

## Empreendedorismo no Jornalismo: análise curricular da formação nas universidades públicas federais

Entrepreneurship in Journalism:  
curriculum analysis of training in federal  
public universities

Emprendimiento en Periodismo:  
análisis curricular de la formación en  
universidades públicas federales

Recebido em: 25/08/2021

Aceito em: 16/10/2021

DOI: 10.46952/rebej.v11i29.456

### RESUMO

O presente artigo faz parte da pesquisa concluída no Mestrado em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (UFT) e pretende verificar na grade curricular dos cursos de Jornalismo das universidades públicas federais do Brasil se existe uma proposta de formação empreendedora através da oferta de disciplinas com foco na área do empreendedorismo. A abordagem metodológica utilizada é bibliográfica e documental, envolve análise descritiva de natureza quantitativa e qualitativa. Conseguimos verificar que, das 40 instituições federais que possuem o curso de Jornalismo no país, 35, ou seja, 87,5% possuem matéria com conteúdo relacionado ao empreendedorismo. Destas, 27 universidades têm a disciplina na grade curricular como obrigatória.

### PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo Empreendedor.  
Empreendedorismo. Currículo.  
Ensino de Jornalismo.

### ABSTRACT

This article is part of the research under development in the Masters in Communication and Society at the Federal University of Tocantins (UFT) and intends to verify in the curriculum of Journalism courses at federal public universities in Brazil if there is a proposal for entrepreneurial training through the offer of disciplines focused on entrepreneurship. The methodological approach used is bibliographic and documentary, involves descriptive analysis of a quantitative and qualitative nature. We were able to verify that, of the 40 federal institutions that have the Journalism course in the country, 35, that is, 87.5% have material with content related to entrepreneurship. Of these, 27 universities have the subject in their curriculum as mandatory.

### KEYWORDS

Entrepreneurial Journalism.  
Entrepreneurship. Resume.  
Journalism teaching.

### RESUMEN

Este artículo es parte de la investigación en desarrollo en la Maestría en Comunicación y Sociedad de la Universidad Federal de Tocantins (UFT) y pretende verificar en el plan de estudios de los cursos de Periodismo en las universidades públicas federales de Brasil si existe una propuesta de formación empresarial a través de la oferta de disciplinas enfocadas al área del emprendimiento. El enfoque metodológico utilizado es bibliográfico y documental, implica un análisis descriptivo de carácter cuantitativo y cualitativo. Pudimos comprobar que, de las 40 instituciones federales que tienen el curso de Periodismo en el país, 35, es decir, el 87,5% tienen material con contenido relacionado con el emprendimiento. De estas, 27 universidades tienen la asignatura en su plan de estudios como obligatoria.

### PALABRAS CLAVE

Periodismo emprendedor.  
Emprendimiento. Curriculum.  
Enseñanza del periodismo.



**Caroline Silva Falcão Guedes**

Mestra em Comunicação e Sociedade  
pela UFT.

[carolinefalcao@uft.edu.br](mailto:carolinefalcao@uft.edu.br)

**Amanda Maurício P. Leite**

Doutora em Educação e professora de  
graduação em Pedagogia e do Pro-  
grama de Pós-Graduação em Comuni-  
cação e Sociedade da UFT.

[amandaleite@uft.edu.br](mailto:amandaleite@uft.edu.br)

## 1 INTRODUÇÃO

Incerteza e transformação são duas palavras que os jornalistas enfrentam atualmente. O avanço das tecnologias digitais, a migração da publicidade para a internet, a mudança do consumidor diante das notícias, em que também passou a ser produtor de informação, e as demissões nos veículos de comunicação são algumas alterações ocorridas no mercado contemporâneo do jornalismo nos últimos anos. A profissão passa por um momento de reconfiguração, e os profissionais buscam o seu lugar nesse novo espaço. Muitos escolhem caminhos entre novos modelos de negócios, de diferentes características narrativas e formatos. Hoje, uma das opções tem sido o empreendedorismo.

Uma parte da mudança nesse cenário ocorreu devido ao grande número de demissões que a categoria jornalística sofreu, levando a ter cada vez menos empregos formais em veículos de comunicação, redações com menos profissionais e acúmulo de funções, restando para muitos jornalistas buscarem caminhos fora das redações. Conforme dados do projeto *Volt Data Lab (2018)*, há uma crise iminente desde o ano de 2012, com milhares de jornalistas demitidos. Ao todo foram 2.327 demissões de jornalistas em redações, chegando a 7.817 demissões em empresas de mídia no período de 2012 a 2018. Em um contexto de "crise" de emprego no jornalismo, o empreendedorismo é apresentado como alternativa de trabalho.

O que podemos observar é que a visão de empreendedorismo está geralmente vinculada à criação de um novo negócio. Realidade essa que durante muitos anos pareceu distanciada dos jornalistas que, na maior parte das vezes, exerciam suas funções subordinados aos veículos de comunicação.

