

Pesquisa aplicada em jornalismo: o desafio da construção do objeto

APPLIED RESEARCH IN JOURNALISM: THE CHALLENGE IN BUILDING THE OBJECT

— *Francisco de Assis*

Doutor em Comunicação Social. Professor e coordenador do Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM - Centro Universitário.

E-mail: francisco@assis.jor.br

Recebido em 30/07/2018. Aprovado em 09/10/2018.

Resumo

Este ensaio apresenta uma discussão sobre a possibilidade de se fazer pesquisa aplicada no campo do jornalismo, com especial atenção à origem de todo o processo, isto é, ao objeto científico e à sua construção. O argumento central reforça que a aplicabilidade do trabalho de investigação não pode ser forçosamente colocada como objetivo a ser alcançado, mas, sim, ser uma demanda identificada em meio aos fenômenos jornalísticos, sobre os quais se considera pertinente agir, e estar inserida já na instância epistemológica da pesquisa.

Palavras-chave: Pesquisa em jornalismo. Pesquisa aplicada. Epistemologia.

Abstract

This essay submits a discussion about the possibility of doing applied research in the field of Journalism, with particular attention to the source of the process, i.e., the scientific object and its building. The main argument reinforces that applied investigation should not be forcefully the objective of the future study, but a identified demand in the midst of Journalism phenomena, in which the action is relevant and had to be placed in the epistemological research instance.

Keywords: Research in journalism. Applied research. Epistemology.

Em memória de José Marques de Melo (1943-2018),
que primeiro sistematizou a pesquisa em jornalismo no Brasil

Introdução

A pesquisa que se volta ao jornalismo – sobre a qual os pares, com seus repertórios e propósitos, já disseram outras vezes (MOTTA, 2005; ADGHIRNI, 2006; MARQUES DE MELO, 2007; 2006; MACHADO, 2008) – esteve sempre (ou, ao menos, desde seu amadurecimento¹) atenta ao terreno dos fazeres, das práticas, do desenrolar desse fenômeno que é, num só tempo, processo social e atividade profissional. Se estreitamente ligado à dinâmica do campo jornalístico (BOURDIEU, 1997), o exercício científico a ele direcionado – podemos presumir – é afeito, desde há muito, a agir sobre seu objeto. Essa inclinação está incorporada em sua essência. Afinal, mesmo a articulação mais teórica possível – aquela que se vale exclusivamente de bases bibliográficas para seu desenvolvimento –, dedicada à crítica dos fazeres, se não carregar em seus objetivos qualquer interesse em tensionar a realidade, propor rupturas ou sinalizar deixas para mudanças, não teria razão de ser.

Pesquisar um objeto tão palpitante na vida cotidiana, como é o jornalismo, convida a buscar resultados que possam, em alguma medida, transformar o que já se estabeleceu. Isso corresponde a um dos dois possíveis grupos de razões que determinam a realização de uma pesquisa: o das “razões de ordem prática”, no dizer de Antônio Carlos Gil (2002, p. 17-18), que “decorrem do desejo de conhecer com vistas a fazer algo de maneira mais eficiente ou eficaz”. Portanto – e ainda considerando, seguindo o mesmo autor, que até o outro grupo, o das pesquisas “de ordem intelectual”, as quais “decorrem do desejo de conhecer pela própria satisfação de conhecer”, também é capaz de “fornecer conhecimentos passíveis de aplicação prática imediata” –, podemos ter em nosso horizonte de apreciação que as investigações focadas nesse universo delimitado têm, por vocação, potencial de aplicabilidade, no sentido de que contribuem para questionar o *status quo*, para reavaliar tendências ou, minimamente, para subsidiar a formação de novos jornalistas. Em todas essas – e em muitas outras – situações, os trabalhos que se realizam podem levar a certas alterações, de diferentes ordens, proporções e dimensões.

1. No caso do Brasil, em específico, embora identifique que as primeiras pesquisas sobre jornalismo foram realizadas no fim do século 19, com caráter historiográfico, José Marques de Melo (2006, p. 17) reconhece que é apenas na segunda metade do século 20 – mais especificamente entre as décadas de 1960 e 1970 – que haveria um amadurecimento dessa produção intelectual, propiciado por “duas variáveis intervenientes: o crescimento da indústria cultural e a expansão das escolas de comunicação”.

No entanto, conforme o avançar da pesquisa que se ocupa do jornalismo – no âmbito do que podemos chamar de “campo acadêmico do jornalismo”, isto é, do espaço de “produção de conhecimento dentro das universidades” (SILVA, 2009, p. 199)² –, esse sentido largo deu vez a uma perspectiva mais estreita, qual seja, a da pesquisa aplicada como forma de ação direta na realidade, como caminho para solucionar problemas oriundos da própria prática. Isso significa não apenas uma *possibilidade* de ação decorrente do *ato investigativo*, mas de um trabalho *deliberadamente orientado* a transformações na práxis. Carlos Franciscato (2006, p. 3) argumenta que se trata de uma necessidade brotada da própria dinâmica do objeto: “o jornalismo é uma atividade social prática que necessita da pesquisa aplicada para o seu desenvolvimento”.

