

Discursos sobre o empreendedorismo jornalístico via sistema de ensino: apontamentos metodológicos

Discourses on Entrepreneurship in Journalism via educational system: methodological notes

Discursos acerca del emprendimiento en Periodismo a través del sistema de educación: notas metodológicas

Michelle Roxo

FIAM-FAAM – Centro Universitário

michelle_roxo@yahoo.com.br

Rafael Grohmann

FIAM-FAAM – Centro Universitário / Universidade de São Paulo

rafael-ng@uol.com.br

Fecha de recepción: 25 de enero de 2017

Fecha de recepción evaluador: 5 de febrero de 2017

Fecha de recepción corrección: 1 de marzo de 2017

Resumo

O artigo apresenta um caminho inicial de pesquisa, em estado de construção, para investigar a circulação da noção de empreendedorismo via agências de ensino, com foco nos cursos de jornalismo situados na região metropolitana de São Paulo. Considera que as transformações no mundo do trabalho dos jornalistas, em um contexto de reestruturação produtiva, impacta a maneira como esta atividade é simbolicamente definida, com implicações nas práticas e discursos que partem do ambiente de ensino. O levantamento e análise de currículos, a aplicação de questionários e entrevistas com professores de jornalismo e coordenadores de curso são dispositivos considerados para a

produção de dados. A proposta é parte de um projeto de pesquisa mais amplo, que busca mapear os sentidos do empreendedorismo na fala de diferentes atores e instâncias do campo jornalístico, com o objetivo de avançar na compreensão das perspectivas, desafios e tensões do mercado de trabalho e sua configuração atual.

Palavras-chave: Jornalismo; Empreendedorismo; Cursos; Ensino; Mundo do Trabalho; Pesquisa.

Abstract

The article presents initial research notes in order to investigate the circulation of the notion of entrepreneurship through educational system, focusing on journalism courses located in the metropolitan region of São Paulo. It considers that the transformations in the world of work of journalists, in a context of productive restructuring, impact the way this activity is symbolically defined, with implications in the practices and discourses that originate from the teaching environment. The survey and analysis of curricula, the application of questionnaires and interviews with professors of journalism and course coordinators are devices considered for the production of data. The proposal is part of a broader research project that seeks to map the meanings of entrepreneurship in the speech of different actors and instances of the journalistic field, aiming to advance the understanding of the perspectives, challenges and tensions of the job market and its configuration current.

Keywords: Journalism; Entrepreneurship; Courses; Education; World of Work; Research

Resumen

El artículo presenta una ruta inicial a investigar la circulación de la idea de la iniciativa emprendedora a través de las agencias de educación, centrándose en los cursos de periodismo en la región metropolitana de Sao Paulo. Se considera que los cambios en el mundo de trabajo de los periodistas en el contexto de la reestructuración productiva afecta a la forma en que esta actividad se define simbólicamente, con implicaciones en las prácticas y discursos que parten del entorno de enseñanza. La encuesta y el análisis de los planes de estudio, el uso de cuestionarios y entrevistas con profesores de periodismo y coordinadores de programas se consideran para dispositivos de datos de producción. La propuesta forma parte de un proyecto de investigación más amplio que trata de trazar los sentidos del emprendedorismo em los discursos de los diferentes actores e instancias del ámbito periodístico, con el fin de avanzar en la comprensión de las perspectivas, desafíos y tensiones en el mercado de trabajo y su configuración actual.

Palabras clave: periodismo; emprendedorismo; cursos; educación; Mundo del trabajo; Investigación.

Introdução

(...) 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. (Resolução..., 2013, p.2).

Esta chamada ao “espírito empreendedor” está contida em texto do Ministério da Educação, publicado em 2013, que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Jornalismo. Sua aparição como um dos indicativos para a elaboração dos projetos pedagógicos dos cursos, conforme destacado no trecho acima, é uma senha de entrada para pensarmos como esta noção vem sendo apropriada pelas agências de ensino, enquanto atores ativamente envolvidos, no Brasil, no processo de socialização e formação das novas gerações de jornalistas.

O objetivo deste artigo é traçar uma proposta teórico-metodológica inicial, a ser amadurecida no desenvolvimento da pesquisa, para o estudo do tema, tendo como foco cursos de jornalismo situados na região metropolitana de São Paulo, considerando as novas demandas em termos de formação profissional, que se apresentam no contexto de reestruturação produtiva e transformações no mundo do trabalho dos jornalistas (Fígaro, 2013; Oliveira & Grohmann, 2015).

