28º seminário de INVERNO
2 a 6 de junho • 2025
Quatro décadas de formação superior em Jornalismo nos Campos Gerais

Empreendedorismo no Jornalismo na pesquisa científica internacional[1]

Italo Moraes[2]
Felipe Pontes[3]
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

Resumo: Este trabalho tem como objetivo apresentar alguns dos resultados da investigação[4] realizada para compreender como a produção científica internacional aborda o empreendedorismo no Jornalismo. Para isso, foram analisados artigos publicados em três das principais bases científicas do mundo (SciELO, Scopus e Web of Science), entre 1º de janeiro de 2000 a 2 de junho de 2020. Os resultados demonstraram que três quartos do corpus examinado valorizam positivamente a iniciativa de empreender tendo a notícia como produto, ainda que essa prática se revele precária aos trabalhadores jornalistas. Utilizou-se como método a Revisão Sistemática da Literatura.

Palavras-chave: Jornalismo empreendedor; revisão sistemática; precarização do trabalho.

INTRODUÇÃO

Há uma profunda crise profissional no campo do Jornalismo se intensificando desde o colapso econômico de 2008. Ela se manifesta em diferentes formatos na vida do trabalhador da notícia, como nas demissões em massa; redução dos postos de trabalhos formais; aumento da terceirização e do freelancing; fechamento e reconfiguração das redações; desvalorização salarial. Outra expressão significativa dos seus efeitos é através do empreendedorismo. Com ausência da oferta de empregos com direitos trabalhistas garantidos, a prática empreendedora tem se apresentado com enorme entusiasmo não apenas entre jornalistas, mas também nas escolas de formação superior (Cohen, 2015).

[1] Resumo expandido apresentado no 28º Seminário de Inverno, realizado entre 2 e 6 de junho de 2025, na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).
[2] Bacharel, mestrando do programa de pós-graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, e-mail: edeitalus@gmail.com.
[3] Doutor, professor da graduação e do programa de pós-graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, e-mail: fspontes@uepg.br.
[4] A pesquisa faz parte do tema de mestrado do autor para a obtenção de grau de mestre em Jornalismo no Programa de Pós-Graduação da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

Entretanto, esse mesmo entusiasmo muitas vezes oculta elementos estruturais e ideológicos que operam naturalizando essa lógica capitalista, encobrindo contradições centrais do sistema (Marx, 2013) e deslocam a responsabilidade coletiva para o indivíduo. Sua prática é desejada como sinônimo de liberdade, autonomia e criatividade, mas esconde uma maior precarização do trabalho. O discurso empreendedor se projeta como uma solução individual para problemas estruturais, pois promove a ideia de que cada sujeito é responsável por seu próprio sucesso ou fracasso.

Ao escolher o empreendedorismo como norte de atuação, o Jornalismo busca compor ao seu *ethos* profissional – o conjunto de valores, princípios e normas de condutas – múltiplas identidades que priorizam o capital como finalidade em si. A prática empreendedora é caracterizada como a capacidade de identificar oportunidades, guiada por valores como o da competitividade; da eficiência econômica; do assumir riscos calculados em busca do lucro. Esse resultado conduz o jornalista a ser um agente econômico individual, gerando conflitos éticos com a atividade jornalística.

A trajetória do indivíduo que empreende está imbricada ao desenvolvimento histórico do capitalismo, embora a teoria econômica estabeleça a presença da função ao longo da história da humanidade sem utilizar a denominação. A evolução sobre *o que é empreender* e *quem é o empreendedor* está marcada por ambiguidades, tornando-se pouco claro sobre o que realmente faz o agente que empreende. Essa abordagem multifacetada é perceptível desde sua origem com os primeiros teóricos da então economia política, estendendo até os dias atuais nas diversas disciplinas que buscam compreender e teorizar sobre o tema.

A crítica especializada costuma colocar o empreendedorismo no âmbito do neoliberalismo e esse contendo uma forma ideológica própria, quase que desgarrada da ideologia do sistema do capital. Diversos teóricos se debruçaram a respeito desse conjunto de práticas (Boltanski; Chiapello, 2009; Dardot; Laval, 2016), construindo um arcabouço teórico capaz de realizar dois movimentos distintos e conflitantes. Ao formular a análise dentro da concepção marxista, marcando a ordem neoliberal no processo histórico do capitalismo, não enxergaram no horizonte alternativas para superá-lo.

