

*Sur le journalisme – About Journalism – Sobre jornalismo*  
*Revista internacional em acesso aberto com comitê de leitura,*  
*publicada em versão digital e impressa*  
<https://revue.surlejournalisme.com/>

Chamada de trabalhos

## **O comum a serviço de uma renovação da produção noticiosa?**

**Data limite de envio de artigos: 15 de março de 2026**

Editores do número especial :  
Éric George, Université du Québec à Montréal, Canada  
Fábio Henrique Pereira, Université Laval, Canada  
Nathalie Pignard-Cheynel, Université de Neuchâtel, Suisse

O processo de mercantilização da informação, que consiste em transformar o valor de uso em valor de troca (Mosco, 2017), está em contínua evolução, em particular no contexto da busca por uma valorização ainda maior do capital. Tal processo se acelerou há cerca de trinta anos nos setores da informação, da cultura e da comunicação, em resposta à crise estrutural do sistema capitalista na qual as indústrias têm dificuldade de se manter como fontes viáveis do capital (Schiller, 2007; Bouquillion, 2008). Ora, esta mercantilização, que dependia sobretudo do financiamento publicitário colidiu, nos anos 2020, com a captação desses rendimentos pelos gigantes do setor digital, como Google e Meta (Papaevangelou, 2023; Sebbah et al., 2020; Smyrniaios & Rebillard, 2019). Na sequência, uma crise das mídias jornalísticas levou a um questionamento sobre o valor da notícia jornalística. O setor das indústrias noticiosas seria ainda rentável?

Paralelamente, é possível questionar sobre a capacidade dessas indústrias que visam o lucro em continuar a produzir uma informação dita de qualidade, suscetível a contribuir à formação cidadã e apoiar o desenvolvimento de sistemas políticos voltados à promoção da democracia (Mouffe, 1994). Esse contexto afeta particularmente a legitimidade do jornalismo enquanto mediador do espaço público face à emergência de novos atores e de novas vozes. Esse cenário explica nosso interesse pela noção de “comum” e sua relação com a produção jornalística.

A noção de “comum” não se opõe frontalmente ao processo de mercantilização guiado pela lógica do capital (De Angelis & Harvie, 2014; Caffentzis & Federici, 2014), mas subordina tal processo à lógica do valor de uso coletivo (Borrits, 2018). Trata-se, portanto de privilegiar o valor de uso – os benefícios sociais do acesso e uso coletivo de um recurso – sobre o valor de mercado (Schlager & Ostrom, 1992).

Mais precisamente, nosso interesse pelo “comum” pode ser concebido de três formas:

(1) primeiro, considerando-o, a partir do trabalho de Ostrom (1990), como um conjunto de recursos autogerados por coletivos que adotam regras de governança coletiva dos recursos naturais (é o caso da água)

(2) em seguida, focando-se na dimensão institucional do comum e na necessidade da luta política para torná-lo o fundamento de uma nova organização social (Dardot & Laval, 2014), visando, assim, distanciá-lo de toda forma de naturalização (Madison et al., 2008/2010); (3) e, finalmente, considerando-o como um novo modo de produção alternativo ao capitalismo (Brancaccio et al., 2021).

No âmbito dessa chamada de trabalhos, buscamos tanto declinar um conceito de *comum* como um ponto de vista dos desenvolvimentos concretos na produção da informação, como de derivá-lo a partir das atividades concretas realizadas no setor da mídia jornalística. Em termos metodológicos, retomamos as propostas de Ostrom (1990) e de Bollier (2014), nas quais, para se apropriar do *comum* em qualquer tipo de projeto, é importante considerar: (1) os grupos e os indivíduos que estão na origem das experiências de *comum*, (2) o objeto do *comum*, ou seja, o recurso em questão, neste caso, a informação jornalística, e (3) as regras de governança desenvolvidas pela comunidade. Estando, essas três dimensões mais ou menos presentes em diferentes iniciativas, o próximo passo é considerar suas respectivas contribuições e inter-relações (Pélissier, 2018).

Os artigos enviados a esta chamada de trabalho poderão tratar desses questionamentos. Eles poderão se inscrever em pelo menos um dos quatro eixos apresentados a seguir:

(1) O comum nas práticas de gestão ou governança da mídia. Este eixo discute a construção de modalidades alternativas de financiamento e de gestão dos mídias responsáveis pela produção de informação, algo que Kikuti Dancosky et al. (2021) e Camargo et al. (2023) chamam de “arranjos alternativos” às corporações de mídia. Os trabalhos que se interessam por esta temática podem mostrar como a noção de comum é designada em espaços de governança coletiva da mídia (cooperativas jornalísticas, mídias alternativas ou independentes), em projetos que tratem dos jornalistas e do seu público leitor, para além da decepção provocada pelo jornalismo participativo (redações cidadãs, jornalismo recíproco, de comunidade...). Podem ainda explorar de que forma a noção de comum atravessa a busca por novas formas de financiamento da produção noticiosa, alternativas ao modelo capitalista de financiamento do jornalismo pela publicidade, bem como os modelos de *membership*, de financiamento participativo e de filantropia.