A proposta é parte de um projeto de pesquisa mais amplo, intitulado “Os Sentidos do Empreendedorismo segundo atores do campo jornalístico”, que busca mapear esta noção na fala de diferentes agentes e instâncias: jornalistas, professores universitários, coordenadores de curso, estudantes, representantes sindicais, elite dirigente das empresas de comunicação, documentos de ensino, artigos acadêmicos, sites e literatura especializada, entre outros. Em função da posição e trajetória dos agentes que a mobilizam, esta noção pode ganhar diferentes definições. Mapear esses dados, explorar tais diferenças pode nos levar a um caminho interpretativo que ilumine a compreensão sobre as próprias perspectivas, desafios e tensões do mercado de trabalho jornalístico e sua configuração atual, bem como os diferentes modos de conceber a lógica do empreendedorismo.

Sobre o Processo Metodológico

A metodologia não é somente uma instância da pesquisa, mas recobre a totalidade da prática de pesquisa, enquanto um processo, “teorias em ato” (Bourdieu, Chamboredon & Passeron, 2007, p. 57). Isto é, enquanto ação concreta e construção reflexiva. Essa reflexividade metodológica deve abarcar desde questões epistemológicas até as técnicas de pesquisa, não podendo ser reduzida, pois, a essas últimas. “Ao designar por

metodologia, como acontece frequentemente, o que não passa do decálogo dos preceitos tecnológicos, escamoteia-se a questão metodológica propriamente dita” (Bourdieu, Chamboredon & Passeron, 2007, p. 57).

Nesse sentido, o processo metodológico revela escolhas e caminhos. Por que um conceito e não outro? Que realidades se pretende apreender? Sobre quais questões serão jogadas luz? A quais perguntas queremos responder? As categorias, como afirma Marx (2011), mostram modos de ser e determinações de existência. Na “singularidade” do objeto concreto, devemos encontrar categorias que nos mostrem “particularidades” do real (Lukács, 2012). Não existem métodos certos ou errados, mas desenhos/arquiteturas adequados aos objetos construídos. A predominância, pois, deve ser do objeto, e não da metodologia por si mesma: a pesquisa não pode ser uma “camisa-de-força”. Ou, nas palavras de Bourdieu (1999), rigor metodológico não pode ser tomado como rigidez no trato com a pesquisa.

A pesquisa é uma coisa demasiado séria e demasiado difícil para se poder tomar a liberdade de se confundir a rigidez, que é o contrário da inteligência e da invenção, com o rigor, e se ficar privado deste ou daquele recurso entre os vários que podem ser oferecidos pelo conjunto das tradições intelectuais da disciplina – e das disciplinas vizinhas: etnologia, economia, história. Apetecia-me dizer: ‘é proibido proibir’. [...]. Evidentemente, a liberdade extrema que eu prego, e que me parece ser de bom senso, tem como contrapartida uma extrema vigilância das condições de utilização das técnicas, da sua adequação ao problema posto e às condições do seu emprego (Bourdieu, 1999, p. 26).

No universo das pesquisas em comunicação e, especialmente, no jornalismo, focamos nossos esforços para compreender aspectos de identidade e trabalho dos jornalistas, um olhar para o campo a partir das práticas profissionais e os discursos vinculados a elas. Mas quando se fala em metodologia de pesquisa em jornalismo, qual o lugar dos sujeitos jornalistas e ou de sujeitos relacionados às suas práticas? Nas pesquisas de Machado (2010), Machado e Rosa (2014) e Machado e Santa Cruz (2015) acerca dos manuais de metodologia em jornalismo, notamos uma ausência da temática de identidade e trabalho dos jornalistas – mesmo com outras terminologias – no material analisado, o que reforça a importância de um lugar para esse tipo de reflexão.

Na literatura norte-americana sobre trabalho dos jornalistas, como mostra Grohmann (2013), há uma predominância de desenhos de pesquisas voltados ao perfil sociológico da profissão, com enfoque predominantemente quantitativo, como nas pesquisas de Johnstone (1976) e Weaver (2007), que ficam no “nível descritivo” (Lopes, 2001) da prática de pesquisa, sem uma reflexão epistemológica ou teórica envolvendo os resultados ou mesmo os questionários aplicados, havendo semelhanças com estudos como os de Garcia (2007), em Portugal.

Já na França – sem a pretensão de esgotar a diversidade teórica envolvendo a temática no país¹ – há uma corrente de estudos relacionadas mais à pesquisa qualitativa,

de cunho bourdieusiano, como Neveu (2006) e Accardo (2007). Este último, por exemplo, desenhou sua pesquisa de forma semelhante a Bourdieu (2008), com entrevistas e histórias de vida.