Virgínia Fontes (2010) denuncia essa interpretação categorial do neoliberalismo, como algo que contribui para ocultar as determinações centrais que envolvem o capitalismo e a luta de classes em sua fase atual *capital-imperialista*. Ela é expressada pela concentração máxima do capital portador de juros em seu polo hegemônico financeiro, do qual precisa voltar a extrair mais-valor e o faz explorando e expropriando direitos de segunda e terceira ordem. A tendência à expansão incontrolável do capital coloca novas configurações no sistema e pressiona o mundo para um momento drástico de crise estrutural (Mészáros, 2011).

Ao transpor a teoria do *homem-empresa* (Dardot; Laval, 2016) para a realidade material concreta, identificam-se traços marcantes dessa lógica na atual conjectura do trabalhador jornalista. Os responsáveis pela produção noticiosa são cada vez mais forçados a empreender para conseguir ingressar e permanecer no mercado de trabalho cada vez mais flexível. A tecnologia tem desempenhado um papel relevante nesse processo, ao facilitar o acesso às ferramentas necessárias para a elaboração da notícia. Diversos teóricos atribuem às novas tecnologias parte da responsabilidade pelo enxugamento das redações – tradicionalmente, espaços centrais do *ethos* profissional e da construção coletiva do fazer jornalístico.

É nesse cenário que o fenômeno do empreender está cada vez mais presente, tanto na vida do trabalhador da notícia como no universo acadêmico. A partir disso, destinou-se uma atenção para avaliar o que a teoria especializada tem debatido sobre o tema. Foi realizada uma Revisão Sistemática da Literatura (Fillol; Pereira, 2020; De-la-Torre-Ugarte-Guanilo; *et al.*, 2011; Sampaio; Mancini, 2007) para observar como o empreendedorismo no Jornalismo tem sido trabalhado e publicado nos principais periódicos acadêmicos do mundo. Através dessa investigação, será possível refletir sobre o que o Jornalismo pretende ser nos discursos dessas pesquisas.

METODOLOGIA

A Revisão Sistemática da Literatura é um método que tem sua origem na área da medicina (Sampaio; Mancini, 2007), mas também é utilizada amplamente nas Ciências Sociais

(Tranfield; *et al.*, 2003; Fillol; Pereira, 2020). Ela tem por objetivo desenvolver buscas sistematizadas e analisar a produção científica de um tema específico em determinadas áreas do conhecimento. Sua aplicação permite lidar com um grande volume de textos, a partir de protocolos rigorosamente definidos, garantindo a rastreabilidade do processo. Dessa forma, outros pesquisadores que refizerem o percurso da investigação chegarão aos mesmos resultados.

A Revisão Sistemática surgiu da urgência em aprimorar as pesquisas bibliográficas, inicialmente no campo da saúde, com a intenção de formular políticas públicas. O que anteriormente era realizado por meio de estudos primários passou a ser feito também por Revisões Sistemáticas, com o propósito de extrair as chamadas evidências científicas. A partir dos insumos obtidos da investigação, o pesquisador pode elaborar respostas fundamentadas, tomar decisões e substituir processos ou práticas pouco eficazes com base em evidencias científicas de alta qualidade, o que passou a ser conhecido como Práticas Baseadas em Evidências (De-la-Torre-Ugarte-Guanilo; *et al.*, 2011).

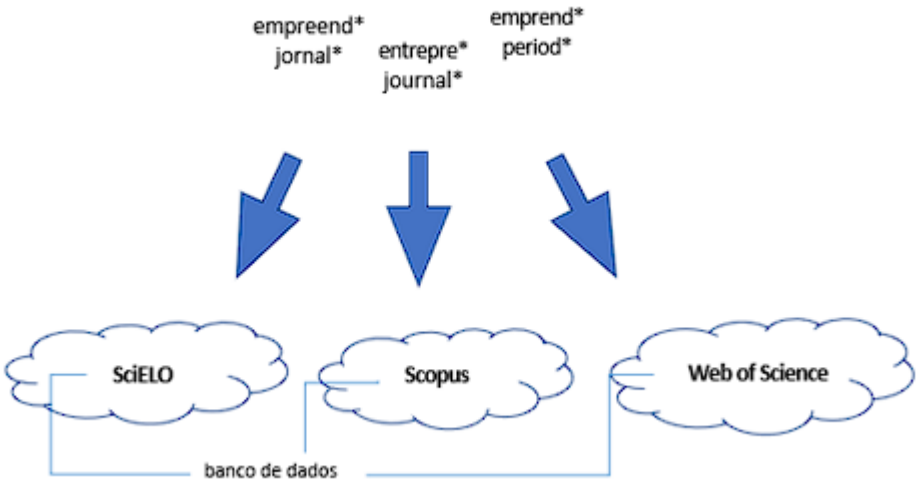


Ilustração 1 – Busca com os termos chave
Fonte: elaboração própria (2025)

O primeiro passo para realizar a Revisão Sistemática da Literatura sobre o empreendedorismo no Jornalismo foi escolher as bases de dados científicas para efetuar as buscas dos trabalhos. Trata-se de bibliotecas digitais que fornecem acesso a um conjunto variado de produções acadêmicas – como artigos, revistas, resumos, citações, entre outras – com o objetivo de facilitar a pesquisa em diversas áreas do conhecimento humano. As bases selecionadas foram: SciELO, Scopus e Web of Science.