Assim sendo, tratar de pesquisa aplicada já resulta em bem mais do que simplesmente a possibilidade de nos valermos das conclusões de certos projetos para agir no terreno analisado. A pesquisa aplicada, aquela que “concentra-se em torno dos problemas presentes nas atividades das instituições, organizações, grupos ou atores sociais” (FLEURY; WERLANG, 2017, p. 11), é, em nosso modo de ver e no contexto de um campo que se reinventa permanentemente (RINGOOT; UTARD, 2005), caminho para aproximar *teoria e prática*, não apenas no plano do discurso, mas efetivamente e de modo a promover mudanças no jornalismo, cujos modelos hegemônicos de produção cada vez mais exibem sinais de desgaste, necessitando ser transformados, ao mesmo passo em que ações alternativas e complementares à imprensa *mainstream*, as quais têm despontado com vigor, também carecem de encontrar parâmetros para si.

Diante dessas constatações introdutórias, que poderiam nos levar a um ambicioso programa de reflexão epistêmico-metodológico sobre a pesquisa aplicada em jornalismo, alvitramos algo um tanto modesto: refletir sobre a pertinência dessa *opção* de pesquisa, a ser *identificada* já na origem do *ato investigativo*, no estágio que Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2005, p. 121) chama de “instância epistemológica”. Dito de modo mais direto, buscamos, neste ensaio, colocar em questão uma particularidade que não se deve perder de vista quando da proposição/realização de trabalhos dessa natureza: a dimensão “aplicada” não pode ser forçosamente incorporada para atender expectativas externas ao objeto, mas necessita estar em sua origem, em sua construção.

2. Gislene Silva (2009, p. 198-203) faz uma profunda discussão sobre as diferenças entre “campo profissional”, “campo científico”, “campo acadêmico” e “campo epistêmico”, a qual merece ser revisitada com atenção. Aqui, não adentraremos nessa seara, por não haver espaço suficiente e também por fugir aos nossos objetivos. Assumimos a noção de “campo acadêmico”, portanto, sem interesse em delimitar fronteiras rígidas ou avançar no debate sobre sua essência, mas para deixar claro que, ao tratar da pesquisa aplicada em jornalismo, referimo-nos à produção de conhecimento realizada em um lugar específico, isto é, o espaço universitário, que assume em suas lógicas de funcionamento as regras da ciência.

Pesquisa aplicada: aspectos essenciais

O ponto de partida para pensar as dimensões da pesquisa aplicada é considerar que ela não é sinônimo de uma pesquisa que se aproxima de certa prática ou de certo campo do conhecimento. Sua natureza vai muito além da aplicabilidade de um método a determinado fim (como, por exemplo, uma análise de conteúdo aplicada ao jornalismo cultural ou uma etnografia aplicada ao próprio jornalismo). Devemos ter claro, desde logo, que o conceito se refere à aplicação da própria pesquisa em alguma dimensão da vida real (do *locus*, por excelência, do objeto), durante seu desenrolar³.

Há certa tendência, entre os metodólogos, em bifurcar a pesquisa científica em “pura” (ou “básica”⁴) e “aplicada”. Gil (2002, p. 17), embora rejeite a oposição, por considerar que “a ciência objetiva tanto o conhecimento em si mesmo quanto as contribuições práticas decorrentes desse conhecimento”, nos oferece, em outra obra, explicação sobre cada particularidade:

A pesquisa pura busca o progresso da ciência, procura desenvolver os conhecimentos científicos sem a preocupação direta com suas aplicações e consequências práticas. Seu desenvolvimento tende a ser bastante formalizado e objetiva a generalização, com vistas na construção de teorias e leis. A pesquisa aplicada, por sua vez, apresenta muitos pontos de contato com a pesquisa pura, pois depende de suas descobertas e se enriquece com o seu desenvolvimento; todavia, tem como característica fundamental o interesse na aplicação, utilização e consequências práticas dos conhecimentos. Sua preocupação está menos voltada para o desenvolvimento de teorias de valor universal que para a aplicação imediata numa realidade circunstancial (GIL, 2008, p. 26-27).

O argumento do autor, ao criticar essa polarização, atenta ao fato de que as duas naturezas tradicionalmente colocadas não necessariamente se fecham em si mesmas. Uma pesquisa pura “pode fornecer conhecimentos passíveis de aplicação prática imediata”, assim como uma pesquisa aplicada “pode conduzir à descoberta de princípios científicos” (GIL, 2002, p. 18). Concordamos com essas ideias. E, por isso, propomos que reconhecer

3. Atrevemo-nos a dizer que a pesquisa que não promove aplicação durante seu percurso, a tempo de que o feito seja submetido à reflexão crítica, não é essencialmente aplicada, mas tão somente tem potencial de aplicabilidade.
4. Há, ainda, quem chame esse primeiro grupo de “pesquisa científica”, retirando o caráter de ciência da “pesquisa aplicada” (FLEURY & WERLANG, 2017, p. 10-11). Discordamos dessa leitura, por entendermos que, muito embora tenha finalidades para além dos limites acadêmicos, sua realização, se levada a cabo com o rigor e o ritual necessários, mantém-se enraizada em solo científico.

as especificidades da pesquisa aplicada não significa engessar suas possibilidades e tampouco a de pesquisas que não se “encaixem” nessa categoria, mas, acima disso, indicar um modo de pesquisar capaz de solucionar questões práticas (pontuais, na maioria das vezes) e, particularmente num campo como o do jornalismo, gerar produtos e processos.