Cortes de custos, queda do faturamento com publicidade, perda de leitores e diminuição do tamanho vêm sendo uma constante neste negócio nos últimos anos – desde a emergência das novidades trazidas pela tecnologia e pela comunicação em rede. (COSTA, 2014, p. 54)

Uma das opções para os jornalistas na atualidade é o empreendedorismo, com foco, principalmente, no modelo de negócio digital e independente. Porém, muitos desses profissionais não tiveram na base de sua formação universitária uma educação voltada ao empreendedorismo. Cenário que vem se alterando desde a aprovação, em 2013, das novas Diretrizes Curriculares Nacionais. O documento, no artigo 4º, enfatiza a importância da formação para o empreendedorismo, bem como para as recentes transformações tecnológicas, além da ideia de que os jornalistas devem trabalhar como "autônomos", já que a oferta de emprego não cresce na mesma medida que o número de profissionais (BRASIL, 2013).

De acordo com Bucci (2016), há novos modelos de negócios surgindo e a universidade precisa preparar os futuros jornalistas para empreender. Além da demanda por conhecimento sobre como empreender, a formação do jornalista no Brasil precisa acompanhar as mudanças tecnológicas que estão acontecendo no mercado.

Baseado nessas mudanças e pensando na formação do profissional jornalista para atuação nesses novos modelos de negócio, o presente artigo objetiva analisar o

currículo dos cursos de jornalismo das universidades federais do Brasil com a intenção de verificar se existe a oferta de disciplinas com foco em empreendedorismo.

A abordagem metodológica utilizada é bibliográfica e descritiva, e envolve análise documental de natureza quantitativa e qualitativa. Quanto à amostragem, é do tipo não-probabilística, pois, se utiliza de uma escolha proporcional dentro de uma amostra maior de cursos.

O propósito foi o de fazer um diagnóstico das estruturas curriculares dos referidos cursos em todas as regiões do país e depois consolidar em tabela e gráficos a proporção da oferta de disciplinas empreendedoras na formação do Jornalismo. Optamos pelas universidades federais por ter um número representativo e o fato de estar presente em todas as regiões do Brasil.

## 2 JORNALISMO EMPREENDEDOR E A FORMAÇÃO UNIVERSITÁRIA

As palavras jornalismo e empreendedorismo, até pouco tempo atrás, não conversavam. Afinal, em termos profissionais, pensar no exercício do jornalista, sempre remetia ao trabalho em um grande veículo de comunicação, seja rádio, TV ou impresso. Se pensar nos jornalistas que você admira ou conhece, a maior parte está ligado a uma dessas mídias. Claro que alguns profissionais trabalhavam fora das redações, seja em agências, assessorias de imprensa ou prestando serviço a outras instituições. Mas, o jornalista autônomo e empreendedor não era comum de se ver.

Atualmente, devido à necessidade ou desejo de conhecer e abrir novas oportunidades, jornalistas veteranos e novatos estão se aventurando em novos modelos de negócios jornalísticos independentes e empreendedores. Conforme Meyer (2007), 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.

No lugar das grandes corporações de mídia, entram novas produções de conteúdo e mudança no consumo de notícias. Essa nova organização trouxe para o jornalismo o desempenho de diferentes atividades e o acúmulo de funções. O jornalista entrevista, redige o texto, fotografa, edita e ainda faz a gestão de mídia social, tudo ao mesmo tempo. Conforme a professora Cláudia Nonato (2009), são profissionais "multifuncionais e polivalentes" que precisam se adaptar às demandas das novas tecnologias e produzir informação para diversas mídias. Todos esses fatores, aliados às grandes exigências e baixos salários, contribuem para que o ambiente de trabalho se torne muito mais competitivo (NONATO, 2009).

Com base nessas necessidades profissionais do jornalista atual, sua formação deve ser diferente daquela oferecida há alguns anos, tendo em vista o novo cenário comunicacional, amplamente suportado pela convergência midiática, que requer um profissional com variadas competências, levando a produções que circulem intensamente pela internet e alteraram significativamente as rotinas profissionais requeridas para o fazer jornalístico.

As inovações tecnológicas, com as alterações no mundo do trabalho e a proliferação de novos conhecimentos, são fatores, colocados por Lévy (1999), que questionam também os modelos tradicionais de ensino e a forma da transmissão dos saberes. Lévy (1999) esclarece que as relações de trabalho, sociais e novas maneiras de pensar são influenciadas pelas transformações vindas do mundo das telecomunicações e da informática.

Com o avanço da internet, surgem novos meios de difusão da informação que levam a alterações no mercado de notícias e no trabalho dos jornalistas com mudanças na interface e na linguagem com o público. Plataformas digitais como *Google, Facebook, Instagram e Twitter*, e o desenvolvimento de tecnologias móveis permitem a facilidade de divulgação e de compartilhamento de informações, vídeos e imagens em tempo real pelo público, possibilitando a interatividade entre emissor, mensagem e receptor. A tecnologia realmente transforma, se podemos assim dizer, o “antigo modo de atuação” no jornalismo. Atualmente, com o acesso a diversas fontes de informação, o público exige muito mais do profissional que traz a notícia, seja por meio da confiabilidade e da exploração maior no contexto da informação.

