empreendedora e no jornalismo investigativo. É notável como a "crise" vivenciada pelas organizações profissionais em que as duas jornalistas trabalhavam contribuiu com a decisão da criação da iniciativa independente. Tanto a jornalista 1 quanto a jornalista 2 foram demitidas de suas posições que ocupavam há tempos nas redações. "Tudo surgiu aqui na Amazônia Real com a crise no jornalismo", explica a jornalista 1. "Houve realmente um passaralho na Folha em 2013. Eu já trabalhava há 13 anos". Apesar de ser correspondente da Folha de São Paulo em Manaus, a jornalista 1 também sentia as mudanças na rotina produtiva da redação e não estava satisfeita. "No meu processo como repórter da Folha eu já vinha me desgastando. [...] Primeiro o salário não estava bem... A pressão era muito grande, a cobrança era muito grande".

Os temas independência e autonomia podem ser percebido em dois momentos. O primeiro diz respeito ao objetivo de se dedicar, com o Amazônia Real, a assuntos de forma aprofundada e que não são veiculados na mídia convencional. A jornalista 1 afirma que o ponto de partida é o que o público ao qual se dirigem tem vontade de se informar sobre esses assuntos. "Nosso trabalho acaba sendo mais trabalhoso, mais profundo. [...] O nosso público já espera alguma coisa profunda. [...] Então a gente começa a insistir no assunto e vai buscando coisas que não saem na imprensa, no jornal geral". O segundo momento pode ser visto quando a jornalista 1 explica o planejamento do empreendimento e a preocupação com a origem das receitas que vão sustentar a iniciativa financeiramente. "Aí é onde entra a questão do jornalismo independente. Aqui na região amazônica o poder político e econômico é muito atrelado. Então não adianta a gente fazer uma mídia independente se a gente vai receber dinheiro público do estado, da prefeitura. Então nós tivemos que fazer um modelo de negócios em que a gente pudesse procurar recursos fora daqui".

Atualmente, a Amazônia Real recebe investimentos da *Ford Foundation*, entidade internacional que desenvolve trabalhos baseados em eixos como engajamento civil e governamental; criatividade e liberdade de expressão; desenvolvimento equitativo; justiça de gênero, racial e ética; economias inclusivas; acesso livre à internet; oportunidade e aprendizado para jovens¹². As jornalistas vislumbram um negócio com marcas distintas das grandes corporações, tanto

11. Entrevista realizada por Skype no dia 01 de abril de 2016.

12. Descrição disponível, em inglês, no site: <https://www.fordfoundation.org/work/challenging-inequality/our-approach/>. Tradução livre do original.

no quesito tempo e espaço associados à pauta, ao processo de produção e rotina jornalística, quanto às amarras financeiras e editoriais, materializando aparentemente uma maior autonomia e independência tanto do fazer jornalístico quanto na gestão do modelo de negócios frente aos poderes locais e regionais. Porém, é válido mencionar que a *Ford Foundation* também tem suas diretrizes e normatizações e as iniciativas beneficiadas pelo seu apoio devem atender a essas regras.

Quando o assunto é empreendedorismo, a referência se dá inicialmente quando a jornalista 1 faz uma relação entre uma competência administrativa com uma das funções que exerceu enquanto ainda estava vinculada à Folha de São Paulo e gerenciava o escritório em Manaus. “A única experiência que eu tinha em contabilidade era a experiência que eu tinha da Folha de administrar o escritório”. Apesar da habilidade reconhecida, do conhecimento e da sua competência no campo jornalístico, a jornalista 1 considera que não tinha todo o conhecimento necessário para iniciar o empreendimento. Percebe-se a falta de familiaridade com as questões empreendedora; apesar de ter praticado o jornalismo investigativo enquanto estava empregada, a profissional não tinha formação sobre administrar uma empresa, ou um pequeno negócio. O reconhecimento de que não possuía experiência suficiente, a fez buscar cursos de formação e orientação no SEBRAE. “Eu fui lá aprender. Eu fiz três cursos básicos no SEBRAE¹³. Dois sobre empreendedorismo: ‘o que é empreendedorismo, como é ser empreendedor’ e ‘como administrar os seus negócios e como lidar com as finanças’”.

Os jornalistas empregados em redações gestadas por terceiros, embora conheçam todo o processo de produção do jornal, participam apenas de etapas desse processo, de acordo com a função que desempenham na redação (repórter, repórter fotográfico, editor, editor chefe, correspondente, etc.). Ao migrarem para a criação de iniciativas (*startup*), os próprios jornalistas passam a gestar o empreendimento e todo o processo de produção do veículo. A transposição desse saber fazer localizado para o domínio do todo, ainda é um desafio na cultura profissional atual.