Destacamos aqui apenas dois exemplos internacionais sobre desenhos de pesquisa diferentes envolvendo identidade e trabalho jornalístico. Se a pesquisa nessa área envolve sujeitos, de alguma forma, ligados à *práxis* jornalística – nas mais diversas instâncias – podemos notar como esses sujeitos são desenhados de forma diferente em cada pesquisa. Como é o jornalista vocalizado em uma pesquisa de tipo perfil sociológico de cunho quantitativo? Como é o sujeito retratado em pesquisa a partir de entrevistas em profundidade e histórias de vida?

Pois as abordagens não são necessariamente opostas ou contraditórias, mas podem ser instâncias diferentes de um mesmo processo de pesquisa e, nesse sentido, complementares. Partimos, então, de uma concepção de “triangulação metodológica”. A triangulação, como podemos ver a partir de Jensen e Jankowski (1993), Denzin e Lincoln (2006) e Fígaro (2014), pode ser encarada como um plano de ação e maneira de validar a pesquisa por meio de uma estratégia multimetodológica. Mais precisamente, pode envolver triangulação de dados, pesquisadores, teorias e métodos. Aqui focaremos em duas: dados e métodos. A triangulação de dados envolve diferentes dimensões de tempo, espaço e nível analítico – ou seja, momentos e camadas distintas em uma mesma pesquisa. A de métodos, por sua vez, se refere a diferentes técnicas de pesquisa e análise de dados – como se recolhe e analisa o material empírico.

No caso do projeto de pesquisa mais amplo a que nos referimos anteriormente, ele envolve triangulação de dados no sentido de diferentes momentos e desenhos “menores” de pesquisa, com o intuito de mapear os sentidos da noção de “empreendedorismo” segundo diferentes atores do campo jornalístico. Nosso problema não é um perfil sociológico dos jornalistas empreendedores, mas antes como são os diferentes discursos sobre empreendedorismo no jornalismo circulantes (Charaudeau, 2006) no campo.

Na primeira etapa, mapeamos a mídia especializada em jornalismo, e agora – o que está em questão no presente artigo – buscaremos compreender os atores envolvidos no sistema de ensino, sendo, primeiramente, currículos e professores de jornalismo. As diferentes etapas da pesquisa permitem que a triangulação de dados – inclusive para futuro cruzamento de informações – busque apreender várias dimensões do objeto em questão.

O “Espírito Empreendedor” e o Jornalismo

O empreendedorismo é uma noção indefinida, fluída do ponto de vista de sua localização material. Da constituição de um negócio próprio, ao trabalho numa *startup*, passando pela figura do jornalista que faz bicos ou que está inserido na estrutura de uma empresa, como empregado assalariado (intraempreendedor), esta noção pode ser mobilizada. De modo mais recorrente, ela amplifica o ideário da saída para o auto-emprego ou criação de um negócio próprio como uma via para inserção no mundo do trabalho – via estimulada inclusive, por meio de políticas públicas que consagram as chamadas “alternativas de emprego e renda”, como parte do diagnóstico de uma crise estrutural do mercado de trabalho (Sanchez, 2012).

Importa para nós pensá-lo, aqui, como um tipo de discurso, que aponta para a valorização de certas disposições subjetivas - um “ethos”, próprio do sistema neoliberal (Dardot & Laval, 2016) - associado à capacidade de inovação, criatividade, autorrealização e engajamento do indivíduo como empresa - todas expressões que partem dessa “gramática empreendedora”. O empreendedorismo, então, pode ser visto como uma “fórmula discursiva”², nos termos de Krieg-Planque (2010), que é circulada pelos diferentes campos da sociedade.

Acreditamos que este ethos vem alcançando visibilidade no campo jornalístico na esteira de um mercado de trabalho sob intensa reestruturação, configurado nos marcos do chamado “regime de acumulação flexível”. Cenário que coloca em cena vínculos ocupacionais mais frágeis, transitórios e precários, como o trabalho terceirizado, vinculado à economia informal, subcontratado, entre outros (Antunes, 2009). O modelo do trabalhador permanente e contratado em tempo integral se enfraquece diante da multiplicação das formas alternativas de relação de trabalho e da recorrência do desemprego. Há mudanças velozes nos processos de produção e um tipo de obsolescência de competências, num cenário de novas tecnologias e reestruturação produtiva, que afeta as chances de constituição de carreiras e trajetórias ocupacionais mais sólidas - situação que coloca na conta do trabalhador a responsabilidade por enfrentar incertezas (Guimarães, 2006). A concorrência por postos e oportunidades de trabalho se acentua, diante das fileiras de requerentes que disputam um lugar ao sol.