O ciberespaço trouxe novas possibilidades de construção de narrativas disponíveis de diversas maneiras, sendo que o jornalista que não quiser, por exemplo, trabalhar na grande mídia, tem a opção de fazer jornalismo empreendedor, montar seu próprio modelo de negócio, sem precisar estar vinculado ao domínio de empresas que ditam e estabelecem quais notícias são relevantes (PRIMO; TRÄSEL, 2006).

Abriram-se possibilidades para um jornalismo independente e inovador, fora dos grandes veículos de comunicação. Além do *home office*, que em tempos de pandemia e isolamento social, mostra-se como importante e necessário. É tempo de renovação, e o jornalismo é uma profissão que precisa acompanhar as mudanças tecnológicas, culturais, econômicas e sociais.

Conforme Santaella (2013), a interação, velocidade da informação e diversas outras questões no ambiente virtual abrem ao jornalismo outros modos de criar e distribuir notícias, fazendo com que o profissional possa ser empreendedor. Por outro lado, a autora aponta serem necessários novos formatos, qualificações e potencialidades de criação para atender às demandas da Comunicação.

O empreendedorismo no jornalismo brasileiro vem sendo construído gradualmente, vemos o crescimento da atuação de jornalistas independentes que criam o seu site de notícia e vão em busca de financiamentos e patrocínios ou se arriscam no trabalho como *freelance*, ou por meio da prestação de serviços e consultoria, muitas vezes exercendo funções de modo informal, sem vínculo empregatício. Todas as mudanças que ocorrem no campo jornalístico levam a refletir sobre novas práticas e a formação ofertada hoje nos cursos de Jornalismo.

A educação, por meio da formação superior, tem importante papel no preparo dos estudantes para a sociedade que vive em constante mutação. Afinal, importa conhecer sobre como as universidades federais estão se relacionando com o mercado de trabalho, especialmente do ensino que visa à atuação do profissional em diferentes frentes. Acreditamos que a universidade pode ser a primeira instância a trabalhar essa discussão e bem como os caminhos alternativos em busca de trabalhos independentes na formação acadêmica.

Anderson, Bell, Shirky (2013) dizem que a formação universitária do jornalista deve ser de um profissional inteirado sobre modelos de negócios e consciente também do seu poder como comunicador, pois, muitas vezes, precisará trabalhar sozinho, ser um profissional multitarefa com domínio de várias funções, além daquelas já designadas ao exercício da profissão. Assuntos como gestão de projetos, planejamento, marketing, entre outros, são essenciais na preparação desses estudantes. “Ensinar os estudantes a pensarem de maneira global, entendendo tanto do fazer jornalismo quanto da necessidade de criar algo que possa trazer retorno financeiro enquanto causa impacto na sociedade” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 86).

Os autores assinalam sobre a importância de formar jornalistas que saibam lidar com um estado permanente de mudança, ainda que nem todas essas qualidades necessárias possam ser ensinadas. “A ideia do jornalista empreendedor vem ganhando força e é cada vez mais estimulada tanto em cursos de jornalismo como em certos veículos de comunicação” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 47).

Greatti e Previdelli (2003) afirmam ser preciso inserir uma cultura empreendedora na sociedade, e o ensino precisará deixar de ser voltado para a formação de profissionais que buscam empregos no mercado de trabalho devendo focar na formação de profissionais empreendedores, que geram empregos e rendas para a comunidade, através de negócios próprios. É importante salientar que o desenvolvimento das tecnologias de comunicação é um dos fatores condicionantes para esse novo ambiente de negócios.

Para Bernardino et al. (2006), a educação superior é altamente atrelada à produção de conhecimento, estimulando pouco o estudante a empreender. A universidade é um local privilegiado para a criação da cultura empreendedora e o desafio da educação empreendedora é construir um ambiente favorável à sua criação.

Diante do exposto, acreditamos que hoje é necessário formar empreendedores, e a universidade tem um papel essencial, pois, as Instituições de Ensino Superior (IES) podem criar um programa de formação empreendedora com disciplinas eletivas e/ou obrigatórias, cursos sequenciais, seminários, oficinas e atividades integrantes (OLIVEIRA, 2006).

As profissões mudam com o passar do tempo e com o jornalismo não é diferente, os avanços tecnológicos ainda são grandes responsáveis no movimento de transformação do jornalismo atual, por isso as universidades podem fornecer teorias e práticas aos estudantes sobre empreendedorismo e novas formas de atuação.

### 2.1 DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS

Desde o ano de 1947, quando foi criada a primeira escola de Jornalismo no Brasil, pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, em São Paulo, o ensino e o aprendizado da profissão mudaram, passando por normativas e diretrizes curriculares nesse tempo. A última Diretriz Curricular Nacional em vigor para o curso de Graduação em Jornalismo é do ano de 2013. Nesse documento, constam diversas recomendações, das quais podemos citar desde modos de integração entre graduação e pós-graduação; regulamentação das atividades do estágio curricular supervisionado; enfatizar o espírito empreendedor e o domínio científico do aluno; incluir, na formação

profissional, as rotinas de trabalho do jornalista em assessoria a instituições, entre outras.

