

## O modelo de desenvolvimento tecnológico no *UOL Bolsa Pesquisa* e seu potencial para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo<sup>1</sup>

The model of technological development in *UOL Bolsa Pesquisa* and its potential for applied research in journalism

### Carlos Franciscato

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia (UFB) – Salvador (BA), Brasil; professor do Mestrado acadêmico em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS) – Aracaju (SE), Brasil. E-mail: cfranciscato@uol.com.br

#### Resumo

Por meio deste artigo, procurou-se investigar possibilidades de pesquisa aplicada em Jornalismo, a partir de uma aproximação entre academia e setor produtivo. Para isso, realizou-se um estudo de caso sobre *UOL Bolsa Pesquisa*, programa de pesquisa desenvolvido pelo grupo empresarial *Universo Online* com o objetivo de avaliar formas de interação entre pesquisadores da academia e um conglomerado empresarial, com vistas a produzir conhecimentos de interesse para ambos. Percebeu-se que este programa torna-se adequado para pensar uma agenda de pesquisa voltada ao desenvolvimento de produtos, processos, protótipos e ferramentas jornalísticas.

**Palavras-chave:** jornalismo; pesquisa aplicada; tecnologia.

#### Abstract

This article investigates some possibilities for applied research in journalism in a rapprochement between academy and productive sectors. For this, we conducted a case study about *UOL Bolsa Pesquisa*, a research program developed by the media group *Universo Online*. The work aims to evaluate ways of interaction between academic researchers and a business company in order to produce knowledge. We realize that this program becomes an appropriate form of elaborating a research agenda focused on the development of products, processes, prototypes and journalistic tools.

**Keywords:** journalism; applied research; technology.

Artigo recebido em 31/03/2013

Artigo aprovado em 06/06/2013

<sup>1</sup> Este artigo foi produzido com resultados da pesquisa “Estudando o UOL Bolsa Pesquisa como modelo de parceria de pesquisa em comunicação entre setor produtivo e acadêmico”, projeto financiado pelo CNPq no Edital Universal 2008.

## O modelo de desenvolvimento tecnológico no *UOL bolsa pesquisa* e seu potencial para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo

### 1. Introdução

A interação entre universidade e empresas jornalísticas para a produção de conhecimentos que qualifiquem a atividade jornalística tem sido considerada um dos desafios estratégicos para consolidar esta área. Mesmo que a academia reúna as maiores competências para gerar e sistematizar conhecimento, são poucas as ações dos conglomerados empresariais para se aproximar e buscar esta competência.

Procurou-se executar, neste artigo, a análise de uma experiência recente em que o setor produtivo se movimenta em direção à academia na busca de conhecimento científico e tecnológico. O objetivo, com este trabalho, foi estudar as pesquisas desenvolvidas no programa *UOL Bolsa Pesquisa*, criado pelo grupo empresarial *Universo Online* em 2005. Analisaram-se seis edições do programa (de 2005 a 2010), buscando-se investigar a caracterização do grau de convergência entre o setor produtivo (*UOL*) e o setor acadêmico (pesquisadores financiados) no desenvolvimento de pesquisas, no âmbito da internet, incluídas, nesta relação, desde o desenvolvimento de ferramentas computacionais até estudos sobre Jornalismo *online*, bem como a reflexão sobre modelos de pesquisa aplicada eventualmente adotados. Dedicou-se, então, a delinear o projeto, entender as razões que levaram ao seu surgimento, aos seus critérios, aos procedimentos e, principalmente, aos tipos de conhecimento efetivamente produzidos e seu potencial de aplicabilidade no ambiente produtivo.<sup>1</sup>

Para realizar este estudo, utilizaram-se três técnicas de pesquisa: a) pesquisa bibliográfica voltada para a consulta e sistematização teórica de conceitos pertinentes ao estudo; b) entrevista semiestruturada com a coordenação do *UOL Bolsa Pesquisa*; e c) pesquisa documental em materiais institucionais do programa, bem como em artigos que oferecessem dados sobre o seu funcionamento e sobre o grupo *Universo Online*. Analisaram-se 81 projetos aprovados nos seis primeiros anos de funcionamento do programa, bem como o perfil dos pesquisadores contemplados.

A investigação desta experiência forneceu alguns sinais que podem ser úteis para o esboço de modelos de pesquisa aplicada em Jornalismo que estejam mais articulados tanto aos requisitos acadêmicos quanto às demandas do setor

produtivo; principalmente porque o ponto central de análise não foram os objetos e os materiais do círculo acadêmico, mas, sim, uma grande corporação de mídia e seus procedimentos de produção de conhecimento. Assim, revelaram-se indícios dos processos de aquisição e desenvolvimento de conhecimentos internos à organização empresarial.