Por outro lado, devemos ter cuidado para não cair na armadilha de fazer da pesquisa aplicada simplesmente uma via para geração de resultados concretos sem senso crítico, sem profundo embasamento teórico e exclusivamente em atendimento ao mercado (ambiente no qual se concentra significativa parcela da produção jornalística). Este risco, aliás, é alvo de um julgamento histórico, direcionado à corrente funcionalista das ciências sociais, que tomou lugar no campo da comunicação, quando este começou a ser desenhado no século 20. Tal paradigma tem, como uma de suas características, a realização de estudos em nível descritivo, traço advindo da tradição norte-americana e determinado por seu “caráter empirista e pragmático”, isto é, “instrumental”, a ponto de as pesquisas realizadas no âmbito dessa corrente serem consideradas “técnicas de controle social, de que lançam mão agências governamentais e empresas privadas”, conforme explica Lopes (2005, p. 56), e costumeiramente serem adjetivadas como “pesquisa administrativa”, em oposição à “pesquisa crítica” (MARTINO, 2006, p. 40).

Questionamos certos modos de ver a pesquisa funcionalista – não do ponto de vista da história da ciência, mas da apreciação de seus princípios à disposição na contemporaneidade⁵ –, por compreendermos que ela também pode se revestir de olhar crítico, não obstante o vínculo indissociável com a categorização das funções sociais, com “conceitos operacionais” que levam “à busca de relações causais entre variáveis suscetíveis de serem caracterizadas por uma variação quantitativa” (LOPES, 2005, p. 56). Mas igualmente aceitamos que, no percurso da pesquisa em comunicação – em meio à qual a pesquisa em jornalismo amadurece –, seu desenvolvimento se orientou primordialmente à simples compreensão de certos recortes e à busca por soluções imediatas. Destacamos essa peculiaridade por percebermos que a pesquisa aplicada tem o mesmo “calcanhar de Aquiles”. Com o foco em questões práticas, incorre-se no perigo de que suas feições sejam exclusi-

5. Em nossa tese de doutorado, lançamos mão do paradigma proposto por Harold Lasswell e Charles Wright, a respeito das funções dos meios de comunicação, para contemplar a organização dos gêneros jornalísticos e, em meio a eles, identificar o que particularmente nos importava: o jornalismo diversional. E o fizemos, assumida e conscientemente, sem desconsiderar a crítica aos fazeres e à própria classificação adotada, proposta por José Marques de Melo (ASSIS, 2014). Em outro trabalho, ainda discutimos como os pressupostos do funcionalismo e da teoria crítica podem ser aproximados para a apreciação desse mesmo objeto (ASSIS, 2012). Portanto, consideramos que adotar esse paradigma como parâmetro não significa necessariamente realizar pesquisa “acrítica”, mesmo porque a tradição da investigação latino-americana em comunicação se fundou sobre bases teórico-metodológicas mestiças (MARQUES DE MELO, 1991).

vamente descritivas e pouco analíticas. Kaarle Nordenstreng (2007, p. 211-212, tradução nossa), tratando sobre a expansão do “campo da pesquisa em comunicação” – que evoluiu concomitantemente aos avanços da mídia –, mostra, inclusive, que essas particularidades continuam a ser observadas, especialmente pela tendência reducionista das atenções voltadas à multiplicidade de aspectos que compõem o mercado midiático:

O campo está se afastando de suas raízes em disciplinas básicas como psicologia, sociologia e ciências políticas, e criando uma maior dependência de aspectos da realidade prática e empírica. Isso normalmente significa pesquisa aplicada segundo os termos das instituições existentes, isto é, administrativa, em vez de pesquisa crítica.

Não desconsideramos que, assim como reconhece o autor, (boa) parte do que se faz em termos de pesquisa aplicada tem a distinção de se atrelar a demandas mercadológicas, sem criticidade, sem distanciamento ou sem estabelecer tensões. Mais: nesse cumprimento, acaba-se pendendo para o resultado simplista e descritivo, que pouco permite avançar além da proposta de uma adequação ou de um novo fazer. Defendemos, no entanto, que a aplicabilidade da pesquisa pode – ou, melhor, *deve* – incorporar a crítica, a reflexão, o distanciamento e o tensionamento, em paralelo à busca por soluções. Parece-nos que essa abordagem dialética é a dinâmica mais adequada, porque pressupõe incursão empírica no objeto, isto é, “entrada” no terreno da prática, ao mesmo tempo em que considera o repertório teórico-crítico para sua apreciação e para o desenvolvimento do trabalho de investigação.

Por isso mesmo, tão importante quanto distinguir a natureza da pesquisa aplicada é assumir que sua realização exige o mesmo ritual da chamada “pesquisa pura”, não apenas no tangente ao rigor, mas também ao amparo teórico-metodológico sem o qual qualquer trabalho proposto em nada se diferenciará do que se faz (ou se pode fazer) no próprio mercado. Reivindicamos, portanto, ao termo “pesquisa aplicada” – especialmente no contexto em que projetamos nossa abordagem – a noção de que se trata de investigação que em nada deixa a desejar quanto à sua cientificidade.