A oferta de disciplinas que discutem o empreendedorismo nos cursos de Jornalismo foi pensada a partir de 2009, quando o Ministério da Educação instituiu a Comissão de Especialistas, sob a presidência do professor José Marques de Melo, com “a missão de repensar o ensino de Jornalismo no contexto de uma sociedade em processo de transformação” (BRASIL, 2009, p.1). Essas novas Diretrizes Curriculares Nacionais estabeleceram caminhos para a elaboração da grade curricular dos cursos de jornalismo pelas universidades. O documento definiu competências importantes considerando a união do ensino acadêmico à prática profissional.

A partir da aprovação dessas novas diretrizes em 2013, os cursos de Jornalismo tiveram um prazo de dois anos para elaborarem um novo Plano Pedagógico do Curso (PPC) com disciplinas que contemplassem as novas orientações. Entre as diversas recomendações, está a de enfatizar o espírito empreendedor na formação.

Nestas recomendações para a matriz curricular do ensino do curso de Jornalismo, vamos aqui dar ênfase ao parágrafo do artigo 4º que enfatiza o ensino empreendedor, bem como as recentes transformações tecnológicas e suas implicações.

Art. 4º A elaboração do projeto pedagógico do curso de bacharelado em Jornalismo deverá observar os seguintes indicativos:

(...) 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.

(...)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;

(...) 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)

Podemos observar no trecho acima expressões como “espírito empreendedor”, “projetos inovadores”, “mutação tecnológica” e “autônomos”, passando a ideia da liberdade e independência que deve ser criada na formação jornalística como uma opção de emprego do exercício profissional.

Com base nesse aspecto é que analisamos a grade curricular dos cursos de Jornalismo das universidades federais. Lembrando ser importante ressaltar que as diretrizes reforçam também características fundamentais do *ethos* jornalístico já estabelecido:

III - orientar a formação teórica e técnica para as especificidades do jornalismo, com grande atenção à prática profissional, dentro de padrões internacionalmente reconhecidos, comprometidos com a liberdade de expressão, o direito à informação, a dignidade do exercício profissional e o interesse público; (BRASIL, 2013)

Conforme essas diretrizes, o tema empreendedorismo passa a fazer parte das discussões da formação no Jornalismo para o desenvolvimento da inovação em atividades, com a busca de novas formas de emprego e renda, além do desenvolvimento regional. O empreendedorismo chega como uma opção para uma economia em declínio e motivação para os estudantes e profissionais.

São elementos e indicações do Ministério da Educação, do Conselho Nacional de Educação e da Câmara de Educação Superior que contemplam aspectos complementares da profissão, pensando no momento atual do mercado, mas também nos preceitos fundantes da profissão (TRAQUINA, 2005).

Conforme Comassetto (2019), o empreendedorismo no ensino universitário foi ignorado pelos cursos e universidades até o final do século XX, hoje vem conquistando espaço no meio acadêmico e integra o currículo das graduações. A ideia do empreendedorismo na profissão do jornalista é relativamente nova, a internet junto às mídias sociais e plataformas de comunicação possibilitam a criação de modelos de negócios na área do jornalismo. Mas, será que a academia consegue acompanhar o movimento do mercado? "A compreensão acadêmica está ficando para trás do rápido movimento que a indústria está fazendo em direção ao empreendedorismo" (DEUZE; WITSCHGE, 2015, p. 21).

Essas mudanças chegam como desafios no ensino, pois a formação de um "espírito empreendedor" e de um profissional "autônomo" exige um ensino que vá além das disciplinas básicas e teóricas do jornalismo, exigindo inovação e atividades interdisciplinares que envolvam conhecimentos também da área de administração, marketing e finanças, por exemplo. Inclusive, o próprio documento do MEC, no item III do Art. 4º, aponta para a necessidade de um trabalho interdisciplinar.

Renó, Renó e Saad Corrêa (2017) afirmam que as faculdades de jornalismo já estão pensando em projetos pedagógicos interdisciplinares que incluam narrativas hipermídia e transmídia e exigem uma formação mista. Segundo eles, essa aproximação pode existir com a configuração de uma redação interdisciplinar, a partir da formação acadêmica com um currículo atualizado, onde o conteúdo das duas áreas – Jornalismo e Tecnologia da Informação – sejam ensinados aos novos profissionais (RENÓ; RENÓ; CORRÊA, 2017 p. 57).

Em outras universidades, no exterior, já se trabalha com currículos mistos, com disciplinas mais lógicas na formação de jornalistas, como a Universidade de Columbia, em Nova York, e a *London City University*, no Reino Unido.