Para nós, trazer o tema do empreendedorismo no jornalismo como categoria central de pesquisa é antes entrar no debate que envolve a “nova razão do mundo” (Dardot & Laval, 2016), no sentido de disputa e intervenção nos processos hegemônicos circulantes do que um ajustamento ou defesa dessa noção. A discussão metodológica, nesse sentido, não é separável do compromisso dos investigadores com a realidade concreta. Como afirma Marco Schneider (2013, p. 225),

nenhum posicionamento epistemológico (ou comunicativo) pode ser (axio)logicamente neutro ou apolítico, ainda que sua dimensão valorativa permaneça menos ou mais latente, no discurso ou na consciência do cientista (e do comunicador).

A partir de uma exploração inicial em livros e sites especializados do campo profissional jornalístico, identificamos, em trabalho anterior (Oliveira & Grohmann, 2015), que a noção de empreendedorismo tem ganhado expressão neste cenário, articulado à lógica prescritiva de um comportamento supostamente capaz de potencializar perspectivas de empregabilidade e diversificar as modalidades de ocupação. Esta lógica, como se pode inferir, ganha um apelo tanto maior na medida em que os postos de trabalho permanentes e estáveis não dão conta de absorver um amplo contingente de diplomados expelidos no mercado de trabalho (e que sentem o efeito da desvalorização desta credencial na relação direta com a expansão do número de titulados³).

Novas demandas formativas, associadas à noção de empreendedorismo, apontam para a ideia de “envelhecimento” de um modelo de ensino que privilegia o preparo das novas gerações de jornalistas para o trabalho estável em grandes empresas de comunicação, modelo que já não corresponderia às condições de ocupação predominantemente possíveis, o que dificultaria a capacidade de inserção dos diplomados no mundo do trabalho. Se as mudanças estruturais enfrentadas pelo jornalismo (Pereira & Adghirni, 2011) têm reflexos no desenho de um perfil profissional mais ou menos valorizado pelo mercado de trabalho (podemos pensar na prescrição por flexibilidade, polivalência para o exercício de múltiplas funções e formação complementar continuada), importa investigar como as agências de ensino têm respondido a essas questões, dando maior ou menor ressonância à própria noção de empreendedorismo.

O empreendedorismo tem circulado como discurso no espaço das agências de ensino? Que significados têm sido atribuídos a essa palavra? Esta noção tem sido justificada pela necessidade de adaptar o espaço de ensino às mudanças e demandas ocorridas no mercado trabalho? Que deslocamentos e implicações sobre a formação de certo “ethos” profissional do jornalista podemos pensar a partir daí, na medida em que o campo semântico do empreendedorismo (e a disposição empresarial estimulada por essa noção) comporta relações de proximidade explícitas com a gramática do mundo dos negócios e da gestão? (Oliveira, 2016). Estas são algumas questões-chaves passíveis de serem problematizadas ao longo de nosso percurso investigativo.

Recorte da pesquisa

Os cursos de comunicação/jornalismo tiveram crescimento significativo no Brasil, notadamente a partir da década de 70, após a regulamentação da obrigatoriedade do diploma específico, em 1969. Atualmente, é amplo o universo das agências de ensino que ofertam a formação em Jornalismo no Brasil. Segundo levantamento de Lopes, em 2008, o número de escolas de jornalismo chegava a 365, com a concentração da maior

parte destes cursos na região sudeste. Seu crescimento experimentou aceleração na primeira década do século XXI, acompanhando um fenômeno geral de aumento das taxas nacionais de educação universitária (Lopes, 2013).

Levando em conta a abrangência de uma amostra nacional, optamos, inicialmente, por dirigir nosso foco para um contexto espacial mais circunscrito, a região metropolitana de São Paulo (RMSP), que abrange 39 municípios. A delimitação do nosso campo, neste momento, responde a questões de natureza prática e operacional: condições de possibilidade de recolhimento e sistematização dos dados produzidos e a maior facilidade de acesso presencial aos informantes, já que consideramos a perspectiva de realização de entrevistas numa segunda etapa da pesquisa. Mas avaliamos também que esta região tem um contexto social particular, e esta particularidade nos interessa para o tema, na medida em que nos permite mobilizar informações sobre a dinâmica própria e as especificidades de seu mercado de trabalho jornalístico, conforme dados da pesquisa organizada por Fígaro (2013).

É na capital paulista que se concentra o maior número de estabelecimentos de ensino que oferta o curso de Jornalismo, como desdobramento da própria força econômica e abrangência deste que é o maior mercado metropolitano de trabalho no Brasil. São dezenove instituições, segundo mapeamento inicial que fizemos a partir da base de dados do E-MEC⁴, em julho de 2016. Além da capital, localizamos, cursos em outros cinco municípios que constituem a chamada Grande São Paulo, quais sejam: São Bernardo do Campo (1), São Caetano (1), Osasco (1), Guarulhos (2) e Mogi das Cruzes (2).