Conceituando a pesquisa aplicada como “conjunto de atividades nas quais conhecimentos previamente adquiridos são utilizados para coletar, selecionar e processar fatos e dados, a fim de se obter e confirmar resultados, e se gerar impacto”, Tereza Leme Fleury e Sérgio Werlang (2017, p. 11-12) fazem uma síntese das considerações de diversos autores, apresentando-nos o seguinte esquema de qualidades:

- A pesquisa aplicada e a pesquisa científica⁶ estão imbricadas em quadros de referência comuns e uma pode alimentar a outra;
- A pesquisa aplicada pode atender a múltiplos grupos de interesse;
- A pesquisa aplicada requer rigor (na definição do problema, no desenho, na metodologia adotada, quanto à possibilidade de ser refutável, e na análise dos resultados), e relevância (que envolve impactos e outros efeitos);
- A dimensão ética é fundamental para a pesquisa aplicada;
- A pesquisa aplicada pode se valer de diferentes procedimentos metodológicos; e
- A geração de impacto da pesquisa aplicada vai além da dimensão acadêmica de divulgação do conhecimento científico, abrangendo várias outras dimensões.

Dessa lista, dois aspectos merecem destaque. O primeiro é o reconhecimento de que a pesquisa aplicada pressupõe o estabelecimento de relações com “grupos de interesse” externos ao campo acadêmico, muitas vezes em atendimento às suas necessidades e/ou aos seus interesses. Para além da necessidade de tratar essa demanda sem pender ao superficialismo, devemos atentar ao fato de que isso está intimamente ligado à questão ética, sendo também necessário tensionar tais relações ao longo de todo o processo, de modo mesmo a não comprometer a validação do trabalho realizado. Muito embora seu impacto possa (deva) ultrapassar os muros das instituições acadêmicas, é fundamental resguardar o lugar de fala do pesquisador. A pesquisa aplicada não deve servir para reproduzir o discurso do mercado ou endossar práticas viciosas. No caso do jornalismo, que historicamente padece com o embate entre “academia” e “mercado” (OLIVEIRA, 2011, p. 44-88)⁷ – sendo a aproximação dessas esferas um esforço hercúleo por parte de certas iniciativas –, é grande a possibilidade de uma incompreensão quanto à autonomia dos envolvidos nas pesquisas, e não se deve ignorá-la.

O segundo é que a pesquisa aplicada pode adotar a mais ampla gama de “procedimentos metodológicos”. Aqui, em particular, não vamos nos dedicar a tratar dessas possibilidades, em razão do pouco espaço de que dispomos⁸, mas cabe a advertência de

6. Nota do autor: observe-se que Fleury e Werlang fazem parte do grupo que assume o posicionamento de separar a natureza da pesquisa em “científica” e “aplicada”, como destacado anteriormente.

7. Michelle Roxo de Oliveira (2011), em tese de doutorado sobre a produção da identidade dos jornalistas brasileiros a partir do processo formativo propiciado pelo sistema universitário, dedica parte da discussão aos embates suscitados entre esses dois lugares de fala, constatando as disputas pela legitimação que ambos têm travado ao longo de décadas.

8. Carlos Franciscato (2006) e Denis Renó (2014) avançam, cada um a seu modo, no levantamento dos métodos que percebem ser apropriados à pesquisa aplicada nos domínios do jornalismo e da comunicação, mas ambos os roteiros não devem ser lidos como receita pronta, e sim como sugestões a serem oportunamente consideradas. Além dessas contribuições, sinalizamos que a “pesquisa-ação” e a “pesquisa de intervenção” também demonstram ser alternativas metodológicas. Sobre suas possibilidades, ver, respectivamente, as considerações de Michel Thiollent (2011) e de Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2009).

que o(s) método(s) e a(s) técnica(s) devem ser adotados sempre em conformidade com o objeto construído na fase inicial da pesquisa e essencialmente se valer da empiria, uma vez que a aplicabilidade demanda contato com o mundo real, isto é, com a realização de “trabalho de campo”, por meio do qual o pesquisador “entra em interação com os fenômenos sob estudo em seu contexto natural” (LOPES, 2010, p. 41). Deve-se, portanto, identificar a necessidade apresentada pelo objeto para, enfim, decidir qual caminho seguir e que instrumentos utilizar no esforço de solucionar o problema definido.

No rastro dessas colocações, queremos, ainda, reforçar ideia antes esboçada: a pesquisa aplicada tem condições de ser realizada em torno de uma perspectiva crítica. Não há nada em sua epistemologia que reivindique o contrário. Isto, aliás, só reforça, no caso brasileiro, uma tendência. A tradição da pesquisa em comunicação na América Latina sempre combinou “paradigmas norte-americanos aos postulados europeus e adaptando-os às condições peculiares às nossas sociedades e às nossas culturas”, assumindo-se mestiça e superando “as dicotomias entre metodologias quantitativas e qualitativas, entre pesquisa crítica e pesquisa administrativa” (MARQUES DE MELO, 1991, p. 201). Logo, produzir conhecimento apto a alterar parte da realidade combinando diferentes perspectivas, além de reforçar a identidade da pesquisa em nosso continente, dá ênfase ao seu caráter científico, ao mesmo tempo em que não o afasta de propósitos oriundos do mercado ou de outros espaços em que se dão as práticas (no caso aqui discutido, as jornalísticas).