Um estudo publicado pela organização Sembramedia em 2018, "*Punto de Partida*", foca no ensino empreendedor nos cursos de Jornalismo praticados nos países da América do Sul e Espanha. A pesquisa mostra que o ensino de jornalismo empreendedor está presente em apenas 2,8% das escolas de jornalismo na América Latina, enquanto esse mesmo índice é de 20% na Espanha. A organização também disponibiliza em seu *website* uma rede de apoio para professores que lecionam sobre empreendedorismo nos cursos, com sugestão de currículo, livros, artigos e ferramentas para ajudar no desenvolvimento do ensino nesse assunto. Isso mostra que a formação para o empreendedorismo vem sendo prioridade já em alguns países.

Para Solomon et al. (2002), o objetivo central da educação empreendedora deve ser diferente da típica educação em negócios, já que criar uma empresa é fundamentalmente diferente de gerenciar uma empresa. Para os autores, a educação empreendedora deve focar em negociação, liderança, desenvolvimento de novos produtos, pensamento criativo e exposição à inovação tecnológica. Também deve tratar sobre o empreendedorismo como opção de carreira, a busca de recursos financeiros, a proteção de ideias, as características que definem a personalidade empreendedora e as mudanças associadas a cada estágio de desenvolvimento dos negócios. Eles ainda apontam para algumas ferramentas de aprendizagem como planos de negócios, contatos com empresas iniciantes, conversas com empreendedores, simulações computacionais, simulações comportamentais, entrevistas com empreendedores no ambiente de negócios, história de vida de empreendedores, viagens a campo e uso de vídeos e filmes.

Diante dessas afirmações, das diretrizes e do próprio cenário mercadológico do jornalismo brasileiro, vemos a importância da necessidade de formação de um estudante que tenha autonomia para empreender e inovar. Para isso, os estudos acadêmicos devem estar relacionados a essa nova configuração da prática jornalística, e as conexões com metodologias ativas de aprendizagem possibilitam um caminho em que ensinar jornalismo nos cursos superiores seja uma atividade adaptada com a realidade mercadológica atual.

### 3 ANÁLISE CURRICULAR

98

Como parte da pesquisa, analisamos a oferta da disciplina de empreendedorismo na grade curricular das universidades públicas federais do Brasil através de informação documental disponibilizada nos sites das instituições. Devido ao grande número de cursos de Jornalismo no país, incluindo públicas, particulares e conveniadas, optamos por realizar o estudo somente com as públicas federais devido a sua representatividade e referência de qualidade no ensino no país, e por terem abrangência nacional em todos os estados e regiões do Brasil. Para isso, verificamos no site do MEC quais instituições possuíam o curso de Jornalismo na modalidade presencial. A análise foi realizada no mês de agosto de 2021. Foram encontrados 44 cursos<sup>1</sup> distribuídos em 40 universidades federais do Brasil que possuem o curso de Jornalismo, de um total de 69 instituições federais.

A pesquisa da grade curricular iniciou com a busca nas páginas dos cursos nos sites das universidades. Primeiro selecionamos os cursos que tinham alguma matéria ofertada na matriz curricular ligada ao termo empreendedorismo. Nesse rol, foram selecionadas àquelas que continham termos como empreendedor, empreendimento, empreendedorismo, gestão, inovação e administração, tanto na forma de disciplinas obrigatórias, quanto optativa ou eletiva, porém nem todas as universidades tinham nas suas grades curriculares as opções optativas e/ou eletivas disponíveis em suas páginas. Abaixo consta a tabela com as universidades, os nomes das disciplinas, período,

---

<sup>1</sup> Quatro universidades possuem mais de um campus com a oferta da graduação em Jornalismo, sendo elas: UFJF, UFMA, UFAM e UFSM.

## Empreendedorismo no Jornalismo

carga horária e a região em que é localizada. Dividimos as disciplinas obrigatórias e optativas separadas em duas tabelas.

Tabela 1 Relação das universidades com disciplinas obrigatórias de empreendedorismo