Pelos dados coletados e no esforço de projetá-los para uma realidade dos estudos de jornalismo, identificaram-se rotinas de geração de conhecimento que articulam pesquisas externas (no caso, realizadas por acadêmicos bolsistas) e atividades executadas pelo departamento de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) do *Universo Online*. No caso das pesquisas computacionais, por exemplo, mesmo a operação de objetos aparentemente próximos (algoritmos com certa função a ser disponibilizada no portal) exige um esforço interno do setor de P&D para adaptação ao sistema utilizado pelo *Universo*, para dar conta de necessidades que o projeto inicial de pesquisa não contemplava.

Da mesma forma, a pesquisa em jornalismo voltada para o desenvolvimento de ferramentas jornalísticas ou de novos processos de produção jornalística dependerá da existência de uma equipe de especialistas da empresa capaz de absorver e 'reformatar' estas inovações, adequando-as aos processos de trabalho da organização. No item a seguir, indicam-se alguns problemas conceituais desta questão.

### 2. A geração de conhecimento no campo do jornalismo

Compreender a geração de conhecimentos em empresas jornalísticas é um desafio inicialmente teórico. Para sistematizar uma compreensão sobre esta geração compartilhada de conhecimento, recorreu-se a um esquema teórico desenvolvido em outro trabalho (FRANCISCATO, 2008), quando foram estudadas as empresas jornalísticas, pensando-se na geração de conhecimento, no que concerne o denominado campo do Jornalismo.

Considerou-se haver três competências específicas que geram conhecimentos relevantes para a constituição do campo do Jornalismo. A primeira competência é aquela produtora de conhecimento científico. Esse conhecimento é resultante de um esforço histórico de formulação ocorrido no âmbito dos estudos sobre Jornalismo, independente das subáreas do conhecimento a que esses estudos se filiem. Esse tipo de conhecimento se caracteriza por uma natureza discursiva, reflexiva, obtida por meio de um método sistemático (científico) de descoberta, demonstração e validação do conhecimento.

<sup>1</sup> A pesquisa se concentrou sobre os anos de 2005 a 2010, mas, para confirmar a atualidade da análise, fizemos um acompanhamento complementar do programa nas edições de 2011 e 2012 e percebemos que os mesmos princípios e linhas de ação do programa aplicados continuam em vigência.

## O modelo de desenvolvimento tecnológico no UOL bolsa pesquisa e seu potencial para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo

A segunda competência pode ser nomeada como ‘conhecimento especializado’; ou seja, aquele produzido por atores com domínio e saber técnico em uma área específica, gerando um saber complexo envolto em técnicas, práticas, procedimentos e regramentos, mas não necessariamente científico. O Jornalismo opera com três níveis de saberes especializados que conformam a atividade e o conteúdo jornalístico: a) os saberes ativados cotidianamente pela comunidade profissional ao realizarem suas práticas jornalísticas; b) o setor produtivo, que detém o controle estrutural e organizacional do processo de produção jornalística; e c) as fontes de informação ouvidas pelos repórteres, cujo conhecimento especializado sobre temas e situações torna-as autorizadas a contribuir com o jornalista, por meio de informações e interpretações para a construção do relato sobre o fato.

A terceira competência manifesta-se na produção de um conhecimento leigo, resultante de noções não sistematizadas, nem operacionalizadas sobre o jornalismo. Este é o conhecimento que o público tem sobre o Jornalismo: não domina suas técnicas, seus procedimentos, nem seus conceitos, mas tem uma noção elementar do que é o Jornalismo e do papel dele em suas vidas. O conhecimento leigo do público sobre o Jornalismo completa o ciclo de conhecimentos que constituem o campo do Jornalismo; entretanto, de forma reativa.

Conforme se vislumbra no argumento acima, cada ator social tende a produzir um tipo específico de conhecimento sobre o Jornalismo (Quadro 1).

Cada tipo de conhecimento contém aspectos peculiares que o diferencia em relação aos demais, pois são gerados conforme interesses sobre fenômenos específicos do campo do Jornalismo. O objeto deste artigo, o programa *UOL Bolsa Pesquisa*, apresenta, em uma indústria de mídia focada em tecnologia e serviços comunicacionais de internet, uma articulação de alguns desses tipos de conhecimento. Há, em primeiro lugar, os pesquisadores de vínculo acadêmico, que produzem conhecimento tanto em um viés abstrato e reflexivo quanto em aplicado. Há, também, o setor produtivo, que está delineado no próprio perfil empresarial do *Universo Online S.A.* O setor produtivo possui um conhecimento especializado sobre ferramentas, processos, estruturas de operação e circulação dos conteúdos midiáticos, jornalísticos ou não.

