

# **PESQUISA APLICADA EM JORNALISMO NO BRASIL: A PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA REDE JORTEC/SBPJOR**

*APPLIED RESEARCH IN BRAZILIAN JOURNALISM STUDIES: SCIENTIFIC COMMUNICATIONS OF THE JORTEC NETWORK*

*INVESTIGACIÓN APLICADA EN PERIODISMO EN BRASIL: LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA DE LA RED JORTEC/SBPJOR*

Marcelo Träsel<sup>1</sup>  
João Mário Trindade do Prado<sup>2</sup>

## **Resumo**

O desenvolvimento de produtos e processos inovadores sempre foi um dos papéis da academia, mas, no contexto de convergência de mídias e crise do jornalismo ensejado pelo processo de digitalização da sociedade, o tema ganhou proeminência nos estudos do jornalismo brasileiro. O presente artigo se debruça sobre a produção da Rede de Pesquisa Aplicada em Jornalismo e Tecnologias Digitais (JorTec), um fórum da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), dedicado ao desenvolvimento de pesquisas aplicadas. O objetivo foi realizar um diagnóstico desse tipo de empreendimento científico no país. Por meio de uma combinação de análise quantitativo-qualitativa e de análise de conteúdo, foi possível sistematizar os principais temas de interesse desse grupo de pesquisadores. Além disso, verificou-se uma baixa proporção (15,4%) de experimentos em comparação a pesquisas bibliográficas (32,7%) e descritivas (51,8%).

**Palavras-chave:** jornalismo; inovação; tecnologia; digital; análise de conteúdo.

## **Abstract**

The development of innovative products and processes has always been one of the roles of academia, but in the context of media convergence and the crisis in journalism caused by the digitalization of society, the topic has gained prominence in Brazilian journalism studies. This paper looks at the output of the Applied Research Network in Journalism and Digital Technologies (JorTec), a forum of the Brazilian Association of Journalism Researchers (SBPJor) dedicated to the development of applied research. The aim was to carry out a diagnosis of this type of scientific endeavor in the country. Through a combination of quantitative-qualitative analysis and content analysis, it was possible to systematize the main topics of interest to this group of researchers. In addition, a low proportion (15.4 percent) of experiments was found compared to bibliographical (32.7 percent) and descriptive (51.8 percent) research.

**Keywords:** journalism; innovation; technology; digital; content analysis

## **Resumen**

El desarrollo de productos y procesos innovadores siempre ha sido uno de los papeles de la academia, pero en el contexto de convergencia de medios y crisis del periodismo creado por el proceso de digitalización de la sociedad, el tema ganó prominencia en los estudios del periodismo brasileño. El presente artículo se centra en la producción de la Red de Investigación Aplicada en Periodismo y Tecnologías Digitales (JorTec), un foro de la Asociación Brasileña de Investigadores en Periodismo (SBPJor), dedicado al desarrollo de investigaciones aplicadas. El objetivo es realizar un diagnóstico de ese tipo de emprendimiento científico en el país. Mediante

<sup>1</sup> Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo - UFRGS, mestre e doutor em Comunicação Social no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professor de ciberjornalismo na graduação em Jornalismo da Fabico e na linha de pesquisa Redes Sociais, Interações e Sociabilidades do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS. E-mail: marcelo.trasel@ufrgs.br.

<sup>2</sup> Jornalista Graduado em Comunicação Social com enfoque em Jornalismo pelo Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia da Universidade Federal do Amazonas (ICSEZ/UFAM). Presta serviços de Assessoria de Comunicação para a Prefeitura Municipal de Manicoré, por meio de agência de publicidade. E-mail: joaomariotrindadedoprado@gmail.com.

una combinación de análisis cuantitativo-cualitativo y de análisis de contenido, fue posible sistematizar los principales temas de interés de ese grupo de investigadores. Además, se comprobó una baja proporción (15,4%) de experimentos en comparación con las investigaciones bibliográficas (32,7%) y descriptivas (51,8%).

**Palabras clave:** periodismo; innovación; tecnología; digital; análisis de contenido.

## 1 Introdução

Pesquisadores brasileiros vêm empenhando esforços, nas últimas duas décadas, para ampliar a pesquisa aplicada e propor inovações na área do jornalismo (Martins, 2020; Franciscato, 2022). Por exemplo, Guerra (2016), por meio do projeto Qualijor, desenvolve sistemas de gestão de qualidade no jornalismo que não apenas oferecem soluções técnicas, mas também implicam em inovações organizacionais e sociais. Santos vem construindo um programa consistente de inovação no laboratório LabCom, criando aplicativos para geração de textos jornalísticos com base em inteligência artificial, para inserção de recursos interativos em conteúdo de TV digital, entre outros (Santos, 2013; Saad; Santos, 2023). Lima Junior (2011), primeiro coordenador da Rede JorTec, produziu *software* para o monitoramento da ação de robôs em redes sociais.