A partir deste recorte, propomos como caminho metodológico uma triangulação de métodos, considerando as fases da pesquisa enquanto algo que se narra, isto é, momentos diferentes de o objeto ser revelado, manifestado, construído. A saber, neste caso: a) levantamento e análise de currículos e outros textos institucionais (material de site, ementa de disciplinas); b) questionário e; c) entrevistas com coordenadores de curso e professores de jornalismo⁵.

O Currículo como Ferramenta de Entrada para a Análise

O texto curricular é uma chave de entrada para pensar a questão da produção da identidade do jornalista. Ele é um lugar de produção de sentidos sobre o que conta como conhecimento legítimo e sobre o tipo de profissional que se deseja formar (Silva, 2009). Essas definições, que colocam interesses e posicionamentos diversos em jogo, quando olhamos o ensino como um espaço social de relações, têm reflexos na própria configuração do perfil docente dos cursos. Chamando atenção para as disputas e tensões que marcaram a trajetória dos debates curriculares da área, Oliveira (2011) investigou

este tema, desdobrando suas implicações para a análise de cursos específicos no contexto paulistano⁶.

No que diz respeito ao empreendedorismo, acreditamos que o olhar sobre o currículo é uma primeira etapa significativa para a nossa proposta de estudo. Sua aparição formal na grade dos cursos já revela uma forma de legitimação de um saber ou de um tipo de competência, que tem implicações na maneira de se pensar o perfil desejado do jornalista. Na superfície destes documentos, podemos reunir pistas, a partir da caracterização da presença/ausência de disciplinas desta natureza. De maneira complementar, o olhar para a ementa destas disciplinas (que abordam empreendedorismo), com seus objetivos gerais e específicos e bibliografias de referência, são também instrumentos que permitem investigar os sentidos que por ali circulam, a matriz de conhecimentos mobilizados e suas vinculações com áreas de saber específicas.

Como produto de um trabalho de seleção, que coloca em cenas as relações entre saber e poder, o texto curricular não é um documento neutro, mas um “território disputado” (Silva, 2009). Ele evidencia, em cada contexto histórico e social, certa hierarquia dos conhecimentos, agentes e disciplinas definidas no processo de formação do jornalista, como resultado de lutas em torno da definição e um modo de ser ideal. O que é postulado como conhecimento legítimo decorre da própria definição do tipo de profissional ou do sujeito que se deseja formar. O currículo materializa/legitima determinadas narrativas de identidade, construindo entre múltiplas possibilidades um perfil desejável, conforme destaca Silva (2009). O autor chama atenção, assim, para a forte conexão existente entre a natureza construída do currículo e a produção de identidades, ressaltando o papel central do discurso neste processo de constituição do sujeito.

No jornalismo, durante cerca de duas décadas, as reformas curriculares associadas ao ensino específico foram normatizadas pelo Conselho Federal de Educação (CFE), que instituiu cinco currículos mínimos para a área, dos anos 60 a 80, com a indicação explícita das disciplinas obrigatórias que deveriam estar contidas na grade curricular de todos os cursos no território nacional. Historicamente, o contexto político destas reformulações curriculares suscitou o posicionamento de correntes que defendiam orientações formativas distintas, as quais alcançaram maior ou menor representação segundo as relações de força em jogo em cada reforma. Elas apontam, grosso modo, ora para a valorização de um modelo que privilegia habilidades específicas do tipo técnico-profissionalizante, ora para um modelo mais generalista, inclinado ao desenvolvimento de um arcabouço cultural amplo e habilidades acadêmicas gerais do campo da comunicação (Oliveira, 2011)⁷.

A partir da década de 1990, com a promulgação da nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, a estrutura curricular mínima sai de cena para dar lugar a um

modelo mais aberto e flexível, na figura das chamadas diretrizes curriculares, que oferecem parâmetros para os cursos de graduação. Com isso, as instituições de ensino ganharam autonomia para fixar o currículo de seus cursos, observadas as diretrizes gerais pertinentes. De toda forma, cabe ressaltar que esta autonomia é relativa, na medida em que as diretrizes também expressam uma narrativa, entre outras possíveis, que orienta um dado modelo formativo, apresentando uma dimensão prescritiva não negligenciável. Não por acaso, o confronto de posições de setores com perspectivas diferentes sobre modelos de curso esteve presente no contexto político das reformas associadas à construção das diretrizes curriculares de 2001 e 2013⁸ (Oliveira, 2011).

A própria atuação do MEC, nos processos de autorização, reconhecimento, avaliação e credenciamento periódico dos cursos, leva em conta parâmetros contidos nestes documentos. Nesse sentido, quando as diretrizes de 2013 postulam a necessidade de enfatizar o “espírito empreendedor” como um dos indicativos dos projetos pedagógicos, importa observar as implicações que esta orientação pode ter no sentido de maior representação do empreendedorismo no espaço dos currículos.