Com os itens a seguir, investigou-se, com base na experiência de funcionamento do programa, de quais maneiras houve a presença e a interação entre atores produtores de conhecimento ao setor de mídia. E, baseando-se neste caso

**Quadro 1:** Atores e tipos de conhecimento no campo do Jornalismo.

Atores do campo do Jornalismo*	Tipo de conhecimento predominante
Academia (pesquisa em Jornalismo)	- Conhecimento abstrato e reflexivo sobre o jornalismo
Academia (formação de jornalistas)	- Conhecimento que executa interfaces com o mundo real do trabalho jornalístico: a) Técnico / mercadológico (aplicado) b) Humanista (reflexivo) c) Tecnológico (aplicado)
Setor produtivo (indústrias de mídia, setor público e assessorias de comunicação)	- Conhecimento especializado sobre a operação da estrutura de produção e circulação da informação jornalística
Comunidade profissional	- Conhecimento especializado sobre a prática profissional: técnicas, regras, princípios, requisitos e contextos de produção da notícia; - Conhecimento normativo sobre a atividade (deontologia)

\*Refere-se a um perfil predominante, mas não necessariamente excludente

estudado, foi possível supor situações análogas para pensar interações entre pesquisadores e organizações jornalísticas.

### 3. A Construção de conhecimento no UOL bolsa pesquisa

O *UOL Bolsa Pesquisa* iniciou suas atividades externas em 2005, com a seleção e aprovação dos primeiros bolsistas e orientadores a serem financiados pelo programa. Entretanto, sua gestação começou em 1999, como parte da estratégia do grupo *Universo Online S.A.* para investir em desenvolvimento tecnológico.

O grupo *Universo Online* é um dos principais conglomerados empresariais brasileiros na área de tecnologia para internet. Surgido a partir de uma parceria entre os grupos *Folha e Abril*, inaugurou seu primeiro portal na internet em 1996, inserindo a edição diária do jornal *Folha de S. Paulo*, além de outras publicações impressas e serviços específicos da rede, como as salas de conversação. O Grupo

## O modelo de desenvolvimento tecnológico no UOL bolsa pesquisa e seu potencial para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo

Folha tem sido o acionista majoritário, enquanto o Abril deixou a companhia em 2003, ao vender a sua participação de 33% no UOL para os sócios Folhapar S.A. e Portugal Telecom. Ao final de 2010, a Portugal Telecom vendeu o total de sua participação acionária no UOL (29%) para uma empresa controlada por João Alves de Queiroz Filho, fundador da Hypermarchas. Hoje, o conglomerado mantém sua constituição acionária composta por uma diversidade de empresas, sendo a Folhapar S.A. detentora da maioria das ações ordinárias e preferenciais e das demais quotas distribuídas por acionistas minoritários. Desde o seu início, o Universo Online S.A. tem, como presidente, Luiz Frias, atual presidente do Grupo Folha.

A criação do programa UOL Bolsa Pesquisa ocorreu quando, em 1999, conforme Marden Neubert, diretor de Pesquisa e Desenvolvimento do Universo Online<sup>2</sup>, o UOL adquiriu uma empresa de tecnologia formada junto à UFMG por Vitor Ribeiro, aluno do Mestrado de Computação da UFMG. Em contrapartida, o UOL fez uma doação de cerca de 100 mil reais ao Departamento de Computação da UFMG para compra de equipamentos. Marden Neubert era membro da equipe dessa empresa e se integrou ao UOL. Nestes anos, esta equipe realizou visitas a universidades e estabeleceu contatos pontuais, não estruturados, de cooperação com seus departamentos de computação.

Este modelo de criação de empresas próximas a ambientes acadêmicos e que servam como mecanismo de transferência de conhecimento produzido nas universidades para o ambiente privado tem sido denominada na literatura por “spin-off acadêmico”. Segundo Sánchez & Pérez (*apud* COSTA E TORKOMIAN, 2005, p. 4227), as empresas de alta tecnologia criadas pelos acadêmicos constituem um importante elemento dinamizador de uma economia, não tanto pelo emprego direto, que podem chegar a gerar, mas, sim, porque supõem o desenvolvimento de novos setores industriais ou de serviços e porque, com sua transferência de tecnologia, contribuem para melhorar a competitividade de outros setores.

O programa UOL Bolsa Pesquisa começou a ser constituído nos anos de 2003 a 2005, a partir de algumas premissas: não haveria exclusividade de resultados pelo UOL; o financiamento aos projetos ocorreria na forma de bolsas como doação; haveria submissão e seleção de projetos; a submissão seria anual, admitindo-se renovações; as bolsas seriam destinadas a alunos de graduação, mestrado e doutorado, além do orientador.

<sup>2</sup> Informações obtidas em entrevista concedida ao autor desta pesquisa.

Os objetivos gerais do UOL Bolsa Pesquisa expressos nos materiais institucionais e no site do programa (<http://bolsa-pesquisa.uol.com.br/>) são: contribuir com o desenvolvimento de tecnologias e conhecimentos avançados para a internet; contribuir para o crescimento da internet no Brasil e no mundo; contribuir para a inclusão digital brasileira. Embora haja um acento nas pesquisas focadas nas Ciências da Computação, áreas temáticas como Comunicação (dentro desta, o Jornalismo), Sociologia e Direito também são consideradas prioritárias pelo Programa.