O contexto no qual a pesquisa aplicada em jornalismo recebeu essa atenção é o do desenrolar dos processos de digitalização (Negroponte, 1995) e convergência (Jenkins, 2009) de mídias, que, em tese, facilitariam a experimentação, ao reduzirem os custos para a circulação e, em alguns casos, para a produção de informação. Enquanto a edição de produtos impressos ou audiovisuais demandava um investimento significativo de tempo e dinheiro, os produtos digitais de qualidade profissional apresentam custos relativamente baixos em termos de insumos e serviços para o desenvolvimento e manutenção de sua infraestrutura.

Se a impressão de algumas centenas de exemplares de um jornal custa milhares de reais e a edição de um documentário exige a aquisição de *hardware* ou *software* de alto valor, um *website* pode ser criado com ferramentas gratuitas disponíveis e publicado por uma quantia irrisória, ou mesmo gratuitamente. Além disso, a telefonia móvel e aplicativos de comunicação ou produtividade via internet permitem reduzir ou prescindir de um espaço físico para a redação, com suas despesas em aluguel, energia, mobiliário, serviços terceirizados, entre outros. Evidentemente, mão de obra, deslocamento, alimentação, levantamento de documentos em cartórios e outros custos associados à apuração jornalística são os mesmos e seguem apresentando uma barreira econômica importante, mas, no geral, a digitalização facilita os experimentos com formatos noticiosos e processos editoriais nas diferentes linguagens.

Nesse cenário, esperar-se-ia um aumento na experimentação e na inovação, tanto no setor privado quanto na academia. Elias Machado, lembrando a presença do termo “aplicada” no nome da área à qual a Comunicação se submete, defendeu a prioridade para esse tipo de pesquisa no início do milênio:

No nosso caso, em que estamos situados no campo das Ciências Sociais Aplicadas, a quase inexistência deste tipo de pesquisa somente revela o quanto deveríamos avançar para constituirmos condições aceitáveis de pesquisa, em que, como área, fôssemos capazes de atender às demandas da sociedade, seja pelo conhecimento teórico, seja pelo desenvolvimento de tecnologia de ponta (Machado, 2005).

Entretanto, passados quase 20 anos desde que o então presidente, da recém-formada, Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) lamentou a raridade de pesquisas focadas no desenvolvimento e experimentos com novas tecnologias nos programas de pós-graduação em Comunicação e laboratórios de pesquisa em jornalismo, a criação de novos processos e produtos segue incipiente nas universidades brasileiras. Um dos principais desafios para o desenvolvimento da pesquisa aplicada no Brasil – e na área da Comunicação em particular – é o financiamento:

Enquanto as pesquisas básicas, em nosso caso, se realizam nas universidades e, especialmente nas áreas de Humanas e Sociais, atreladas ao sistema nacional de pós-graduação, as pesquisas aplicadas implicam na parceria com o setor produtivo/industrial. No caso da Comunicação e do Jornalismo, especialmente com as empresas de mídia, que entrariam com os recursos para sustentar estes empreendimentos científicos (Martinez; Lago; Iuama; 2022, p. 5).

Franciscato (2022) argumenta que essa seara de investigação ainda se encontra embrionária, não apenas nos estudos de Jornalismo ou Comunicação, mas também na Sociologia e outras disciplinas da área das Sociais Aplicadas. Sintoma disso seria a fragilidade das definições do conceito em trabalhos científicos, que no geral apresentam uma “ausência de definições mais densas sobre a pesquisa aplicada, de reflexões metodológicas, de discussões e aprimoramento dos procedimentos operacionais” (Franciscato, 2022, p. 5). Em vez disso, muitos textos se debruçam mais longamente sobre o conceito de inovação. O próprio Franciscato vem se dedicando a desenvolver uma compreensão de inovação a partir de uma perspectiva própria do jornalismo.