(2) A expressão do comum por meio dos (meta)discursos midiáticos. Este eixo se interessa pelo papel engajado do jornalismo a serviço da construção de uma nova organização social (ou mesmo de uma nova utopia) (Andrade & Pereira, 2021). Trabalhos ligados a esta temática podem tratar de uma produção noticiosa marcada pela noção de “comum”, materializada por uma ideologia alternativa ao do jornalismo dominante, bem como pela integração ao discurso produzido pela mídia de outros atores e de outras vozes marginalizadas. Podem se interessar ainda pela forma como o próprio jornalismo contribui para ampliar suas fronteiras pela circulação de um conjunto de meta-discursos que têm como objetivo mudar (ou ao menos questionar) as definições sociais dessa prática.

(3) Um terceiro eixo busca questionar as relações entre os meios públicos de comunicação e os comuns. Historicamente, a mídia pública se desenvolveu com base nas seguintes missões: informar, educar e distrair, segundo a fórmula de Lord Reith, primeiro diretor-geral da BBC. Nesse caso, como situar os usos respectivo das noções de comum e de serviço público no setor de informação jornalística (Tremblay et al., 2019)? Como discutir as relações entre esses

conceitos em um momento em que a própria noção de serviço público de radiodifusão é questionada em vários países? Como repensar ou mesmo re-legitimar a noção de serviço público em sua relação com a comunidade a qual se destina o noticiário informativo?

(4) Finalmente, um quarto eixo trata das formas de trabalhar, de produzir o noticiário jornalístico. As redações são geralmente espaços bastante hierarquizados (Meltzer, 2009; Francoeur, 2021), ou mesmo locais de exercício de violência (Le Cam & Libert, 2016). Por sua vez, as relações entre os jornalistas e suas fontes dependem de complexas dinâmicas de negociação frequentemente atravessadas por relações de poder. Ora, novas formas de organização no interior das mídias podem potencialmente transformar as práticas jornalísticas e as formas convencionais de produção do noticiário. Ou seja, de que maneira falar de comum na produção jornalística implica em rever a organização do trabalho nas redações rumo a uma prática autogestão? Seria possível repensar o papel do jornalista na produção noticiosa? Essa reflexão pode ser, inclusive, ampliada pelo estudo dos dispositivos sociotécnicos e de novas formas (sobretudo jurídicas) de definição do trabalho jornalística, de modo a redefinir suas modalidades de produção (infraestruturas descentralizadas, softwares de código aberto, informações produzidas sob licença *Creative commons*, etc.).

Serão privilegiados os artigos que atribuem um papel central aos contextos estruturantes ao mesmo tempo em que deem espaço a inovações de ordem individual e coletivas, que conjuguem a conjuntura do presente e uma temporalidade mais longa, que combinem abordagens macro e micro. A pertinência de se falar hoje em dia do comum implica em se lembrar que, no passado, existiram outros processos que se basearam nesta noção (Federici, 2014). Nesse sentido, abordaremos o comum do ponto de vista das transformações possíveis do mundo (Guéguen, 2014) pelo/através do jornalismo e da informação, com base em trabalhos empíricos de ambição tanto local quanto global.

Os artigos deverão ser submetidos em sua versão completa (entre 30 000 e 50 000 caracteres, incluindo as notas de rodapé e referências bibliográficas) até o dia **15 de março de 2026** por meio do site da revista: <https://revue.surlejournalisme.com/slj/about/submissions>. As autoras e autores encontrarão nesta mesma página as precisões relativas às normas editoriais para a redação dos textos.

Os artigos podem ser redigidos em inglês, francês, português ou espanhol. Eles serão submetidos a uma dupla avaliação cega pelos pares.

*About journalism – Sur le journalisme – Sobre jornalismo* é uma revista indexada nas seguintes bases de dados acadêmicas: EBSCO Communication Source collection, Archive ouverte en Sciences de l'Homme et de la Société (HAL-SHS), DOAJ, EZB (Elektronische Zeitschriftenbibliothek), Mir@bel, Sudoc, Sumários.Org, WorldCat (OCLC), European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences (ERIH PLUS). Sur le journalisme est classée comme une revue qualifiante en France (selon l'index de l'HCERES). Brazilian Qualis-CAPES evaluation for 2017-2020: A3