REGIÃO	UNIVERSIDADE FEDERAL	DISCIPLINA OBRIGATÓRIA	PERÍODO E CARGA HORÁRIA
NORTE	Amazonas (Ufam) Câmpus Manaus	Fundamentos da Administração	4º período – 60h
	Amazonas (Ufam) Câmpus Paritins	Empreendedorismo em Comunicação	7º período – 60h
	Amapá (Unifap)	Empreendedorismo e Negócios de Mídia	6º período – 60h
	Rondônia (Unir)	Empreendedorismo e Inovação em Jornalismo	7º período – 80h
	Roraima (UFRR)	Gestão e Planejamento de Mídia	7º período – 60h
	Tocantins (UFT)	Gestão em Jornalismo	5º período – 30h
	Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa)	Comunicação e empreendedorismo	1º período – 68h
	Pará (UFPA)	Seminário de Práticas Inovadoras em Comunicação	7º período – 30h
NORDESTE	Alagoas (UFAL)	Administração e Marketing do Empreendimento Jornalístico	8º período – 40h
	Piauí (UFPI)	Empreendedorismo em Jornalismo	7º período – 60h
	Rio Grande do Norte (UFRN)	Empreendedorismo e Gestão em Comunicação e Jornalismo	7º período – 60h
	Maranhão (UFMA) Câmpus Imperatriz	Gestão e Empreendedorismo em Comunicação	7º período – 60h
	Maranhão (UFMA) Câmpus São Luiz	Gestão de Empresa Jornalística	5º período – 60h
	Paraíba (UFPB)	Mercado de Trabalho e Empreendimento Profissional	7º período – 60h
	Sul da Bahia (UFSB)	Empreendedorismo e Gestão da Comunicação	7º período – 60h
CENTRO OESTE	Brasília (UNB)	Empreendedorismo e Gestão da Comunicação	4º período – 30h
	Goiás (UFG)	- Gestão da Comunicação nas Organizações - Empreendedorismo e Negócios em Comunicação	- 3º período – 32h - 7º período – 64h
	Mato Grosso do Sul (UFMS)	Empreendedorismo e Inovação	6º período – 51h
	Mato Grosso (UFMT) Câmpus Cuiabá	Administração de Produtos Editoriais	6º período – 60h

## Empreendedorismo no Jornalismo

<b>SUDESTE</b>	Minas Gerais (UFMG)	Mercadologia	4º período – 60h
	Uberlândia (UFU)	Empreendedorismo em Comunicação	6º período – 60h
	São João Del Rei (UFSJ)	Empreendedorismo em Comunicação e em Jornalismo	8º período – 36h
	Espírito Santo (UFES)	Estudos de Mercado e Gestão de Empreendimentos, Projetos e Produtos de Comunicação	7º período – 60h
	Rio de Janeiro (UFRJ)	Inovação e Empreendedorismo	6º período – 60h
<b>SUL</b>	Santa Catarina (UFSC)	Inovação e Gestão de Projetos em Jornalismo	6º período – 60h
	Rio Grande do Sul (UFRS)	Gestão em Jornalismo	7º período – 60h
	Santa Maria (UFSM) Câmpus Frederico Westphalen	Empreendedorismo	7º período – 60h
	Pelotas (UFPel)	Jornalismo Mercado de Trabalho e Empreendedorismo	8º período – 68h
	Pampa (Unipampa)	Empreendedorismo em Comunicação	6º período – 60h

Fonte: Tabela produzida para esta pesquisa

Observamos que mais da metade do total de cursos, no caso, 29, possuem em sua grade curricular a oferta de pelo menos uma disciplina obrigatória relacionada ao empreendedorismo. Em relação à carga horário e semestre de oferta dessas disciplinas obrigatórias, podemos concluir que a maior parte, 19 cursos, possuem carga horária de 60 horas, tempo de hora-aula padrão das matérias teóricas ofertadas nas graduações.

Dessas disciplinas, cinco são disponibilizadas do 1º ao 4º período, nove no 5º e 6º semestre, e, por fim, 15 no 7º e 8º período do curso. O fato da maior parte da oferta dessas disciplinas estarem nos semestres finais se deve ao motivo de ser um conteúdo voltado para a área técnica e profissional, de execução final, e não um estudo de base inicial da formação.

Se dividirmos esses cursos de Jornalismo que possuem disciplinas obrigatórias relacionados ao empreendedorismo nas cinco regiões do país, veremos que o Norte se destaca com o maior número, oito; região Nordeste em segundo com sete; em seguida ficam o Sul e o Sudeste com cinco, e por último, o Centro-Oeste com quatro. Porém, se relacionarmos proporcional ao número de estados e universidades, perceberemos que a região Centro-Oeste é a única completa que possui seus três estados, mais o Distrito Federal, com todos os cursos de Jornalismo das Universidades Federais com disciplinas empreendedoras obrigatórias disponíveis. Às demais, se compararmos com as universidades federais disponíveis, veremos que faltam ao menos uma ou mais que não se encontram na relação da tabela acima. Alguns Estados merecem destaque, pois possuem mais de uma oferta da disciplina na região, por possuir mais de um campus ou instituição, é o caso do Amazonas (UFAM) que possui dois campus; o Pará, com duas universidades: UFPA e Unifesspa; Maranhão (UFMA) com dois campus; Minas Gerais com três universidades e o Rio Grande do Sul com quatro instituições federais de ensino com a oferta da disciplina em cada curso de Jornalismo.

Entre os demais, 13 cursos possuem a matéria no currículo como optativa. Dentro desse número, algumas universidades dispõem de matéria relacionadas ao empreendedorismo tanto na grade como obrigatória e outra relacionada na parte optativa. São as universidades do Tocantins, Pará, Sul e Sudeste do Pará, Mato Grosso e São João Del Rei, conforme colocado na tabela abaixo.