Ainda que o empreendedorismo não esteja contido formalmente na grade curricular, acreditamos que as entrevistas com coordenadores de curso, por exemplo, é um recurso metodológico que pode sinalizar a circulação desta noção em outras disciplinas ou projetos, de modo a iluminar como as agências de ensino tem concebido esta questão, conferindo maior ou menor tratamento a ela.

Há que se perscrutar, inclusive, ao longo da pesquisa, se a circulação deste discurso enfatiza certa dimensão instrumental do processo formativo, menos alinhada a perspectivas problematizadoras e mais adaptada às razões de mercado. “O currículo é um dos elementos da cultura escolar que mais tem incorporado a racionalidade dominante na sociedade do capitalismo tardio, pois tem-se mostrado impregnado da lógica pela competição e pela adaptação da formação às razões de mercado” (Silva, 2008, p. 26). A fala de Silva refere-se ao âmbito das políticas curriculares atuais para o ensino médio, desenhadas com base na noção de competência. Suas considerações, no entanto, nos convocam a pensar para além destes limites, quando o diagnóstico da autora se alinha a de outros pesquisadores, que chamam atenção para o “caráter englobante” do tipo de racionalidade neoliberal (Dardot & Laval, 2016), capaz de comandar reformas em todos os domínios, inclusive em esferas anteriormente refratárias a essa lógica.

Perfil e visões de docentes

A representação do empreendedorismo no currículo coloca em cena a questão do perfil docente desejável para esta disciplina. Considerando que o discurso empreendedor se aproxima da gramática do mundo da gestão e dos negócios, é significativo perceber quem é chamado a formar as novas gerações neste domínio. Aqui, o olhar para a trajetória

profissional e a área de formação dos docentes pode ser um instrumento pertinente para explorar estas questões.

Para além da orientação expressa nos documentos oficiais, que formalizam intenções e diretrizes para a formação, o currículo ganha materialidade e é ressignificado na dimensão concreta das práticas e discursos colocadas em curso no ambiente de ensino (Silva, 2008). E esta mediação passa pela figura dos professores, posicionados na linha de frente do processo formativo. Nesse sentido, pensar a circulação da noção de empreendedorismo via ensino nos leva a considerar a visão dos próprios docentes. Aqui, nossa intenção é produzir um breve questionário e posteriormente realizar entrevistas com alguns informantes retirados desta amostra, de modo a desdobrar a reflexão a partir destas falas. Partimos da perspectiva de que essas vozes deixarão entrever sentidos diversos sobre o tema, considerando as diferenças de formação em áreas de conhecimento específicas, de trajetórias e da própria posição ocupada na organização curricular.

A etapa do questionário com professores de jornalismo se coloca no sentido de uma pesquisa exploratória. Nos termos de Bonin (2008, p. 125), “as ações de pesquisa exploratória implicam investir em planejamento, construção e realização de sucessivas aproximações ao concreto empírico, a partir de várias angulações possíveis – angulações que interessam ao problema/objeto em construção”. Então, trata-se menos de um *survey* estatístico no sentido de Babbie (2001) e mais um mapeamento de possibilidades de sujeitos e discursos, com a intenção de uma representatividade social, não estatística.

Com a aplicação e análise do questionário, o objetivo é selecionar uma amostra que dê conta da diversidade de perfis dos docentes de jornalismo para as entrevistas qualitativas. Como afirma Barbour (2009, p. 95), “em vez de procurar a visão definitiva, a pesquisa qualitativa reconhece a existência de ‘múltiplas vozes’ e, muitas vezes, busca capturá-las”. Trata-se de um processo de produção de sentido de um recorte no plano “micro” com o sentido de estabelecer conexões com as práticas sociais mais amplas (Jensen & Jankowski, 1993).

Pereira (2014) alerta para, na análise de entrevistas em profundidade⁹, procurar uma objetivação dos relatos por meio de triangulação com dados de outras investigações empíricas (como o próprio questionário, nesse caso, por exemplo). Essa estratégia tem, segundo o autor (2014, p. 64),

uma dupla função: de desconstrução do discurso do entrevistado e capacidade de objetivação dos dados e de produção de resultados mais ou menos generalizáveis. Mas, nesse processo, o pesquisador realiza ainda um trabalho de dupla verificação: os dados triangulados também não podem ser considerados como realidade objetiva e devem ser eles próprios confrontados pelas inferências feitas pelo pesquisador a partir das entrevistas. Ou seja, desse processo, é possível rever/validar tanto os dados gerados por meio da entrevista de pesquisa como aqueles utilizados no processo de objetivação desses relatos.