Nos motores de busca de cada um dos portais foram utilizados os termos-chave em três idiomas: em português, "empreend*" AND "jornal*"; em inglês, "entrepre*" AND "journal*"; e em espanhol, "emprend*" AND "period*". É importante destacar que a escolha dos idiomas tende a alinhar os resultados das buscas com as produções acadêmicas e institutos de pesquisa das respectivas línguas.

Em seguida, delimitou-se o recorte temporal da análise, compreendendo o período de 1º de janeiro de 2000 a 2 de junho de 2020. Aplicou-se também o filtro para considerar apenas os artigos científicos. Ao final do processo chegou-se a um conjunto de 109 produções qualificadas para a aplicação do questionário. O questionário pressupõe reconhecer o ano de produção, as e os autores, temas mais trabalhados e valência (positiva ou negativa) para com a prática do empreendedorismo no Jornalismo. Os dados são apresentados através de nuvens de palavras e gráficos alguns dos quais produzidos pelo software de análise Iramuteq.

COMO O EMPREENDEDORISMO É TRABALHADO

No Gráfico 1, busca responder à seguinte pergunta: o autor trata o empreendedorismo de forma positiva ou negativa? Optou-se por identificar os artigos científicos exclusivamente por duas alternativas – positivamente ou negativamente – rejeitando-se a possibilidade de uma classificação neutra.

A ideia de neutralidade científica baseia-se na concepção de que a ciência é uma atividade objetiva, isenta de valoração subjetivas e de influências externas. Essa perspectiva sustenta que a prática científica deve ser conduzida de forma neutra, sem interferência nas etapas da produção do conhecimento. O único interesse na condução do direcionamento

temático da pesquisa, nas escolhas metodológicas e nas proposições factuais, deve refletir o conhecimento como finalidade em si (Oliveira, 2008).

Contudo, parte-se aqui da compreensão de que a ciência consiste em uma prática social. Sua natureza é composta por uma série de elementos internos e externos que se relacionam com diversos atores e instituições da sociedade (Moura, 2014). Todo esse complexo não está imune às disputas políticas, econômicas e ideológicas que atravessam o metabolismo social.

> (...) em nossas sociedades tudo está "impregnado de ideologia", quer percebamos, quer não. Além disso, em nossa cultura liberal-conservadora o sistema ideológico socialmente estabelecido e dominante funciona de maneira a apresentar suas próprias regras de seletividade, tendenciosidade, discriminação e até distorção sistemática como "normalidade, "objetividade" e "imparcialidade científica". (Mészáros, 1996, p.13)

Portanto, a ciência não está isenta de ideologias. O conhecimento científico é uma construção humana, produzidos em contextos históricos determinados, e inevitavelmente atravessada por valores sociais, culturais, políticos e econômicos (Moura, 2014). A ideologia, nesse sentido, cumpre a função de naturalizar construções sociais, legitimando e mantendo as relações políticas e de produção existentes. Atua como um mecanismo de controle social, manifestando-se como forma de consciência prática historicamente condicionada pelas condições materiais (Mészáros, 1996).

Com base nessa concepção, foi possível identificar dois níveis predominantes entre os artigos científicos que abordam o empreendedorismo de forma positiva. No primeiro nível, encontram-se produções que se manifestam de maneira acrítica, reafirmando e reproduzindo a ideologia da ordem social vigente. No segundo, estão os trabalhos que desenvolvem críticas pontuais aos impactos da prática empreendedora sobre os trabalhadores da notícia, mas que permanecem aprisionados aos limites do pensamento dominante, indicando o empreender como única solução possível frente à crise do campo jornalístico.

Dos 109 artigos científicos analisados, 84 apresentam uma abordagem positiva ao empreendedorismo no Jornalismo, representando 77% do total. Os demais 25 artigos, ou seja, 23%, adotam uma postura crítica. Essa distribuição revela que mais de três quartos do corpus

analisado endossam a prática empreendedora como resposta à crise profissional no campo jornalístico.