A Tabela 1 indica o número de projetos que o programa selecionou em cada ano. Nota-se que há um movimento de diminuição no número anual de projetos aprovados, devido, principalmente, às limitações orçamentárias do programa. Em 2011, foram aprovados, no mês de fevereiro, 10 novos projetos para financiamento pelo UOL Bolsa Pesquisa.

**Tabela 1:** Número de projetos aprovados por ano.

Projetos aprovados pelo UOL por ano (2005 a 2010).						
2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
14	20	15	15	9	8	81

Fonte: Pesquisa de campo

A Tabela 2 demonstra a distribuição dos projetos aprovados pelo UOL Bolsa Pesquisa durante os anos de 2005 a 2010, conforme a Tabela das Áreas de Conhecimento do CNPq. É visível a concentração dos projetos aprovados na área de Ciências da Computação (75,3% do total), o que reforça a linha de trabalho do programa.

**Tabela 2:** Distribuição dos Projetos conforme a área de conhecimento.

Projetos aprovados pelo UOL Bolsa Pesquisa entre 2005 e 2010, conforme tabela das áreas de conhecimento/CNPq	Total	% do total
Ciências da Computação	61	75,3
Comunicação/Jornalismo	8	9,8
Comunicação	5	6,1
Ciências da Informação	2	2,4
Direito	2	2,4
Psicologia	1	1,2
Linguística	1	1,2
Ciências Sociais	1	1,2
Total	81	100

Fonte: Pesquisa de campo

## O modelo de desenvolvimento tecnológico no *UOL bolsa pesquisa* e seu potencial para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo

A classificação feita abaixo foi adaptada com base em uma classificação inicial aplicada pelo *UOL* sobre os projetos. Na classificação feita pelo *UOL*, os projetos que tinham como objeto o Jornalismo foram inseridos diretamente como “Jornalismo,” sem menção à área de comunicação. Optamos por reformular isso, indicando Comunicação/Jornalismo, que totalizaram oito projetos. Isto significa que esses dois grupos de projetos comunicacionais obtiveram 16% das bolsas oferecidas no programa.

Além das áreas de ciências da computação e ciências da informação por um lado e de comunicação por outro, as demais áreas foram muito pouco contempladas na seleção e aprovação dos projetos.

### 4. O modelo de produção de conhecimento do uol bolsa pesquisa

A análise do programa *UOL Bolsa Pesquisa* será feita por meio de quatro itens: perfil jurídico-administrativo e condições de financiamento; formas de financiamento à produção de conhecimento; procedimentos de avaliação e seleção de projetos; e as formas de uso e circulação do conhecimento produzido.

#### 4.1. Perfil jurídico-administrativo e condições de financiamento

O *UOL Bolsa Pesquisa* apresenta um tipo de iniciativa em que há a presença de uma grande companhia de mídia como principal (ou única) financiadora do projeto. Diferentemente de um modelo em que uma grande empresa assume o papel de mantenedora de uma fundação de pesquisa, no *UOL*, o grupo de mídia assume a direção e coordenação do projeto, embora use uma fundação para gerir administrativamente os recursos e, assim, evitar vínculos nas questões trabalhistas.

Vejamos em detalhes este mecanismo de funcionamento do *UOL*. Conforme Marden Neubert, o *Universo Online* mantém um contrato com a Fundação de Desenvolvimento à Pesquisa (FUNDEP), vinculada à Universidade Federal de Minas Gerais. Por esse documento, o *UOL* contrata a FUNDEP para fazer a gestão administrativa do pagamento de bolsas aos aprovados. Compete ao *UOL* definir o orçamento anual do contrato, os valores das bolsas, executar todo o processo de seleção e acompanhamento dos projetos e dar as linhas gerais do programa. Compete à FUNDEP fazer a contratação dos bolsistas e a gestão administrativa, pela qual cobra uma taxa de administração ao *UOL*.

Os recursos do *UOL Bolsa Pesquisa* são previstos dentro do orçamento anual da área de P&D - Pesquisa e Desenvolvimento do Grupo *UOL*. Para 2010, esses recursos ficaram na ordem de 380 mil reais, basicamente consequência dos valores pagos aos bolsistas, mais custos administrativos. Como a equipe coordenadora do *UOL Bolsa Pesquisa* é formada por membros da companhia, há também custos adicionais indiretos com esse tempo de dedicação ao programa.

O *Universo Online* buscou formas de compensação fiscal pelos recursos que investe no *UOL Bolsa Pesquisa*, por se tratar de investimento na produção de conhecimento científico. Para isto, estudou a possibilidade de obter benefícios fiscais com base na Lei do BEM<sup>3</sup>, que poderia servir como contrapartida aos valores investidos pelo *UOL* no programa. Entretanto, a Lei prevê modalidades excludentes de uso da Lei, e o grupo empresarial já estava se beneficiando dela para pesquisa e desenvolvimento internos.