O jornalismo investigativo e as competências empreendedoras que ele possibilita desenvolver formam um conjunto de fatores que deve ser considerado nesse período de reavaliação de posturas profissionais e transformações no fazer jornalístico. Percebe-se relações entre jornalismo investigativo e empreendedorismo ao compreender que algumas atividades que profissionais investigativos executam nos projetos que criam têm ligação com habilidades empreendedoras.

As ligações estabelecidas entre conceitos aparentemente distantes, e muitas vezes conflitantes - pela lógica industrial -, permitem novos olhares e perspectivas, principalmente na formação e fortalecimento de conhecimentos para os novos profissionais que estão nas universidades ou acabam de ingressar no mercado de trabalho. Porém, deve-se ponderar que mesmo as iniciativas auto-

13. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

denominadas independentes dependem de financiadores, sejam fundações, formatos colaborativos, desenvolvimento de projetos, assinaturas, venda de produtos ou organização de eventos, que envolvem relações de troca e contrapartidas. Esse conhecimento deve ser contemporizado pelo jornalista.

Referências

- ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **O jornalismo pós-industrial – adaptação aos novos tempos**. In Revista de Jornalismo ESPM, São Paulo, n. 5, ano 2, jun. 2013.
- ANDRADE, J. C. de. **Dimensões da prática empreendedora: um estudo empírico com analistas e empresários**. Curitiba, 2008. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Positivo, Curitiba, 2008.
- BRANDÃO, E. A.; VASCONCELOS, G. M. R.; MUNIZ, R. M.. **Empreendedorismo e Racionalidade**. In Pretexto 2011, Belo Horizonte, v. 12, n. 3, p. 47-66, jul./set. 2011.
- BRIGGS, M. **Entrepreneurial Journalism: how to build what's next for news**. California: SAGE Publications, 2012.
- GIL, A. C.; SILVA, S. P. M. **O Método Fenomenológico na Pesquisa sobre Empreendedorismo no Brasil**. In Revista de Ciências da Administração, v. 17, n. 41, p. 99-113, abr. 2015.
- HUNTER, M. L. **A investigação a partir de histórias – Um manual para jornalistas investigativos**. Montevideo: Oficina Regional de Ciencias de la UNESCO para América Latina y el Caribe, 2013.
- KOVACH, B. e ROSENSTIEL, T. **Os elementos do Jornalismo. O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo, Geração Editorial, p. 159-179, 2004.
- LEITE, A. T. B.. **Profissionais da mídia em São Paulo: Um estudo sobre profissionalismo, diferença e gênero no jornalismo**. São Carlos: UFSCar, 2015. 232p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015.
- LÜDTKE, S. **Empreendimentos do Jornalismo digital brasileiro**. São Paulo: Interatores.com, 2016. Disponível em: <http://www.interatores.com.br>
- MICK, J.; LIMA, S. **Perfil do jornalista brasileiro. Características demográficas, políticas e do trabalho**. Florianópolis: Insular, 2013.
- MENEZES, L. C. de M. **Gestão de Projetos**. São Paulo: Atlas, 2001.
- MEYER, P. **Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação**. São Paulo, Contexto, 2004.
- NASCIMENTO, S. **Os novos escribas. O fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil**. Porto Alegre, Arquipélago Editorial, 2010.
- OLIVEIRA, M. R. de. **O projeto de reestruturação do trabalho jornalístico**

- na Folha de São Paulo: racionalidade e gerenciamento.** In Cadernos Ceru, São Paulo, V.24, n.2, 2013.
- RIBEIRO, F. A. de L.; GUARALDI, B. R. **Novos modelos de negócio em jornalismo.** In ComCiência. Revista Eletrônica de Jornalismo Científico, Campinas: LabJor, 10 Abril de 2016.
- SEQUEIRA, C. M. de. **Jornalismo Investigativo: o fato por trás da notícia.** São Paulo: Summus, 2005.
- SCHUDSON, M. **Descobrimo a Notícia. Uma história social dos jornais nos Estados Unidos.** Petrópolis: Ed. Vozes, 2010.
- SHOEMAKER, P.; VOS, T. P. **Teoria do Gatekeeping- seleção e construção da notícia.** Porto Alegre: Penso. 2011.
- SHUMPETER, J A. **The theory of economic development, 1934.** In: **Teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1982. (Coleção Os Economistas).