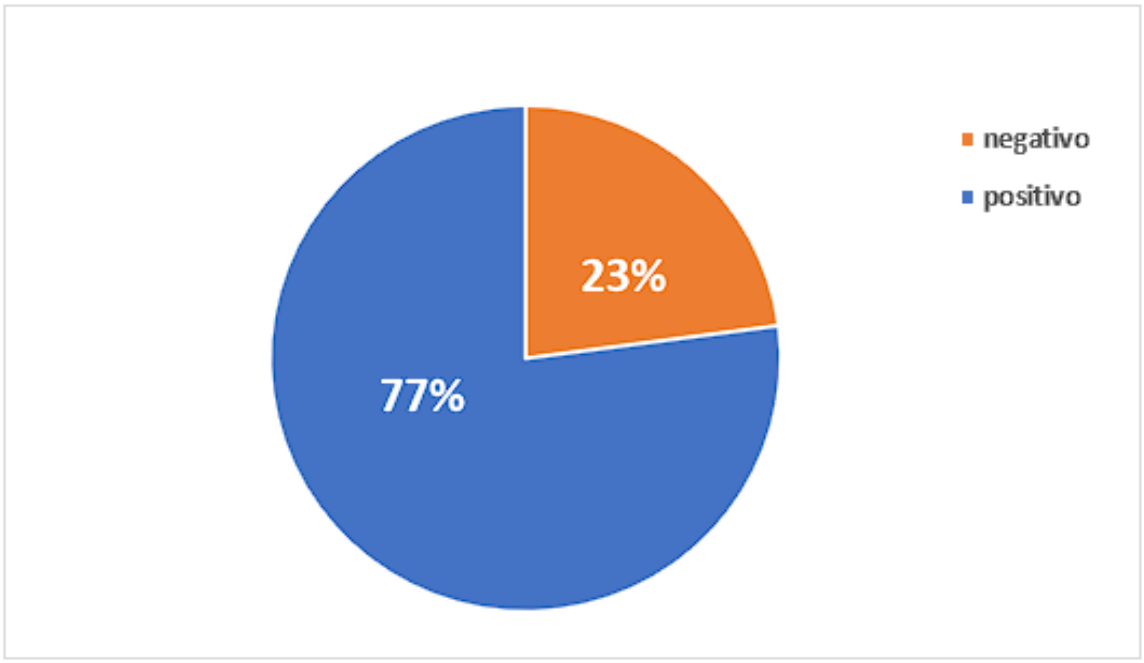


Gráfico 1 – Como o empreendedorismo é trabalhado
Fonte: elaboração própria (2025)

O diagnóstico é ao mesmo tempo melancólico, mas sintomático, ao apontar que uma parte significativa da produção acadêmica do campo jornalístico e áreas correlatas não vislumbra alternativas que escapem aos limites impostos pela ideologia capitalista. Da paulatina redução do trabalho assalariado com garantias trabalhistas, o empreendedorismo – em especial "o empreendedor de si mesmo" (Dardot; Laval, 2016) – tem se tornado, senão a única, a principal alternativa.

Alguns exemplos presentes nos artigos incluídos no escopo de análise desta dissertação reforçam o panorama anteriormente descrito, ao indicar o empreendedorismo como solução, mesmo diante do reconhecimento da instabilidade e das incertezas que envolvem tal prática. Janet Fulton, no artigo *Empreendedorismo na mídia: preparando estudantes para trabalhar em uma profissão criativa*, publicado na *Australian Journalism Review*, questiona:

"como os educadores podem preparar os alunos para trabalharem em um ambiente precário de mídia?" (Fulton, 2019, p. 67, tradução nossa). Para a autora, a criatividade é o elemento que ajudará futuros jornalistas a vencerem a concorrência e superar a falta de emprego no setor.

Em outro artigo os autores analisam um produto jornalístico considerado um exemplo a ser seguido, ainda que reconheçam o contexto profundamente precarizado das startups jornalísticas:

> Muitas, senão a maioria das empresas, não conseguem superar as boas intenções. O financiamento é escasso, a competição acirrada e os custos podem ser altos. Os níveis de estresse entre os trabalhadores da indústria de mídia são altos, tanto entre aqueles com empregos mais ou menos seguros quanto entre os independentes (Ertel et al. 2005; Reinardy 2011) (Wagemans; *et al*., 2016, p. 161, tradução nossa).