Analisando esta experiência, é possível concordar com Rapini e Righi (2006, p. 136) quando os autores afirmam que a formalização da cooperação entre academia e setor produtivo vem apresentando variações de modelos. Isso porque um modelo estritamente acadêmico tem se constituído na forma de “parceria em pesquisa,” o qual tende a constituir uma troca bidirecional de conhecimento. Já na relação academia-empresa, pode ocorrer o modelo de “contrato de pesquisa,” que seriam mecanismos irregulares de transferência de conhecimento, constituindo-se em estratégias de baixo custo de entrada exigindo relativamente pequenas capacidades de absorção e de transferência de um dos lados (RAPINI E RIGHI, 2006, p. 136).

#### 4.2. Das formas de financiamento à produção de conhecimento

A modalidade de bolsa foi a fórmula encontrada pelo *UOL Bolsa Pesquisa*, desde o início do programa em 2005, para dar garantia à empresa de que não houvesse a formação de vínculos trabalhistas. Conforme Neubert, “seria uma bolsa ‘a fundo perdido’. A empresa enxerga desta forma: espera um retorno, mas não um retorno direto” (NEUBERT, 2010)<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> LEI Nº 11.196, de 21 de novembro de 2005, da Presidência da República, que dispõe, entre outras coisas, sobre incentivos fiscais para a inovação tecnológica.

<sup>4</sup> Informações obtidas em entrevista concedida ao autor desta pesquisa.

## O modelo de desenvolvimento tecnológico no *UOL bolsa pesquisa* e seu potencial para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo

O *UOL Bolsa Pesquisa* previu, então, bolsas anuais, que poderiam ser renovadas. As bolsas são de dois tipos: a) uma destinada ao aluno de graduação, de mestrado ou de doutorado; b) outra destinada ao professor que orientará o aluno por produtividade em pesquisa. Na edição de 2013, os valores das bolsas foram os seguintes: a) graduação/iniciação científica: R\$ 630,00; b) mestrado: \$ 1.890,00; e c) doutorado: R\$ 3.150,00. O professor recebe uma bolsa de produtividade em pesquisa de R\$ 1.260,00 + 15% do valor da bolsa de cada orientado.

### 4.3. Procedimentos de avaliação e seleção de projetos

O programa *UOL Bolsa Pesquisa* possui áreas temáticas prioritárias de apoio. Uma vez que o projeto está inserido nestes focos, são aplicados dois critérios de seleção: a) a qualidade do projeto: se é consistente, está bem escrito, justificado, apresenta objetos mensuráveis, a motivação para o projeto, se tem como mostrar resultados; b) a aderência do projeto aos interesses do *Bolsa Pesquisa*, o que significa estar vinculado à internet, valorizando principalmente o ganho de conhecimento obtido sobre a internet com a execução do projeto. Para avaliar e aplicar essas regras, o *UOL Bolsa Pesquisa* constituiu um comitê multidisciplinar:

Inicialmente, ele envolvia pessoas acadêmicas, mas esta cooperação acabou sendo reduzida, até para evitar conflitos de interesse, pois muitos acadêmicos até estavam participando como candidatos também. Então, a gente acabou formando um comitê multidisciplinar de funcionários da empresa (NEUBERT, 2010)<sup>5</sup>.

O programa compõe este grupo avaliador conforme o perfil dos projetos encaminhados. Em média, são profissionais com formação em áreas, como Ciências da Computação, Ciências Sociais, Jornalismo, Direito, etc.

### 4.4. Formas de uso e circulação do conhecimento produzido

Um dos desafios para se pensar em programas de produção de conhecimento na área de Jornalismo que envolvam parcerias entre diferentes instituições e atores sociais, como no caso da academia, dos setores produtivos em Jornalismo e da comunidade profissional de jornalistas, está na geração compartilhada de conhecimento e, principalmente, nas intenções de sua apropriação. Isto é delicado na medida em que os atores têm perfil institucional e inserção social

diferenciados, o que tende a conduzir interesses diferenciados sobre o conhecimento produzido. Uma situação de conflito pode, então, se estabelecer em parcerias academia-setor produtivo, principalmente se o parceiro vinculado à produção optar por uma apropriação privada do conhecimento com vistas ao seu uso estratégico empresarial.

Uma das estratégias do *UOL Bolsa Pesquisa* para tentar vencer essa barreira foi a publicização do conhecimento produzido, em vez de sua apropriação ou exclusividade para a corporação. Essa opção evita, por exemplo, conflitos que envolvem acadêmicos, cuja vocação de pesquisa e publicação implica em uma coletivização cada vez mais imediata de suas descobertas. Para esses pesquisadores, a situação fica ainda mais delicada se estiverem vinculados à instituições públicas de ensino, que lhes oferece o ambiente e os recursos para pesquisar, além de sua remuneração salarial, fato que indica que o resultado do seu trabalho deve ter também dimensão pública.

Para as empresas parceiras, a possibilidade de apropriação privada e exclusiva do conhecimento é também arriscada, pois, embora possa estar custeando diretamente a pesquisa, a produção partilhada de conhecimento exige uma clareza prévia sobre as autorias presentes neste processo de produção, bem como os direitos de cada parceiro e seus interesses envolvidos.