A triangulação tanto de dados quanto de métodos pode ser um dispositivo metodológico útil para as pesquisas sobre identidade e trabalho dos jornalistas. Nesse caso, os diferentes momentos e enquadramentos que as agências de ensino em jornalismo – com seus diferentes atores envolvidos – falam acerca do empreendedorismo.

Cabe ressaltar, por fim, que consideramos não localizar institucionalmente os colaboradores/informantes que aceitem participar da pesquisa, de modo a preservá-los de uma situação de extrema exposição e tentando evitar algum tipo de dano aos mesmos. Reconhecemos que há também desafios relacionados à nossa própria inserção institucional neste campo, como professores de escolas privadas situadas na região metropolitana de São Paulo. Isso exigirá uma espécie de vigilância reflexiva, de modo a garantir uma postura de distanciamento, e a mobilização de estratégias de entrada, que devem ser amadurecidas, sobre o processo de produção e divulgação de dados.

Considerações finais

Este artigo apresentou um esboço (necessariamente embrionário, portanto) de um caminho de pesquisa para mapear se e como a noção de empreendedorismo no jornalismo tem circulado via sistema de ensino. Os procedimentos aqui apontados devem ser testados e aperfeiçoados ao longo do percurso investigativo, considerando que a construção do objeto, como diz Bourdieu (1999), se realiza aos poucos, a partir de todo um trabalho de correção, ajustes e retoques, que deve levar em conta as próprias condições práticas e operacionais de produção dos dados.

Consideramos que as mudanças do mercado de trabalho jornalístico impactam a maneira como esta atividade é simbolicamente definida no mundo contemporâneo, com implicações nas práticas e discursos que partem do ambiente de ensino. Olhar para este lugar e para os atores que nele estão inseridos é uma forma, pois, de compreender o trabalho sob o prisma da formação. Ressaltamos, ainda, a importância da reflexividade metodológica nas pesquisas sobre identidade e trabalho dos jornalistas, uma visibilização de desenhos e arranjos, isto é, da antessala que precede o "sujar as mãos na pesquisa empírica" (Ronsini, 2010).

Referências

- Accardo, A. (2007). *Journalistes Précaires, Journalistes au Quotidien*. Marseille: Agone,
- Antunes, R. (2009). *Adeus ao Trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. 16 ed. São Paulo: Cortez, 2009.
- Babbie, E. (2001). *Métodos de Pesquisa de Survey*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Barbour, R. (2009). *Grupos Focais*. Porto Alegre: Artmed.

- Bonin, J. (2008). Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. *Famecos*, n 37. Porto Alegre.
- Bourdieu, P. (1996). *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Bourdieu, P. (1998). *Escritos de Educação*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Bourdieu, P. (1999). *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Bourdieu, P. (2008). *A Miséria do Mundo*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- Bourdieu, P., Chamboredon, J. & Passeron, J. (2007). *Ofício de Sociólogo: metodologia na pesquisa na sociologia*. São Paulo: Vozes.
- Charaudeau, P. (2006). *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto.
- Dardot, P. & Laval, C. (2016). *A Nova Razão do Mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo.
- Denzin, N. & Lincoln, Y. (2006). *O Planejamento da Pesquisa Qualitativa: teorias e abordagens*. Porto Alegre: Artmed.
- Fairclough, N. (2001). *Discurso e Mudança Social*. Brasília: Ed. UnB.
- Fígaro, R. (2013). Perfis e discursos de jornalistas no mundo do trabalho. In: Fígaro, R., Nonato, C. & Grohmann, R. *As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista*. São Paulo: Atlas.
- Fígaro, R. (2014). A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*. V. 16, n. 2, p. 124-131, maio/agosto.
- García, J. (2007). *Estudos sobre os jornalistas portugueses*. Lisboa: UCS.
- Grohmann, R. (2013). As Teorias sobre o Profissional Jornalista e o Binômio Comunicação e Trabalho. *Líbero*. V. 16, n. 32, p. 123-132, jul./dez.
- Guimarães, N. (2006). Trajetórias inseguras, autonomização incerta: os jovens e o trabalho em mercados sob intensas transições ocupacionais. In: Camarano, A. (org.). *Transição para a vida adulta ou vida adulta em transição?* Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), p. 171-198.
- Jensen, K. & Jankowski, N. (1993). *Metodologias cualitativas de investigacion em comunicacion de masas*. Barcelona: Bosch.