O caso é analisado no artigo *A ideologia como recurso no Jornalismo Empresarial: a startup francesa de notícia online Mediapart*, de Andrea Wagemans, Tamara Witschge e Mark Deuze, publicado na *Journalism Practice*. Os pesquisadores investigam como os profissionais percebem sua atuação em um campo jornalístico em constante transformação. Os autores exploram tanto os aspectos da gestão do empreendimento quanto os processos editoriais envolvidos.

Esse artigo configura-se como um exemplo claro de "casos de sucesso como construção ideológica", ao destacar um case positivo. Trata-se de estudos de caso que se debruçam sobre produtos jornalísticos específicos que alcançaram resultados econômicos favoráveis, apesar do elevado índice de fracassos em iniciativas similares. Os próprios autores reconhecem as dificuldades envolvidas no desenvolvimento de startups jornalísticas, incluindo o ceticismo inicial quanto às chances de sucesso do *Mediapart*:

> É uma das poucas startups de notícias que conseguiram desenvolver um modelo de negócios sustentável para seu jornalismo online, enquanto a maioria dos outros "jogadores puros" semelhantes no campo parecem lutar para estabelecer ou manter o que tende a ser uma mistura de diferentes fontes de receita (se houver; consulte Sirkkunen e Cook 2012). O modelo de negócios do Mediapart, que rejeita completamente a venda de espaço publicitário para pagar suas contas, era único quando foi lançado em 2007 e havia bastante ceticismo inicial sobre suas chances de sucesso. (Wagemans; *et al.*, 2016, p. 161, tradução nossa)

Apesar de ser classificado pelos autores como um caso de sucesso, no decorrer do artigo eles afirmam que nos primeiros três anos o negócio jornalístico teve dificuldades financeiras. Segundo os pesquisadores, o capital simbólico dos jornalistas fundadores do *Mediapart* não foi suficiente para convencer investidores sobre a viabilidade do negócio. "Assim, eles dependiam principalmente de seu próprio capital e da boa vontade de seus amigos conhecidos" (Wagemans; *et al.*, 2016, p. 168, tradução nossa).

A precarização do trabalho jornalístico manifesta-se de múltiplas formas. Pela perda de direitos trabalhistas; na aplicação de contratos temporários; ou ainda na oferta de baixos salários. No caso do *Mediapart*, evidencia-se por meio da incerteza estrutural que marca esse tipo de iniciativa em que a instabilidade impede qualquer projeção de futuro. Os efeitos desse cenário produzem um sentimento difuso de precariedade (Bourdieu, 1998), transcendendo para além da esfera do trabalho e se projeta sobre a vida social como um todo. Tal sentimento afeta não apenas os trabalhadores diretamente atingidos pela flexibilização, mas também aqueles aparentemente poupados, que passam a vivenciar uma insegurança subjetiva diante da ameaça constante de perder seus vínculos empregatícios.

ANÁLISE QUANTI-QUALITATIVA

Os Gráficos 2 e 3 apresentam representações visuais geradas no software Iramuteq. Trata-se de um programa de código aberto utilizado para análise de dados em pesquisas quanti-qualitativas. Sua utilização permite a exploração estatística de corpus textuais e de tabelas de indivíduos por palavras, em diferentes formatos gráficos (Camargo; Justo, 2013b). Neste subcapítulo, apresentam-se as formas de nuvem de palavras e análise de similitude das palavras-chave dos artigos científicos sobre o tema.

O objetivo aqui é ultrapassar a oposição tradicional entre análise quantitativa e qualitativa, adotando um recurso metodológico que combina rigor estatístico com interpretação textual (Tinti; *et al.*, 2021). O programa mostra-se especialmente adequado para o tratamento de grandes volumes textuais, como é o caso deste estudo sobre o a produção científica internacional em empreendedorismo no Jornalismo. Sua utilização em análises lexicais permite

ao pesquisador recuperar segmentos de textos associados a diferentes classes, mantendo consistência metodológica e a organização dos dados.



Gráfico 2 – Nuvem de palavras das palavras-chave
Fonte: elaboração própria (2025)

O Gráfico 2 exibe uma nuvem de palavras formada pelas palavras-chave dos 109 artigos analisados. Essa técnica, considerada uma forma simples de análise textual, representa graficamente os termos mais frequentes: quanto maior a frequência, maior o destaque visual (Camargo; Justo, 2013a). Os principais termos em evidência são: “Jornalismo empreendedor” (46 ocorrências), seguido por “empreendedorismo” (30) e “Jornalismo” (29).

Naturalmente, as palavras em maior destaque refletem o universo temático abordado pelos autores. Para uma interpretação mais aprofundada, é necessário observar os termos que aparecem nas camadas mais próximas dessas palavras centrais. A quarta expressão mais

frequente é “educação em Jornalismo” (13 ocorrências), seguida por “inovação” (12). Essas duas terminologias estruturam dois eixos temáticos.