O *UOL Bolsa Pesquisa* não possui uma política de publicação dos resultados da pesquisa, pois esta não é uma área prioritária para o programa. Em vez disso, opta-se por adotar uma política de livre difusão do conhecimento. Para isto, divulga-se no *site* institucional do programa dois documentos: a “Propriedade Intelectual” e a “Licença Pública”. O primeiro explica, em linhas gerais, os requisitos para a disseminação do conhecimento produzido via *UOL Bolsa Pesquisa*; o segundo estabelece, criteriosamente, as condições legais para este uso.

A ausência de uma apropriação privada do conhecimento poderia indicar que empresas como o *Universo Online* não teriam formas de rentabilizar os recursos investidos em pesquisa. Marden Neubert traçou diferentes apreciações da empresa sobre a circulação livre do conhecimento produzido: em primeiro lugar, há um interesse benemérito, de contribuição pública para o crescimento do conhecimento sobre a internet no país; em segundo, uma visão estratégica de marketing pela recepção positiva em comunidades sociais dos resultados das pesquisas; em terceiro, pela rede de *experts* que o programa cria e pode facilitar a descoberta de novos profissionais; e, por último, pode estimular a formação de novas parcerias ou oportunidades de atuação com institutos e outras organizações.

<sup>5</sup> Informações obtidas em entrevista concedida ao autor desta pesquisa.

## O modelo de desenvolvimento tecnológico no UOL bolsa pesquisa e seu potencial para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo

### 5. Desenvolvimento tecnológico no UOL Bolsa Pesquisa e a pesquisa aplicada em Jornalismo

Pensar em pesquisa aplicada como um tipo de investigação científica apropriado para os estudos em Jornalismo exige perceber um conjunto de problemas teórico-metodológicos que se situam nas relações entre pesquisa descritiva e experimental e mesmo nas fronteiras das áreas de conhecimento, particularmente Ciências Humanas e Ciências Sociais aplicadas (FRANCISCATO, 2006). De início, vai-se a uma precisão conceitual, buscando-se fazer uma diferenciação entre aplicabilidade e interdisciplinaridade do conhecimento. Entendemos por aplicabilidade do conhecimento dois aspectos: a) quando se refere a um tipo ou natureza do conhecimento, particularmente aquele com uma dimensão de uso prático; b) quando se refere à forma de utilização do conhecimento após ele ser produzido. Nesse segundo aspecto, ressalta-se o seu caráter aplicado no sentido de que conduza à produção de uma ação imediata, como a resolução de um problema ou proposição de novos procedimentos em um ambiente concreto.

A aplicabilidade do conhecimento tem sido, na academia, um campo de atuação privilegiado pelas denominadas ciências aplicadas que, para isso, desenvolveram procedimentos que garantam a cientificidade do conhecimento. Em linhas gerais, a pesquisa aplicada é definida

por seu interesse prático, isto é, que os resultados sejam aplicados ou utilizados, imediatamente, na solução de problemas que ocorrem na realidade (MARCONI E LAKATOS, 2002, p. 20).

Conforme Santaella:

A motivação principal das pesquisas aplicadas, por seu lado, está na contribuição para resolver um problema. Para tal, ela aplicará conhecimentos já disponíveis, mas das aplicações podem resultar não apenas a resolução do problema que a motivou, mas também a ampliação da compreensão que se tem do problema, ou ainda a sugestão de novas questões a serem investigadas. (SANTAELLA, 2001, p. 140)

Na academia, a raiz epistemológica da aplicabilidade do conhecimento científico está na construção de dois campos de pesquisa: a pesquisa básica e a pesquisa aplicada. Stokes (2008) faz um interessante panorama dessa constituição, considerando-se a experiência dos Estados Unidos. Procura-se abordar teses que sustentam a sua separação ou sua aproximação a partir dos princípios de “conhecimento para o entendimento” e “conhecimento para o uso,”

bem como identificando os atores e contextos que motivaram cada proposição. Uma das teses que conduz a abordagem do autor é a seguinte:

A crença de que as metas do entendimento e do uso estão inerentemente em conflito e de que as categorias da pesquisa básica e da pesquisa aplicada são necessariamente separadas encontra-se ela própria sob tensão com a experiência real da ciência (STOKES, 2008, p. 30).