- Johnstone, J. (1976). *The News People: a sociological portrait of American journalists and their work*. Illinois: University of Illinois Press.
- Krieg-Planque, A. (2010). *A Noção de “Fórmula” em Análise do Discurso*. São Paulo: Parábola.
- Lopes, F. (2013). *Ser Jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica*. São Paulo: Paulus.
- Lopes, M. I. V. (2001). *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Loyola.
- Lukács, G. (2012). *Para uma Ontologia do Ser Social I*. São Paulo: Boitempo.
- Machado, E. (2010). *Metodologias de Pesquisa em Jornalismo: uma revisão histórica e perspectivas para a produção de manuais de orientação*. *Brazilian Journalism Research*. V. 6, n. 1.
- Machado, E. & Rosa, T. (2014). *Metodologias de Pesquisa Aplicadas ao Jornalismo: Um estudo dos manuais de referência (1970-2007)*. *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom*. Foz do Iguaçu.
- Machado, E. & Santa Cruz, A. (2015). *Manuais de Pesquisa em Jornalismo (estudo de tipos, das matrizes metodológicas e de autores de referência nas obras de Otto Groth e Jorge Pedro Sousa)*. *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom*. Rio de Janeiro.
- Marx, K. (2011). *Grundrisse*. São Paulo: Boitempo.
- Néveu, É. *Sociologia do Jornalismo*. São Paulo: Ed. Loyola.
- Oliveira, M. (2011). *Sobre fronteiras no jornalismo: o ensino e a produção da identidade profissional*. Tese. Programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, Niterói (RJ).
- Oliveira, M. (2016). *O empreendedorismo jornalístico em linha com “a nova razão do mundo”: implicações possíveis sobre o ethos profissional do jornalista*. XIII Congresso Latino-americano de Investigadores da Comunicação. ALAIC. México.
- Oliveira, M. & Grohmann, R. (2015). *O jornalista empreendedor: uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo profissional*. *Libero*. São Paulo, v. 18, n. 35, p. 123-132, jan./jun..
- Pereira, F. (2014). *Objetivação e Triangulação Metodológica em Entrevistas de Pesquisa com Jornalistas: análise de uma carreira profissional*. *Revista Parágrafo*. V. 2, n. 2.

- Pereira, F. & Adghirni, Z. (2011). O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 38-57, janeiro/junho.
- Prado, J. L. A. (2013). Convocações Biopolíticas dos Dispositivos Comunicacionais. São Paulo: Educ.
- Resolução n.1, de 27 de setembro (2013). Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior.
- Ronsini, V. (2010). A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: 19º Encontro Anual da COMPÓS, 2010, Rio de Janeiro. Anais da Compós. Rio de Janeiro: PUC-Rio.
- Sanchez, F. (2012). Além da informalidade, aquém dos direitos: reflexões sobre o trabalho desprotegido. Tese de Doutorado, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Schneider, M. (2013). Ética e epistemologia: alerta contra a neutralidade axiológica na pesquisa em comunicação contemporânea. Revista MATRIZES. V. 7, n. 2, jul./dez., p. 11-27.
- Silva, M. (2008). Currículo e competências: a formação administrada. São Paulo: Cortez.
- Silva, T. (2009).. Documentos de Identidade: uma introdução às teorias do currículo. 3 ed. Belo Horizonte: Autêntica.
- Weaver, D. (2007). The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the dawn of a new millennium. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Notas

¹ Como a sociologia das profissões, por exemplo.

² Podemos, ainda, chamar de uma fórmula de “convocação”, no sentido de Prado (2013), para as práticas jornalísticas.

³ Conforme Bourdieu (1998).

⁴ Disponível em: <http://emec.mec.gov.br/>

⁵ Considerando os dados recolhidos dos questionários e as entrevistas transcritas também como textos, assim como os currículos do curso de jornalismo, no sentido de Fairclough (2001), que trazem uma dimensão discursiva e uma prática social.

⁶ Parte das inclinações iniciais para o desdobramento do tema do empreendedorismo via ensino se relaciona ao percurso investigativo e à experiência desenvolvidos pela autora com esta pesquisa anterior.

⁷ Podemos visualizar esta relação de concorrência, segundo a terminologia utilizada por Lopes (1995, p.59), como um confronto entre “o modelo humanista de ensino” e o “modelo tecnicista”. Neste último, o vínculo entre escola e o treinamento para o mercado de trabalho se manifestaria de maneira mais forte. São modelos

de natureza abstrata que permitem interpretar vertentes em disputa, embora a realidade das práticas sociais seja mais complexa e fluida.

⁸ Neste último caso, marcado pela polêmica em torno da constituição de diretrizes próprias para o Jornalismo e de seu reposicionamento enquanto curso específico, não mais como uma habilitação do curso de Comunicação.

⁹ Nesse artigo especificamente, Pereira (2014) fala em entrevistas realizadas em pesquisas com jornalistas.