As demandas do jornalismo

Cabe aqui uma pergunta: quando é pertinente realizar pesquisa aplicada em jornalismo? A indagação está intimamente relacionada aos fundamentos que validam a pesquisa aplicada. Sua realização é pertinente quando as situações da vida real demonstram necessidade de ações sobre elas, seja de modo a modificar seus rumos, seja complementando o que já existe ou criando algo novo, em substituição. O olhar – mas não qualquer olhar, como veremos no tópico seguinte – ao cenário em que o jornalismo se desenvolve, portanto, é que irá permitir o reconhecimento de que a aplicabilidade se faz necessária.

Desse modo, tão importante quanto não perder de vista o amparo teórico que conduzirá à crítica da realidade – que, insistimos, deve ser componente da pesquisa aplicada – é lançar olhar apurado à dinâmica do jornalismo. Na contramão de Nordenstreng – que se viu há pouco –, Franciscato (2006, p. 3) afirma que há certa tendência, entre os pesquisadores do campo específico de que estamos tratando, em se prender mais aos pressupos-

tos dos campos afins, das “disciplinas humanísticas fundadoras de quadros conceituais”, do que ao “foco principal”, isto é, às “questões conceituais específicas do jornalismo”. O tema de fundo posto pelo autor é a autonomia do campo acadêmico que se ocupa, por excelência, do jornalismo, no qual estão inseridos seus pesquisadores. Não obstante essa discussão desvie dos nossos interesses, dela tiramos a percepção de que a pesquisa aplicada em jornalismo: 1) requer *também* considerar fundamentos próprios, alguns deles originados no próprio campo profissional, de modo que possam ser tensionados com outras proposições teóricas; 2) esbarra em muitos entraves e desafios, inclusive o de romper com uma cultura colocada há décadas e que é responsável por distanciar academia e mercado.

De fato, levantamentos – embora não muito recentes – revelam uma baixa adesão a pesquisas dessa natureza. Anelise Rublescki (2010, p. 200), por exemplo, analisou 231 textos sobre jornalismo apresentados em congressos brasileiros entre 2006 e 2007⁹, chegando à conclusão de que, desse montante, “apenas quatro podem ser considerados pesquisa aplicada (1,8%)”. Elias Machado (2014, p. 27), por sua vez, observou 57 trabalhos expostos exclusivamente no GT Estudos de Jornalismo da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós), entre 2000 e 2005, também anotando que a incidência da pesquisa aplicada nesse grupo é residual, correspondendo a 4%.

Os dados devem ser lidos com cautela, uma vez que se referem ao contexto de mais de uma década atrás. Todavia, não deixam de chamar a atenção e a suscitar questionamentos sobre o porquê desse panorama. Uma série de razões poderia ser apontada como motivos, principalmente as de natureza econômica. Afinal, a produção de conhecimento é dependente das suas condições de produção, o que inclui financiamento. Fazer pesquisa aplicada é algo dispendioso, e para tanto necessitaria de recursos do próprio mercado destinados a esse fim, uma vez que direcionar verba pública para solucionar questões do setor produtivo pode, em certos casos, incidir em impasse ético e confundir interesses. É uma conta difícil de fechar. Não por acaso, Rublescki (2010, p. 201) percebeu que, no *corpus* por ela considerado, “os artigos apresentados de cunho aplicado eram projetos acadêmicos, sem interfaces com empresas jornalísticas ou de qualquer outro segmento do mercado”.

Eduardo Meditsch (2004, p. 99) defende que esse distanciamento é menos “culpa” do mercado do que da academia. Em seu modo de ver, a “indústria poderosíssima” existente em torno do jornalismo

9. A autora considerou o seguinte *corpus*: 80 trabalhos apresentados no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2007, especificamente no NP Jornalismo; 113 trabalhos apresentados no Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, em 2006; e 20 trabalhos apresentados nas edições de 2006 e 2007 do Encontro Anual da Compós, especificamente no GT Estudos de Jornalismo.

há algum tempo tem buscado o apoio da universidade para a solução de seus problemas, sem encontrar interlocutor interessado ou capacitado para essas parcerias. As empresas se deram conta de que a profissão já não pode se produzir “na prática” como antigamente; a mutação cultural, social e tecnológica obriga a uma compreensão científica do que está ocorrendo. [...] Mas a universidade não tem assumido o seu papel em nosso campo, porque não conseguimos ser uma “ciência social aplicada” como deveríamos. E não conseguimos porque somos um campo colonizado intelectualmente. Não apenas colonizados em termos culturais [...], mas também colonizados enquanto disciplina, pois somos controlados ideologicamente pela área de ciências humanas, que também não é a nossa.