Tabela 2 Relação das universidades com disciplinas optativas de empreendedorismo

UNIVERSIDADE	DISCIPLINA OPTATIVA/ELETIVA
Universidade Federal do Acre (UFAC)	Jornalismo e Empreendedorismo
Universidade Federal do Tocantins (UFT)	Empreendedorismo
Universidade Federal do Pará (UFPA)	Gestão em Jornalismo
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa)	Seminário de Comunicação e práticas inovadoras
Universidade Federal de Sergipe (UFS)	Empreendedorismo
Universidade Federal do Ceará (UFC)	Empreendedorismo em Comunicação e Jornalismo
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	Comunicação e Mercado
Universidade Federal da Bahia (UFBA)	Administração Organizacional Jornalística
Universidade Federal do Recôncavo Baiano (UFRB)	Administração e Organização Jornalística Gestão em Comunicação
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)	Empreendimentos em Comunicação
Universidade Federal de Viçosa (UFV)	Empreendedorismo em Comunicação
Universidade Federal de São João Del Rei	Seminário II - Práticas Empreendedoras em Comunicação e em Jornalismo
Universidade Federal do Paraná (UFPR)	Comunicação e Mercado

Fonte: Tabela produzida pela autora para esta pesquisa

Nas tabelas apresentadas não constam as universidades: Federal Fluminense (UFF), Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Ouro Preto (UFOP), Federal do Cariri (UFCA), Federal do Mato Grosso (Campus Araguaia) e Federal de Santa Maria (Campus Sede), pois, não encontramos em nosso levantamento disciplina ligada ao empreendedorismo, nem do tipo obrigatória ou optativa. As disciplinas apresentadas, sejam elas obrigatórias ou optativas, são alternativas para explorar o empreendedorismo nas universidades.

Importante destacar que nossa análise para este artigo teve como objetivo principal a busca por disciplinas que abordam conteúdo voltado ao empreendedorismo na grade curricular atual do curso de Jornalismo nas universidades públicas federais do Brasil. Portanto, não houve o levantamento da oferta de atividades complementares, extracurriculares e projetos de extensão, que, possam ser ofertados pelas universidades abordando o estudo da temática com os acadêmicos.

No que diz respeito ao empreendedorismo, acreditamos que o olhar sobre o currículo é uma primeira etapa significativa para nosso estudo. Sua aparição na grade curricular dos cursos já revela uma legitimação de um saber ou de uma competência, com implicações na maneira de se pensar o perfil desejado do jornalista.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada vez mais a internet torna-se um espaço favorável para a criação, o desenvolvimento e a divulgação de novos conteúdos em meios e formatos diferentes. Com a existência de novos sistemas, mídias sociais e plataformas virtuais, o jornalismo em seu papel de informar deve entender o seu lugar dentro desses espaços. O avanço das tecnologias vem permitindo que os jornalistas encontrem caminhos profissionais diferentes por novos modelos de negócios com características narrativas e editoriais diferentes dos grandes veículos de comunicação.

Em relação ao ensino empreendedor nos cursos de Jornalismo das universidades públicas federais do Brasil, percebemos ser algo recente no contexto brasileiro, porém, a maior parte dos cursos de graduação possui em sua grade curricular a oferta de ao menos uma disciplina sobre empreendedorismo, gestão e/ou inovação.

É importante ressaltar que esta análise faz parte uma pesquisa maior de mestrado sobre a formação empreendedora nos cursos de Jornalismo das universidades públicas federais, com ampliação para resultados sobre a oferta de conteúdos extracurriculares ou projetos de extensão na área, sendo igualmente relevantes para a complementação do ensino na área. De acordo com Guerra e Grazziotin (2010), as universidades brasileiras que caminham na discussão da formação empreendedora no ensino superior, devem propiciar o debate entre todos os envolvidos neste contexto, onde os cursos de graduação devem dispor de espaço para tal debate, não apenas em disciplinas, mas também através de minicursos, palestras, grupos de pesquisa, entre outros.

A partir deste estudo, verificamos a necessidade de investir em educação empreendedora como parte de ações que enfrentem as dificuldades econômicas e as novas condições de trabalho encontradas no exercício profissional do Jornalismo atual. As universidades podem buscar a implementação de uma educação dirigida ao empreendedorismo para se ter pessoas cada vez mais motivadas e qualificadas a empreender.

A formação na área tornará os acadêmicos mais capacitados a competirem em um mercado de trabalho que sofre continuamente mudanças, além de contribuir para o desenvolvimento da cultura empreendedora, a geração de trabalho e o desenvolvimento ao país.

Acreditamos que o movimento empreendedor ganhará mais notoriedade à medida que o assunto se intensificar nas universidades, propondo impactos diretos na formação no Ensino Superior em Jornalismo. Estamos em meio a profundas mudanças tecnológicas, sociais, políticas, econômicas e culturais. A pandemia do Covid-19, por exemplo, nos trouxe novos desafios para novas formas de atuação no jornalismo. Cabe acompanharmos os desdobramentos desses novos contextos nas universidades, nos cursos de Jornalismo, na expectativa de que dialoguem diretamente com o cotidiano, com as mudanças estruturais, paradigmáticas, formativas e de empreendedorismo.