Storsul e Krumsvik (2013) apontam a cultura empresarial como uma das influências mais relevantes sobre a inovação em empresas de mídia e identificam quatro dimensões comuns, nas quais esses esforços podem ser percebidos: produto, processo, posição e paradigma. Inovações em produtos incluem a adoção de novas tecnologias, como

*smartwatches* e câmeras 360°, novos serviços, como inteligências artificiais generativas e provedores de imagens por satélite, ou novos formatos jornalísticos, como a checagem de fatos. Inovações em processos podem se dar por meio de aprimoramentos na maneira pela qual produtos e serviços são criados – por exemplo, equipando repórteres com *smartphones* para a realização de jornalismo móvel, ou atraindo o público para iniciativas de *crowdsourcing* na apuração de notícias. Uma posição inovadora poderia ser a mudança na imagem de uma empresa ou de seus produtos e serviços, por meio da revisão de políticas editoriais ou de esforços de propaganda, para atender novas audiências – exemplificadas pela criação de novas editorias dedicadas a assuntos de interesse público, como o aquecimento global. Quanto aos paradigmas, as inovações acontecem no âmbito da cultura organizacional, como no caso editoras de impressos que abandonam o papel e passam a operar apenas no ciberespaço.

Alexandre e Aquino (2021) enxergam o interesse em inovação como uma reação à crise econômica, deontológica e cultural (Henn; Oliveira, 2015; Christofolletti, 2019) pela qual o jornalismo vem passando com a instauração da sociedade em rede: “a academia possui potencial para o desenvolvimento de projetos inovadores, pois é um ambiente favorável à experimentação e à transdisciplinaridade” (Alexandre; Aquino, 2021, p. 5). Isentos das pressões mercadológicas por audiência e lucros, professores, estudantes e outros membros do sistema acadêmico poderiam se dedicar a testar diferentes abordagens para os problemas comunicacionais da sociedade e das empresas de mídia.

Uma das respostas ao debate sobre a necessidade de mais pesquisa aplicada, iniciado duas décadas atrás, foi a criação da Rede de Pesquisa Aplicada em Jornalismo e Tecnologias Digitais (JorTec), no ano de 2007 (Lima Junior, 2015), tendo como foco a produção de pesquisa aplicada que visa a experimentação e criação de inovações tecnológicas digitais nos processos de captação, produção, empacotamento, transmissão e distribuição de conteúdo jornalísticos nas convergentes plataformas comunicacionais.

Em 2008, durante o 6º Encontro da SBPJor, realizado na Universidade Metodista de São Paulo, a Rede JorTec organizou sua primeira sessão coordenada, um modelo de comunicações científicas, no qual dois pesquisadores plenos propõem uma ementa específica e realizam uma avaliação própria das submissões. A meta estratégica desse tipo de mesa é qualificar o debate, ao reunir pessoas com um interesse em um aspecto definido da pesquisa em jornalismo, além de reforçar a criação de vínculos e fomentar a cooperação. Atualmente, apenas redes de pesquisa acreditadas pela SBPJor podem propor sessões coordenadas. Nos 16

anos, desde sua criação até 2023, a Rede JorTec realizou 37 sessões coordenadas no âmbito dos encontros anuais da SBPJor.

Em princípio, as sessões coordenadas da Rede JorTec seriam o *locus* por excelência para se encontrar pesquisas aplicadas em jornalismo realizadas por acadêmicos brasileiros. O objetivo desse artigo é apresentar um balanço dos trabalhos apresentados por pesquisadores dessa rede nos encontros da SBPJor, por meio de uma análise quantitativa e qualitativa dos metadados dos artigos, no intuito de compreender a evolução e o estado atual desses esforços científicos.

## 2 Metodologia

A SBPJor oferece em seu website os anais dos encontros da associação a partir de 2012, pois anteriormente os trabalhos ficavam registrados apenas em mídia física, como livro de resumos e CD-ROM. Esse estudo levou em conta os artigos apresentados nas mesas coordenadas da Rede JorTec realizadas entre 2012 e 2023, excetuando aqueles pertinentes aos encontros de 2016 e 2017, cujos anais estão indisponíveis devido a problemas técnicos. Além disso, apenas três dos artigos apresentados no 10º Encontro da SBPJor, realizado em 2012, estão acessíveis nos anais eletrônicos. No total, foram coletados 110 artigos apresentados em comunicações coordenadas organizadas pela Rede JorTec, totalizando 23 mesas completas, ou 62% das 37 realizadas até o ano de 2023.

Os dados foram organizados em uma planilha eletrônica contendo os atributos ano, número da comunicação coordenada, título, autor, instituição, palavras-chave e resumo. Tabelas dinâmicas foram criadas para sistematizar informações como os autores, instituições e palavras-chave mais frequentes, bem como a variação no número de apresentações por ano. A seguir, foram usadas ferramentas capazes de calcular a correlação e a colocação entre termos, além do gerador de tópicos baseado em Análise Latente de Dirichlet (LDA), disponíveis no aplicativo Voyant Tools. Essa abordagem é semelhante às de Stuart e Botella (2009), Hetenyi, Lengyel e Szilasi (2019) e Stumpf, Volcan, Soares (2023).