#### 5.1. A pesquisa aplicada no UOL Bolsa Pesquisa

Este caráter aplicado tem sido, também, um ponto de encontro de interesses entre academia e setor produtivo. O UOL Bolsa Pesquisa vem estimulando o desenvolvimento de conhecimento com fins aplicados. As Tabelas 3 e 4 procuram, então, compreender os projetos aprovados no programa conforme o tipo de pesquisa proposta, seja a pesquisa básica ou aplicada. É possível identificar uma

**Tabela 3:** Distribuição dos projetos conforme o tipo de pesquisa (2005–2010).

Tipo de pesquisa	Total	Percentual (%)
Pesquisa Básica	20	24,6
Pesquisa Aplicada	61	75,3
Total	100	100

Fonte: Pesquisa de campo

**Tabela 4:** Distribuição dos projetos por tipo de pesquisa conforme a área de conhecimento (2005–2010).

Projetos por tipo de pesquisa conforme a área de conhecimento	Básica	Aplicada
Ciências da Computação	2	59
Comunicação/Jornalismo	5	–
Comunicação	8	–
Ciências da Informação	–	2
Direito	2	–
Psicologia	1	–
Linguística	1	–
Ciências Sociais	1	–
Total	20	61

Fonte: Pesquisa de campo

## O modelo de desenvolvimento tecnológico no *UOL bolsa pesquisa* e seu potencial para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo

predominância de pesquisa aplicada na seleção, em consequência direta da aprovação de projetos das áreas de Ciências da Computação e Ciências da Informação.

Ciências da Computação e Ciências da Informação responderam pela quase totalidade dos projetos de pesquisa aplicada, à exceção de um projeto de pesquisa aplicada da área de Direito denominado “Direito autoral e propriedade intelectual de material divulgado na *Web* e de *Software*” (2008). Dois projetos de Ciências de Computação tiveram uma característica predominantemente descritiva, utilizando-se modelos de análise e explicação de fenômenos comunicacionais: “Uma Análise Temporal do Blogspace” (2006/2007) e “Caracterização da Qualidade de Fontes de Informação Textuais e Sociais na *Web 2.0*” (2009).

No caso da área de comunicação, deve-se ressaltar que, embora seja classificada como integrante da grande área de conhecimento das Ciências Sociais Aplicadas, nenhum projeto teve, como perfil central, o desenvolvimento de modelos, protótipos, processos ou produtos com vistas a sua aplicação imediata, conforme os princípios da pesquisa aplicada; embora, é claro, conhecimentos de natureza descritiva, como diagnósticos ou mapeamentos de uma realidade, possam servir de base para o planejamento de ações posteriores. Todavia, eles constituem-se, como tal, em pesquisa básica, no âmbito das Ciências Humanas.

Tal dado se torna mais acentuado, se considerarmos a hipótese de que o *UOL Bolsa Pesquisa* poderia ser uma “porta de entrada” para que os pesquisadores em Jornalismo buscassem, no setor produtivo, parcerias para o desenvolvimento de conhecimentos de uso direto na melhoria da atividade jornalística. Entretanto, essa opção não tem sido buscada.

A coordenação do programa *UOL Bolsa Pesquisa* identifica, de fato, a existência de dois grandes grupos de projetos aprovados: um voltado para o desenvolvimento de ferramentas; outro, para a produção de diagnósticos, mapeamentos de realidade e situações. Marden Neubert considera que os dois grupos de projetos são importantes ao programa *UOL Bolsa Pesquisa*. A justificativa da coordenação do programa para investir em pesquisa básica, um tipo de pesquisa caracteristicamente acadêmico (24,6% das pesquisas tiveram este viés) é de que os projetos selecionados são “importantes, que muitas vezes geram conclusões que são usadas de forma até estratégica por quaisquer empresas e pelo *UOL*, que está mais próximo da pesquisa”<sup>6</sup>. (NEUBERT, 2010).

<sup>6</sup> Informações obtidas em entrevista concedida ao autor desta pesquisa.

O desenvolvimento de ferramentas de internet, por outro lado, caracteriza projetos que

visam a produzir algoritmos e algo mais concreto. Estes, acho que todos são de computação. Eles são diferentes porque, por um lado, são mais práticos, aplicados, nós fornecemos dados para o uso, mas a aplicação deles, neste contexto, não é direta<sup>7</sup>. (NEUBERT, 2010)

### 5.2. Rotinas de geração de conhecimento e suas aplicações ao Jornalismo

A investigação sobre o *UOL Bolsa Pesquisa* possibilitou visualizar dois modos de interação entre acadêmicos e o setor produtivo. Um primeiro decorrente de projetos voltados para a produção de diagnósticos e mapeamentos de uma realidade (pesquisa básica). Para Neubert, estas pesquisas têm um valor para o *UOL* por se tratarem de trabalhos de referência que podem gerar “*insights*” para a produção ou modificação de produtos e serviços oferecidos pelo *Universo Online*, o que foi classificado como uma interação “indireta” entre academia e setor produtivo.

Por sua vez, os projetos destinados ao desenvolvimento de ferramentas específicas (pesquisa aplicada), como no caso das pesquisas da área de computação, Neubert os avaliou como possíveis de oferecer uma contribuição mais direta, mas há também limitações:

Então não é simplesmente pegar um código que alguém criou e colocar aqui dentro. Por ‘n’ razões: primeiro porque ele não está pronto o suficiente, o sistema tem que ser adaptado aqui dentro do *UOL*. Tem que ter um conjunto de preocupações que o projeto não tem: ‘n’ requisitos que o aluno não tem que se preocupar para fazer uma pesquisa acadêmica (NEUBERT, 2010)<sup>8</sup>.