Particularmente, temos ressalvas a essa consideração. Como já sinalizamos, o embate entre “academia” e “mercado” no contexto do jornalismo é histórico, cimentado basicamente na percepção de que o saber jornalístico é oriundo da própria prática, sendo ali mesmo revisitado e aprimorado no correr do tempo. Além disso, nossa própria experiência no diálogo com as empresas jornalísticas é reveladora de que há muito a se fazer no sentido de romper a barreira que separa os dois setores, principalmente no que diz respeito às empresas integrantes da chamada “grande imprensa” ou “grande mídia”. O interesse da maioria delas pelas contribuições que a academia pode oferecer é ainda de ordem técnica – especialmente no tangente ao desenvolvimento e ao aperfeiçoamento de suportes e sistemas (MACHADO, 2003, p. 44-48) – e direcionado a outros campos do conhecimento, havendo pouca demonstração de interesses em pesquisas que possam agir em seus modos de produção e no conteúdo gerado.

De qualquer modo, reconhecemos que é forte entre os autores a ideia de que a autonomia desse campo só seria possível mediante seu desprendimento das ciências humanas, e aí sim se abriria uma via significativa para realização de pesquisas aplicáveis ao ambiente profissional. Como não é nosso intuito nos estender nesse particular por ora, deixaremos essa agenda para discussão futura, sendo oportuno apenas destacar que a pesquisa empírica em jornalismo não deve se restringir apenas à dimensão da técnica, da busca por inovações tecnológicas ou da proposição de novos aparatos (plataformas, aplicativos, recursos multimídia, etc.). Defendemos que, em seu rol de interesses, devem estar objetos que digam respeito aos processos jornalísticos (questões relacionadas a fazeres, arranjos de trabalho, rotinas, linguagens, narrativas, etc.), alguns dos quais já esboçados por Franciscato (2006, p. 9-11). A pesquisa aplicada tem muito a contribuir com essas dimensões.

A construção do objeto na pesquisa aplicada em jornalismo

Enfim, chegamos à espinha dorsal de nosso ensaio. Nossa preocupação em discutir esse particular nasce com o acompanhamento de uma demanda emergente no âmbito acadêmico do jornalismo (e da comunicação, de modo mais amplo), a qual decorre da criação, desde 2013¹⁰, de programas de pós-graduação stricto sensu (PPGs) na modalidade “profissional”, alguns deles especificamente voltados ao jornalismo. O último documento divulgado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), destinado a estabelecer regras para a avaliação dos programas criados nos limites da área Comunicação e Informação¹¹ – referente ao quadriênio 2013-2016 –, indica que um dos aspectos a serem considerados pelos mestrados profissionais é justamente a “aplicabilidade” das pesquisas realizadas pelos professores e dos trabalhos de conclusão de curso desenvolvidos pelos alunos. Nos termos do próprio documento, tem-se que a avaliação dos PPGs dessa modalidade considera se o corpo docente é “formado por doutores, profissionais e técnicos com experiência em pesquisa aplicada ao desenvolvimento e à inovação” (BRASIL, 2016, p. 13), bem como se ocupa de verificar a “aplicabilidade do trabalho de mestrado desenvolvido [pelo corpo discente] junto a setores não acadêmicos, órgãos públicos/privados, etc.” (BRASIL, 2016, p. 14).

O órgão governamental responsável por regulamentar a pós-graduação brasileira demonstra visível interesse em que os mestrados profissionais – e, futuramente, os doutorados profissionais¹² – desenvolvam pesquisas avançadas capazes de intervir no setor produtivo e de contribuir com o desenvolvimento e a inovação do país. Não nos cabe, aqui, questionar essas intenções, mas reconhecê-las como o germe da nossa discussão. Ocorre que, na ânsia por cumprir com a exigência colocada, professores e alunos acabam por acreditar, muitas vezes, que quaisquer projetos podem ser “adaptados” e se tornarem aplicáveis. Cria-se, com isso, uma leitura distorcida, resultando em uma espécie de *fraude epistemológica*, que busca elevar certas pesquisas a um status ao qual não pertencem. Como se um documentário audiovisual a acompanhar uma dissertação sobre práticas profissionais ou um livro-reportagem sobre como jornalistas lidam com certa lingua-

10. O primeiro programa profissional da área que a Capes hoje denomina Comunicação e Informação foi o Mestrado Profissional em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), cujas atividades foram iniciadas em 2013.

11. Em 15 dezembro de 2016, a Capes alterou o nome da área até então denominada Ciências Sociais Aplicadas 1, passando a chamá-la de Comunicação e Informação.

12. A portaria n° 389, de 23 de março de 2017, do Ministério da Educação, instituiu, no âmbito da pós-graduação stricto sensu do país, a modalidade de doutorado profissional.

gem, em uma dissertação sobre narrativas, fossem suficientes para tais pesquisas serem consideradas aplicadas. Esses exemplos nada mais são do que “apêndices” – desnecessários, inclusive –, que não se vinculam à natureza da pesquisa aplicada e só se realizam *pro forma*, no (pseudo)atendimento ao que se exige dos programas profissionais. Daí, portanto, nosso alerta.