## Referências

- Andrade, S., & Pereira, F. H. (2021). Uma nova utopia jornalística: engajamento e gosto na Mídia NINJA (Brasil). *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies / Revue Canadienne Des Études Latino-Américaines et Caraïbes*, 47(1), 67–98.  
<https://doi.org/10.1080/08263663.2022.1996701>
- Bollier David (2014). *Think Like a Commoner : A Short Introduction to the Life of the Commons*. Gabriola Island (Colombie-Britannique) : New Society Publishers.
- Borrits Benoit (2018). *Au-delà de la propriété. Pour une économie des communs*. Paris : La Découverte.
- Bouquillion Philippe, 2008, *Les industries de la culture et de la communication : les stratégies du capitalisme*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Brancaccio Francesco, Alfonso Giuliani et Carlo Vercellone, 2021, Le commun comme mode de production, Paris : Lyber, <http://www.lyber-eclat.net/livres/le-commun-comme-mode-de-production>
- Caffentzis George et Silvia Federici (2014). « Commons against and beyond capitalism », *Community Development Journal*, n°49, vol.1, p. 92-105.
- Camargo, C. A., Nonato, C., Pachi Filho, F. F., & Lelo, T. V. (2023). Jornalismo financiado por plataformas: análise dos apoios concedidos aos arranjos alternativos às corporações de mídia. *E-Compós*, 26. <https://doi.org/10.30962/ec.2821>
- Dardot Pierre et Christian Laval (2014). *Commun. Essai sur la révolution du XXIe siècle*. Paris : La Découverte.
- De Angelis Massimo et David Harvie (2014). « The commons », dans *The Routledge Companion to Alternative Organization*, Martin Parker, George Cheney, Valérie Fournier et Chris Land (dir.), New York : Routledge.
- Federici Silvia, 2014, *Femmes, corps et accumulation primitive*, Marseille/Genève-Paris : Éditions Senonevero/Éditions Entremonde.
- Francoeur Chantal, 2021, Journalisme post-intégration : miser sur les formats pour maîtriser des conditions de production fragmentées. *Les Cahiers du journalisme - Recherches*, 2021, vol. 2, n°7, p. R125-R143
- Guéguen Haud, 2014, « La critique et le possible : le rôle de la catégorie de possible dans la critique des TNIC », dans *Critique, sciences sociales & communication*, Éric George et Fabien Granjon (dir.), Paris, Mare&Martin, p.265-289.
- Kikuti Dancosky, A., Mick, J., Paul, D. M., Luz, S. C. C. da, Costa Ramos, A. N., & Sousa, J. (2021). AT THE SERVICE OF THE COMMUNITY, CAUSE OR CAPITAL: alternative journalistic arrangements to the major media corporations in Santa Catarina. *Brazilian Journalism Research*, 17(2), 336–375. <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n2.2021.1382>

Le Cam, F., & Libert, M. (2020). Journaliste, femme et senior: une double peine?. *Recherches en communication*, 43, 105-126. <https://doi.org/10.14428/rec.v43i43.58053>

Madison, M. J.; Frischmann, B. M.; Strandburg, K. J. (2010). Constructing Commons in the Cultural Environment. *Cornell Law Review*, 95(657), 657-102. U. of Pittsburgh Legal Studies Research Paper No. 2008-26, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1265793>

Meltzer, K. (2009). THE HIERARCHY OF JOURNALISTIC CULTURAL AUTHORITY: Journalists' perspectives according to news medium. *Journalism Practice*, 3(1), 59–74. <https://doi.org/10.1080/17512780802560757>

Mosco Vincent (2017). *Becoming Digital. Toward a Post-Internet Society*. Bingley (Royaume-Uni) : Emerald Group Publishing.

Mouffe, C. (1994). *Le politique et ses enjeux. Pour une démocratie plurielle*, Paris : La Découverte/M.A.U.S.S.

Ostrom Elinor (1990). *Governing the Commons The evolution of institutions for collective action*. Cambridge (Massachusetts) : Cambridge University Press.

Papaevangelou, C. (2023). Funding Intermediaries: Google and Facebook's Strategy to Capture Journalism. *Digital Journalism*, 12(2), 234–255. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155206>

Pélissier Maud (2018). « Communs culturels et environnement numérique : origines, fondements et identification », *tic&societe*, vol.12, n°1, p. 95-129. <https://journals.openedition.org/ticetsociete/2395>. Dernière consultation le 3 octobre 2021.

Sebbah, B. ., Sire, G. ., & Smyrnaio, N. . (2020). Journalisme et plateformes : De la symbiose à la dépendance. *Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo*, 9(1), 6–11. <https://doi.org/10.25200/SLJ.v9.n1.2020.413>

Smyrnaio, N., & Rebillard, F. (2019). How infomedia platforms took over the news: A longitudinal perspective. *The Political Economy of Communication*, 7(1). Retrieved from <http://polecom.org/index.php/polecom/article/view/103>

Schlager et & Ostrom, 1992

Schlager Edella et Elinor Ostrom (1992). « Property Rights Regimes and Natural Resources : A Conceptual Analysis », *Land Economics*, vol.3, n°69, p. 249-262.

Schiller Dan, 2007, *How to Think about Information*, Urbana (Illinois) : University of Illinois Press