Para incorporar esse conhecimento, o *Universo Online* optou eventualmente para, após o projeto estar finalizado e um determinado resultado (um protótipo, por exemplo) ter sido alcançado, contratar esse pesquisador para que “aproxime e arredonde aquele código, preferencialmente faça em modo de linguagem mais apropriada aos nossos padrões, e nos forneça algo mais pronto.” Mesmo nesses casos, ele não poderá se encaixar diretamente como uma

<sup>7</sup> Informações obtidas em entrevista concedida ao autor desta pesquisa.

<sup>8</sup> Informações obtidas em entrevista concedida ao autor desta pesquisa.

## O modelo de desenvolvimento tecnológico no UOL bolsa pesquisa e seu potencial para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo

“caixa preta, [...] ele vai ser adaptado pela nossa equipe para algum projeto” (NEUBERT, 2010).<sup>9</sup>

Tais rotinas de produção de conhecimento indicam que, para o desenvolvimento de pesquisas aplicadas em Jornalismo em parceria com setores produtivos, há a necessidade de existência, na empresa, de uma equipe dotada de um conhecimento especializado capaz de operacionalizar a inovação criada por um grupo acadêmico. Portanto, a execução de um diagnóstico ou elaboração de um novo processo ou produto jornalístico, por parte de grupos acadêmicos de pesquisadores, necessita ter um grupo correspondente na organização jornalística com competência para fazer as adaptações deste conhecimento acadêmico, para o universo especializado da produção.

Além disso, a pesquisa aplicada com foco para o setor produtivo deve prever um cronograma de uma interação mais continuada. Essa interação pode ter uma primeira etapa em que se formula uma primeira versão da ferramenta ou ‘protótipo’, mas se estende por uma segunda fase que demanda adequações para que seja alcançada uma real aplicabilidade da inovação, no ambiente de trabalho.

### 6. Considerações finais

Acentuou-se, durante o desenvolvimento desta pesquisa, a preocupação de fundo de considerar as relações entre a produção científica e tecnológica e o setor produtivo da sociedade. Ao propor-se a analisar *UOL Bolsa Pesquisa* como estudo de caso, procuramos responder a indagações que

<sup>9</sup> Informações obtidas em entrevista concedida ao autor desta pesquisa.

### Referências

FRANCISCATO, Carlos E. *Considerações Metodológicas sobre a Pesquisa Aplicada em Jornalismo*. Anais do IV Encontro da SBPJor. Porto Alegre, UFRGS, 2006.

\_\_\_\_\_. *Desafios para pensar a geração de conhecimento no campo do jornalismo*. Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Natal (RN): Intercom, 2008.

MARCONI, Marina de Andrade & LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas,*

permeavam as relações entre ciência e tecnologia, envolvendo particularmente o sistema de mídia.

Por meio deste estudo do *UOL Bolsa Pesquisa*, procurou-se delinear o programa, entender as razões que levaram ao seu surgimento, seus critérios, procedimentos, principalmente, os tipos de conhecimento efetivamente produzidos e seu potencial de aplicabilidade no ambiente produtivo. Ao mesmo tempo, a experiência do *UOL Bolsa Pesquisa* ofereceu pouca inovação em modelos que experimentem modos de articular pesquisa básica e pesquisa aplicada.

As teses de Stokes (2008) sobre as políticas científicas nos Estados Unidos no século XX e sua necessidade em articular pesquisa básica e pesquisa aplicada são argumentos que sinalizam desafios contemporâneos, principalmente após movimentos de institucionalização e especialização característicos da ciência na primeira metade do século passado. Para superar barreiras excessivamente reducionistas da construção do conhecimento científico, é necessário estabelecer planos de ação que articulem atores e formas diferenciadas de fazer pesquisa. Embora seja uma agenda complexa, ela deve estar no horizonte das iniciativas, e o programa *UOL Bolsa Pesquisa* não contemplou, de fato, esses desafios, embora diferentes atores co-habitassem (mesmo que provisoriamente) um mesmo ambiente ou parceria de trabalho.

A ausência de uma dedicação sistemática, no campo do Jornalismo, para melhor articular essa dupla dimensão de seus estudos (áreas das Ciências Humanas e das Ciências Sociais Aplicadas) indica a necessidade de constituição de uma agenda de trabalho acadêmico de construção teórico-metodológica, por meio da qual se pense na complementaridade entre pesquisa básica e aplicada.

*elaboração, análise e interpretação de dados*. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

RAPINI, Márcia Siqueira & RIGHI, Hérica. O Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq e a Interação Universidade-Empresa no Brasil em 2004. *Revista Brasileira de Inovação*. v. 5, n. 1, Jan/Jun 2006.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e Pesquisa – Projetos para Mestrado e Doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

STOKES, Donald. *O quadrante de Pasteur: a ciência básica e a inovação tecnológica*. Campinas: Unicamp, 2005.