Construir um objeto para a pesquisa requer, em sua efetivação, romper com a ilusão ofertada pela aparência, o que só se faz com aquilo que Gaston Bachelard chama de “vigilância epistemológica” e que Pierre Bourdieu, Jean-Claude Chamboredon e Jean-Claude Passeron (2015, p. 23) reconhecem como uma imposição para separar “opinião comum” e “discurso científico”. Isso significa que é responsabilidade do pesquisador distanciar-se adequadamente do “objeto real” e observá-lo a partir de “olhar teórico”, para, enfim, por meio desse tensionamento, fazer as escolhas necessárias para o desenvolvimento de seu trabalho (e, no caso de que estamos tratando, para poder formular proposta que seja realmente aplicada). Lopes (2005, p. 122), ao situar a “construção do objeto científico” como “segunda operação epistemológica da pesquisa”¹³, nos recorda algo essencial: essa construção “parte da crítica ao empirismo grosseiro, uma vez que o objeto é tido como um sistema de relações expressamente construído. [...] O objeto é produzido ao longo de um processo de objetivação...”.

A crítica ao empirismo de que nos fala a autora deve estar inserida também na pesquisa aplicada, assim como nela deve haver questionamentos acerca do objeto, pois “o real nunca toma a iniciativa, uma vez que só pode responder se interrogado” (LOPES, 2005, p. 122). Portanto, é ao questionar o que se apresenta em situações da vida real – e que envolvem o jornalismo, no recorte aqui destacado – que irá se abrir o caminho para o desenvolvimento de investigações com potencial verdadeiramente aplicável e, ao mesmo tempo, crítico. Renuncia-se, assim, ao chamado “empirismo ingênuo”, aquele que “não reconhece a dependência que a observação tem da teoria e considera possível a apreensão direta do dado empírico pela percepção”, conforme traduz Regina Rossetti (2010, p. 75).

Quando falamos em “construção do objeto científico”, indicamos não apenas o “objeto real”, mas toda a estrutura a partir da qual a pesquisa será desenvolvida e que pressupõe bem mais do que “escolher um tema”, um “recorte da realidade”, mas “envolve todo um enfrentamento, no qual as escolhas feitas, a própria percepção inicial sobre as coisas, são já elementos do processo construtivo”, segundo avalia José Luiz Braga (2011, p. 11). Por conta disso, a aplicabilidade deve, já no princípio, ser tomada como tônica.

13. A “primeira operação” é a “ruptura epistemológica entre o objeto científico e o objeto real ou concreto” (LOPES, 2008, p. 121).

Também havemos de dizer, junto com Braga (2011, p. 11), que “o ‘problema de pesquisa’ não se esgota na ‘pergunta de partida’. Envolve ainda os objetivos, as justificativas da abordagem proposta, suas articulações com o trabalho de observar e seus tensionamentos com a teoria”. A arquitetura da pesquisa aplicada precisa ter em conta todos esses elementos, orientando-os à sua natureza, de modo que as etapas seguintes à problematização não se vejam fragilizadas ou distanciadas de sua essência.

Franciscato (2006, p. 11-12) lembra, ainda, que há diferentes tipos de problema. No caso da pesquisa aplicada, por suas características, a formulação a ser feita consiste em um “problema de ação”, o qual revela “um campo de ação onde determinados conhecimentos sejam aplicados com êxito”. Acrescenta o autor:

Formular um “problema de ação” em jornalismo significa desenvolver pesquisa aplicada na qual sua construção seja partilhada entre pesquisador e membros do ambiente da atividade jornalística. A formulação do problema pressupõe, então, que as questões relevantes a guiar o pesquisador no seu trabalho respondam a preocupações tanto do pesquisador acadêmico quanto dos atores do mundo profissional. Competirá ao pesquisador tornar as preocupações de ordem prática desses atores, baseadas no senso comum de sua vivência na atividade, em um problema científico.

Diferentemente do que se pode presumir, especialmente por alunos ingressantes na pós-graduação, a construção do objeto não é algo simples, porque requer considerar vários aspectos – os quais previamente expusemos –, de modo consciente. O alicerce da pesquisa aplicada só se vê sólido quando há correta articulação das relações entre pesquisador, campo acadêmico e campo profissional. O último elemento dessa tríade não necessariamente é representado pelo que chamamos de “mercado”, mas só faz sentido a noção de aplicabilidade, destacada ao longo da discussão, se ela estiver estribada em práticas reais, quer já existentes, quer “experimentais” (FRANCISCATO, 2006, p. 5) e que possam ser implantadas de algum modo. As inquietações relacionadas às demandas que se colocam no campo acadêmico, como as que os mestrados profissionais devem atender, precisam ser aproximadas de inquietações oriundas da prática. Só assim, e em constante “vigilância epistemológica” – a considerar a criticidade e o distanciamento não apenas no estágio inicial da pesquisa, mas em todo o seu percurso –, é que podemos, de fato, promover pesquisas que ofereçam contribuições capazes de transformar o jornalismo.