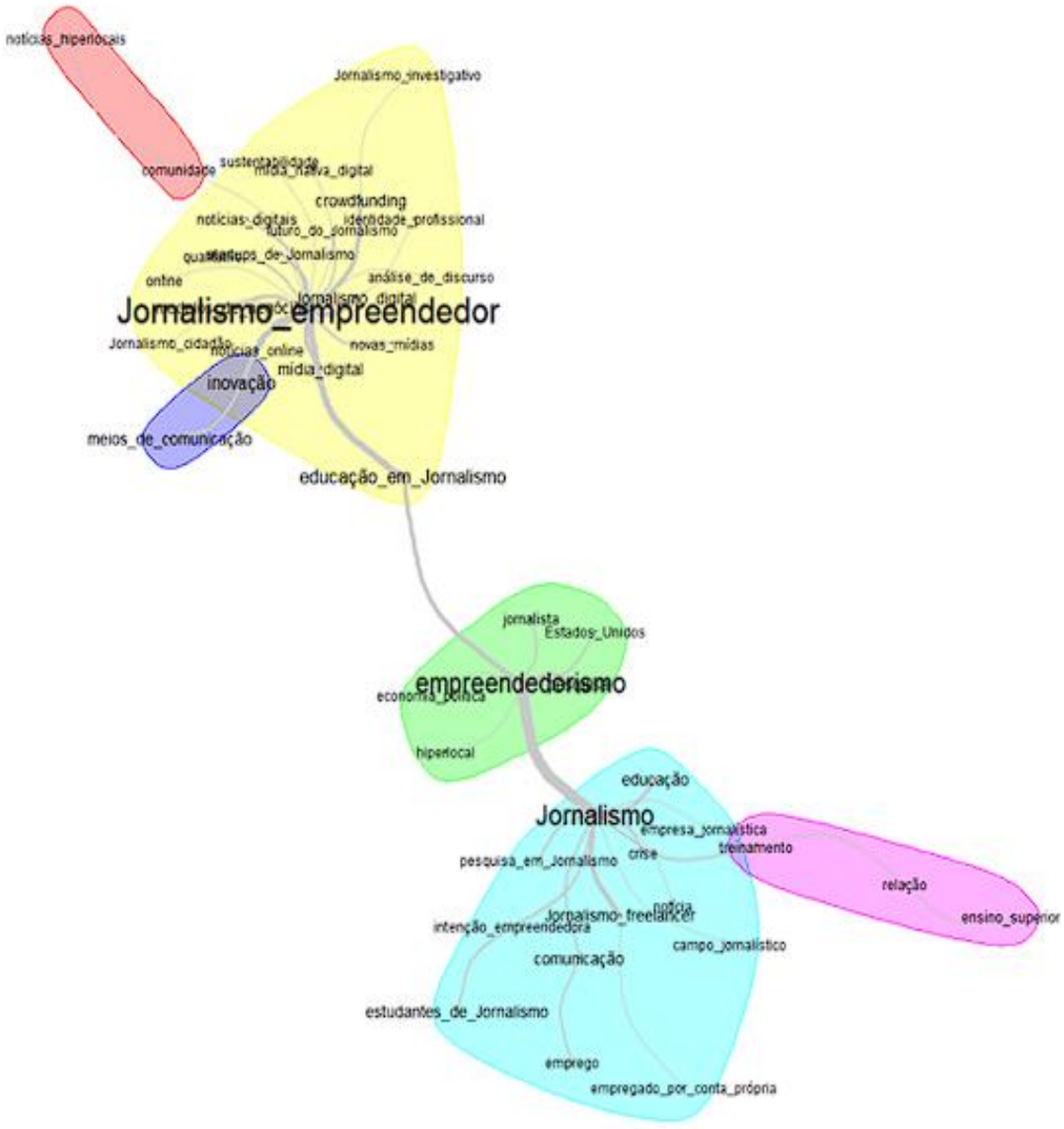


Gráfico 3 – Análise de similitude das palavras-chave
Fonte: elaboração própria (2025)

Associadas a "educação em Jornalismo", encontram-se expressões como: "Jornalismo freelancer" e "meios de comunicação" (ambas com 8 ocorrências); "mídia digital" e "modelos de negócio" (ambas com 7 ocorrências); e "jornalista" (com 6 ocorrências). Já no eixo de "inovação", destacam-se termos como: "Jornalismo digital" (com 8 ocorrências); "crowdfunding" (com 7 ocorrências); "pesquisa", "educação" e "estudantes de Jornalismo" (as três com 6 ocorrências cada); e "notícias online" (com 5 ocorrências). Essas correlações evidenciam como as escolhas terminológicas dos autores orientam suas abordagens e a produção de sentido (Baillat; *et al.*, 2017) em torno do objeto de estudo.