Por fim, cabe ressaltar que a formação empreendedora nos cursos de jornalismo é essencial para o preparo dos jovens, não somente para o mercado de trabalho, mas, também, para poderem ser direcionados a atuarem como empreendedores, contribuindo para a ascensão do país a uma nova realidade econômica, cultural e social.

## REFERÊNCIAS

- ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo Pós-industrial: Adaptação aos novos tempos. Trad. Ada Félix. **Revista de Jornalismo da ESPM**, n. 5, ano 2, p. 30-89, 2013.
- BERNARDINO, A.B.; XAVIER, E.H.; PESSOA, E. Cultura empreendedora no curso de administração da Universidade de Brasília. Encontro Anual da Associação de Cursos de Graduação em Administração, 17. **Anais...**, São Luís. 2006.
- BRASIL, Ministério da Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de Jornalismo**. Relatório da Comissão de especialistas instituída pelo Ministério da Educação. Portaria Nº 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009.
- 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=14242-rces001-13&category\\_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192). Acesso em: 15 jul 2021.
- BUCCI, Eugênio. Novo campo de atuação para jornalistas empreendedores. 11 de maio 2016. **Entrevista concedida ao site Oxigênio do Laboratório de Jornalismo da Universidade de Campinas (Unicamp)**. Disponível em: <http://oxigenio.comciencia.br/novo-campo-de-atuacao-para-jornalistas-empresendedores/>. Acesso em: 07 dez. 2020.
- COMASSETTO, L. R. A educação empreendedora em questão: a experiência do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa. **Comunicação & Amp**; Informação, v.22, 2019. <https://doi.org/10.5216/ci.v22i0.53242>. Acesso em: 20 mar. 2021.
- COSTA, C. T. Um modelo de negócio para o jornalismo digital: como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. In: **Revista de Jornalismo ESPM**, nº 9, abril, maio e junho, p. 51-115, 2014. Disponível em: <http://caiotulio.com.br/2014/04/um-modelo-de-negocio-para-o-jornalismo-digital/>. Acesso em: 23 set. 2021.
- DEUZE, M.; WITSCHGE, T. Além do jornalismo. In: **Leituras do Jornalismo**, Bauru, v.2, n.4, julho/dezembro 2015. Disponível em: <https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/74>. Acesso em: 02 out. 2020.
- NONATO, C. O Jornalista em Pauta: mudanças no mundo do trabalho, no processo de produção e no discurso. Curitiba-PR: **Intercom**, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1120-1.pdf>. Acesso em: 9 dez. 2020.
- GREATTI, L.; PREVIDELLI, J.J. Ambiente cultural como elemento fundamental na formação do perfil empreendedor, In: Encontro de Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 3., 2003, **Anais...** Brasília, 2003, CD.
- GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z. J. Educação empreendedora nas universidades brasileiras. In: LOPES, Rose Mary A. (Org.). **Educação empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.
- LÉVY, P. **As Tecnologias da Inteligência**. São Paulo, Ed. 34, 1999.

MEYER, P. **Os jornais podem desaparecer?** Como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo, Contexto, 2007.

OLIVEIRA, J. M. **Modelo para a integração dos mecanismos de fomento ao empreendedorismo no âmbito das universidades:** o caso da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. (Tese) Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis, 2006.

PANACIONI, G. e ROCHA, P. M. O saber em empreendedorismo no campo do jornalismo: uma análise de iniciativa autodenominada independente com escopo em jornalismo investigativo. **Revista Comunicare**, V. 17, n. 2, p. 126-139, 2017. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/12/Artigo-8-O-saber-em-empreendedorismo-no-campo-do-jornalismo-uma-an%C3%A1lise-de-iniciativa-autodenominada-independente-com-escopo-em-jornalismo-investigativo.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2020.

PRIMO, A. TRÄSEL, M. R. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias.** *Contracampo*, v.14, p. 1-17, 2006.

RENÓ, L.; RENÓ, D.; SAAD CORRÊA, E. Notícia binária: um estudo sobre o Jornalismo de Dados no novo ecossistema midiático. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 39, p. 43-67, abr. 2017.

SANTAELLA, L. **Comunicação ubíqua:** repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico:** uma investigação sobre os lucros, capital, juro e ciclo econômico. Trad. Maria Sílvia Possas. 3 ed. São Paulo: Nova Cultural, 1998.

SEMBRAMEDIA. **Punto de Partida – Enseñar para el periodismo del futuro.** 2018. Disponível em: <https://profesores.sebramedia.org/punto-de-partida/>. Acesso em: 8 out. 2020.

SOLOMON, G. T.; DUFFY, S. e TARABISHY, A. The State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis. **International Journal of Entrepreneurship Education**, v.1, n. 1, pp.1-22, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo:** porque as notícias são como são. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VOLT DATA LAB. **A conta dos passaralhos:** Um panorama sobre as demissões de jornalistas brasileiros desde 2012. 2018. Disponível em: <https://www.voltdata.info/passaralhos>. Acesso em: 08 mai. 2020.