Para finalizar

As atenções dos pesquisadores em jornalismo à pesquisa aplicada – que não se encerram apenas nos mestrados profissionais, mas também se percebem em programas de pós-graduação *stricto sensu* classificados como “acadêmicos”, em outros níveis de formação (como graduação e pós-graduação *lato sensu*) e até em associações científicas¹⁴ – nos indicam que, em razão das circunstâncias, esse modo específico de produzir conhecimento tende a se fortalecer e a cada vez mais ser compreendido como caminho possível. Por isso mesmo, exige atenção para desviar dos equívocos já apontados.

Como vimos, toda pesquisa implica em tomar decisões, em optar. As escolhas presumidas, entretanto, não podem ser exclusivamente individuais ou institucionais, mas necessitam, acima de tudo, respeitar o movimento dialético de vislumbrar possibilidades (soluções), ao mesmo tempo em que se faz a crítica. Caso contrário, a pesquisa aplicada nada mais será do que uma pretensa validação acadêmica de interesses previamente esboçados pelo mercado, incorrendo no erro maior de reforçar práticas jornalísticas perniciosas ou, no mínimo, de fazer crer que a aplicabilidade da pesquisa acadêmica redunde em algo que ela não é.

Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal. O lugar do jornalismo na Comunicação. **Líbero**, São Paulo, ano 9, n. 17, p. 51-62, jun. 2006.

ASSIS, Francisco de. **Jornalismo diversional: função, contornos e práticas na imprensa brasileira**. 2014. 444 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2014.

_____. Contribuições do funcionalismo e da teoria crítica para os estudos sobre gêneros jornalísticos. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 215-233, 2º sem. 2011.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

14. Em 2018, a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) acrescentou a categoria “Pesquisa Aplicada” ao Prêmio Adelmo Genro Filho de Pesquisa em Jornalismo, concedido, anualmente e desde 2004, aos melhores trabalhos sobre jornalismo realizados em instituições de ensino superior brasileiras e a pesquisadores renomados.

_____.; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. **Ofício de sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia**. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-Compós**, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011.

BRASIL. Ministério da Educação, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, Diretoria de Avaliação. **Documento de Área: Ciências Sociais Aplicadas 1**. Brasília, 2016. 19 p.

FLEURY, Tereza Leme; WERLANG, Sérgio R. C. Pesquisa aplicada: conceitos e abordagens. **GV Pesquisa – Anuário de Pesquisa 2016-2017**, São Paulo, n. 5, p. 10-15, 2017.

FRANCISCATO, Carlos. Considerações metodológicas sobre a pesquisa aplicada em jornalismo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 4., Porto Alegre, 2006. **Anais...** Brasília: SBPJor, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Reflexividade e relacionismo como questões epistemológicas na pesquisa empírica em comunicação. In: BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MARTINO, Luiz Claudio (Orgs.). **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010. p. 27-49.

_____. Pesquisa e gestor: proposta de um modelo metodológico para a pesquisa de intervenção. In: BACCEGA, Maria Aparecida; COSTA, Maria Cristina Castilho (Orgs.). **Gestão da comunicação: epistemologia e pesquisa teórica**. São Paulo: Paulinas, 2009. p. 83-100.

_____. **Pesquisa em comunicação**. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

MACHADO, Elias. Limitações metodológicas na pesquisa em jornalismo: um estudo dos trabalhos apresentados no GT de Jornalismo da Compós (2000-2010). **Pauta Geral – Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 1, n. 1, p. 26-42, jan./jul. 2014.

_____. Jornalismo. In: MARQUES DE MELO, José (Org.). **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 91-105.

_____. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

MARQUES DE MELO, José. Pensamento jornalístico: a moderna tradição brasileira. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 15-40, jul./dez. 2007.

_____. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. Paradigmas da Escola Latino-Americana de Comunicação. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 2, n. 2, p. 188-203, jul./dez. 1999.

MARTINO, Luiz C. Abordagens e representação do campo comunicacional. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 3, n. 8, p. 33-54, nov. 2006.

MEDITSCH, Eduardo. Estudos em jornalismo. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 27, n. 2, p. 93-107, jul./dez. 2004. Entrevista concedida a Carlos A. de Carvalho Moreno.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiocêntrico e sociocêntrico. **EPITIC – Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, São Cristóvão, v. 12, n. 1, jan./abr. 2005.

NORDENSTRENG, Kaarle. Discipline or field? Soul-searching in communication research. **Nordicom Review**, Göteborg, v. 28, p. 211-222, 2007.

OLIVEIRA, Michelle Roxo de. **Sobre fronteiras no jornalismo: o ensino e a produção da identidade profissional**. 2011. 383 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2011.

RENÓ, Denis. Pesquisa aplicada em comunicação: uma tendência necessária. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 36, n. 1, p. 7-30, jul./dez. 2014.

RINGOOT, Roselyne; UTARD, Jean-Michel (Orgs.). **Le journalisme en invention: nouvelles pratiques, nouveaux acteurs**. Rennes: PUF, 2005.

RUBLESCKI, Anelise. Pesquisa em jornalismo: produção e uso de informação nos artigos apresentados em congressos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, ano 7, n. 1, p. 197-211, jan./jun. 2010.

SILVA, Gislene. De que campo do jornalismo estamos falando? **MATRIZES**, São Paulo, ano 3, n. 1, p. 197-212, ago./dez. 2009.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 18. ed. São Paulo: Cortez, 2011.