"Educação em Jornalismo" é uma das categorias centrais do objeto de análise, juntamente com "inovação". Através desses dois eixos pode-se perceber qual direcionamento os autores conduzem suas pesquisas e, consequentemente, a teoria especializada sobre o tema. Eventualmente, um manual de Jornalismo não abordará em um capítulo específico a temática da educação em Jornalismo. Isso diz mais sobre os pesquisadores conduzindo seus esforços para falar com a comunidade acadêmica e, indiretamente, com os estudantes futuros jornalistas, produzindo instâncias de produção de discurso.

O Gráfico 3, por sua vez, apresenta análise de similitude das palavras-chave, também realizada pelo Iramuteq. Baseada na teoria dos grafos, essa técnica permite identificar a coocorrência entre termos e a força de suas conexões, evidenciando os núcleos conceituais e suas ramificações temáticas (Tinti; *et al.*, 2021). Três núcleos principais se destacam na análise: "Jornalismo empreendedor", "empreendedorismo" e Jornalismo", organizados graficamente em sintonia com a estrutura da nuvem de palavras.

Ao observar as relações entre os termos ligados aos eixos "educação em Jornalismo" e "inovação", é possível identificar convergências. Elas conduzem uma construção ideológica de sentido para aquilo que é a essência da prática empreendedora. O universo da iniciativa privada, dos novos modelos de negócio, de métodos alternativos de financiamento – como é o caso do crowdfunding –, ampliando o sentido da concorrência e do trabalho flexível, principalmente depois da reconfiguração do trabalho jornalístico na esfera das plataformas digitais.

As palavras-chave que remetem à dimensão da "educação em Jornalismo" – pesquisa; educação; estudantes em Jornalismo – se apresentam também no eixo da "inovação". Por outro lado, chama atenção a ausência de termos críticos à ideologia empreendedora. Mesmo entre os 23% dos artigos que abordam o empreendedorismo de forma negativa, essa crítica não se expressa com intensidade nas palavras-chave. O único termo identificado com esse viés foi "trabalho atípico", com apenas duas ocorrências.

CONCLUSÃO

A investigação demonstrou que a maior parte da produção científica internacional analisada aborda o empreendedorismo no Jornalismo sob uma perspectiva predominantemente positiva, mesmo que essa prática se revele mais precária. O dado mais expressivo – 77% dos artigos com valência favorável – revela uma assimilação à lógica capitalista no discurso acadêmico. Apesar de alguns estudos reconhecerem as dificuldades e incertezas associadas às iniciativas empreendedoras, estes ainda tendem a reforçar o ideário da inovação e da autonomia individual como respostas viáveis à crise estrutural do campo jornalístico.

Tal postura acaba por obscurecer os condicionantes históricos e materiais que moldam a realidade, naturalizando um cenário de flexibilização, insegurança e responsabilização individual diante da falência de modelos tradicionais com emprego formal. A análise das palavras-chave e das categorias temáticas reforçam essa orientação ideológica. A centralidade de termos como "inovação", "educação em Jornalismo" e "crowdfunding", aliada à quase ausência de categorias crítica como "precarização", "trabalho atípico" ou "exploração" – revela que mesmo as abordagens negativas raramente rompem com os limites do pensamento dominante.

Assim, constata-se que há uma tendência hegemônica na literatura a incorporar o empreendedorismo como um novo *ethos* profissional, ajustado à racionalidade do capital. Nesse contexto, este trabalho buscou cumprir o papel de desvelar tanto os consensos quanto os silêncios da teoria especializada. Mais do que indicar caminhos para o Jornalismo, os resultados apontam para a urgência de ampliar o debate crítico sobre os rumos da profissão e seus

fundamentos. A superação da crise jornalística não passa pela idealização do empreendedorismo, mas pela compreensão das contradições do sistema e pela construção de alternativas que resgatem o Jornalismo como prática coletiva, ética e socialmente comprometida.

REFERÊNCIAS

BAILLAT, Alice. EMPRIN, Fabien. RAMEL, Frédéric. On Words and Discourse: From Quantitative to Qualitative. The Author(s) 2018. G. Devin (ed.), **Resources and Applied Methods in International Relations**, The Sciences Po Series in International Relations and Political Economy. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-319-61979-8_11. Acesso em: 05 jun 2024.

BOLTANSKI, Luc. CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. Título original: Le nouvel esprit du capitalisme. Tradução: Ivone C. Benedetti. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Contrafogos**: táticas para enfrentar a invasão neoliberal. Título original: Contre-feux: propôs pour servir à la résistance contre l'invasion néo-libérale. Tradução Lucy Magalhães. ISBN 85-7110-476-X. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

CAMARGO, Brigido. JUSTO, Ana. Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ. **Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição** - LACCOS. Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil (2013a). Disponível em: http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais. Acesso em: 28 ago 2024.

CAMARGO, Brigido. JUSTO, Ana. Iramuteq: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia** – 2013b, Vol. 21, nº2, 513-518. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v21n2/v21n2a16.pdf. Acesso em: 04 set 2024.

COHEN, Nicole. Entrepreneurial Journalism and the Precarious State of Media Work. **The South Atlantic Quarterly** 114:3, July-2015. Published by Duke University Press. Disponível em: https://doi.org/10.1215/00382876-3130723. Acesso em: 12 mai 2025.

DARDOT, Pierre. LAVAL, Christian. **A Nova Razão do Mundo**. Ensaio sobre a sociedade neoliberal. Tradução de: La nouvelle raison du monde: essai sur la société néolibérale; tradução Mariana Echalar, - 1. ed. - São Paulo: Boitempo, 2016.

DE-LA-TORRE-UGARTE-GUANILO, Mônica. TAKAHASHI, Renata. BERTOLOZZI, Maria. Revisão sistemática: noções gerais. **Revista da Escola de Enfermagem da USP – REEUSP**, 2011; 45(5):1260-6. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S0080-62342011000500033. Acesso em: 25 nov 2021.

FILLOL, Joana. PEREIRA, Sara. Crianças, jovens e notícias: uma revisão sistemática da literatura a partir da Communication Abstracts. **Comunicação e Sociedade**, vol. 37, 2020, pp. 147-168. Disponível em: https://revistacomsoc.pt/article/view/2429. Acesso em: 18 nov de 2021.

FULTON, Janet. Media entrepreneurship: Preparing students for work in a creative profession. **Australian Journalism Review**, volume 41, number 1, 2019. Disponível em: https://intellectdiscover.com/content/journals/10.1386/ajr.41.1.67_1. Acesso em: 2 mai 2025.

MARX, Karl. **O capital**. Crítica da economia política. Livro I - O processo de produção do capital. Tradução: Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 2013.

MÉSZÁROS, István. **A crise estrutural do capital**. Tradução Francisco Raul Cornejo. 2.ed. rev. e ampliada. São Paulo: Boitempo, 2011.

MÉSZÁROS, István. **O poder da ideologia - Introdução**. Título original: The power of ideology; tradução Magda Lopes - São Paulo: Ensaio, 1996.

OLIVEIRA, Marcos. Neutralidade da ciência, desencantamento do mundo e controle da natureza. **Scientiae Studia**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 97-116, 2008. Disponível em: https://revistas.usp.br/ss/issue/view/796. Acesso em: 6 jun 2025.

SAMPAIO, Rosana. MANCINI, Marisa. Estudos de revisão sistemática: Um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Revista Brasileira de Fisioterapia**, São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89, jan./fev. 2007. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S1413-35552007000100013. Acesso em: 5 jun 2024.

TINTI, Douglas da Silva. BARBOSA, Geovane Carlos. LOPES, Celi Espasandin. O software IRAMUTEQ e a Análise de Narrativas (Auto)biográficas no Campo da Educação Matemática. **Bolema**, Rio Claro (SP), v. 35, n. 69, p. 479-496, abr. 2021. ISSN 1980-4415 Disponível em: https://www.scielo.br/j/bolema/a/wLCkrYZgyQSKVCQBcczgbRn/. Acesso em: 22 mai 2022.

TRANFIELD, David. DENYER, David. SMART, Palminder. Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. **British Journal of Management**, Vol. 14. 207-222 (2003). Disponível em: https://josephmahoney.web.illinois.edu/BADM504_Fall%202013/6_Tranfield,%20Denyer%20and%20Smart%20(2003).pdf. Acesso em: 10 nov 2021.

WAGEMANS, Andrea. WITSCHGE, Tamara. DEUZE, Mark. Ideology as resource in entrepreneural Journalism. The French online news startup Mediapart. **Journalism Practice**, 2016. Vol. 10, No. 2, 160 - 177. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2015.1124732. Acesso em: 18 mai 2022.