Em uma primeira etapa, os aplicativos foram usados para apresentar frequências, co-ocorrências e extrair tópicos do *corpus*. Em uma segunda etapa, os títulos e resumos foram analisados pelos autores do estudo, seguindo as orientações de Sampaio e Lycarião (2021) para análise de conteúdo, e classificados dentro de uma das três categorias propostas por Carvalho *et al.* (2023): pesquisa bibliográfica, descritiva e experimental.

Na pesquisa bibliográfica seleciona trabalhos de reflexão teórica, epistemológica ou de crítica sobre conceitos ou objetos jornalísticos, realizados a partir da leitura de publicações científicas. A pesquisa descritiva visa estudos que analisam objetos jornalísticos a partir de um ponto de vista teórico e lançando mão de instrumentos como estudos de caso, estudos comparativos, análises de conteúdo, entrevistas, questionários, entre outros. Já a pesquisa experimental busca por experiências cujo objetivo é aplicar teorias a problemas práticas do jornalismo, desenvolvendo novos processos de apuração, edição e circulação, ou novos produtos e ferramentas.

Após a codificação por parte dos autores, os resultados foram comparados com as codificações presentes no repositório do Observatório da Pesquisa Aplicada em Jornalismo no Brasil (OPAJor), quando estavam disponíveis. No entanto, apenas seis trabalhos foram analisados por ambos os grupos, portanto a comparação não foi capaz de validar os resultados de nenhuma das duas classificações.

### **3 Resultados**

Em média, as comunicações coordenadas da Rede JorTec reuniram 11 artigos por encontro da SBPJor (o ano de 2012 foi eliminado do cálculo devido à ausência de vários dos trabalhos nos anais). Os encontros de 2020 e 2021 viram um desvio significativo dessa média, com 17 e 18 trabalhos apresentados, respectivamente, o que pode ser explicado pelo fato de o evento ter sido realizado em formato *on-line*, devido à pandemia da covid-19. No ano seguinte, 2022, o encontro da SBPJor foi realizado em Fortaleza (CE) e o número de trabalhos retornou à tendência central, com nove apresentações.

Dentre as dez instituições de ensino superior com maior participação nas mesas da Rede JorTec, a Universidade Federal de Santa Catarina é a predominante, com quase um quarto dos 110 artigos coletados (Tabela 1). A Universidade de Brasília ficou na segunda posição, com 13,5%, enquanto a Federal do Paraná ocupa o terceiro lugar, com 10% dos trabalhos apresentados, e seguida de perto por sua contraparte no Mato Grosso do Sul. Há pelo menos uma universidade de cada região do Brasil entre as dez mais participativas nas comunicações coordenadas. Entretanto, o Nordeste é representado apenas pela UFS e o Norte pela UFPA, enquanto o Centro-Oeste, apesar de contar com Brasília na segunda colocação, traz como única outra universidade a UFMS. O Sudeste tem relativamente baixa participação nas mesas, embora hospede as instituições mais influentes e relevantes em termos de produção científica no Brasil. O Rio de Janeiro está ausente, bem como USP e Unicamp, de

São Paulo, e a UFMG, de Minas Gerais. O eixo principal da JorTec está claramente posicionado no Sul, que figura com suas três principais universidades federais.

**Tabela 1:** Origens institucionais mais frequentes entre os participantes (n = 110)

Instituição	Frequência
UFSC	25
UnB	15
UFPR	11
UFMS	10
UFS	8
UFPA	6
UFU	5
PUC-SP	4
UFRGS	4

**Fonte:** elaborado pelos autores (2024).

Quanto ao número de autores, exatamente metade dos trabalhos (55) foram submetidos por apenas um autor, 39 contaram com dois autores, 13 com três autores, dois com quatro autores e um com cinco autores. Os dez autores mais frequentes, todos vinculados a instituições federais de ensino superior, podem ser verificados na Tabela 2. Novamente, percebe-se uma distribuição entre as cinco regiões do Brasil, mas duas instituições “fora do eixo”, a UFMS e a UFS, abrigam os acadêmicos com os maiores números de trabalhos apresentados. Além disso, a produtividade de um pesquisador faz com que uma segunda IES do Nordeste, a UFMA, tenha destaque.

**Tabela 2:** Dez autores com maior número de trabalhos apresentados e instituições de origem

Autor(a)	Frequência	IES
Gerson Luiz Martins	14	UFMS
Carlos Eduardo Franciscato	10	UFS
Rodrigo Eduardo Botelho-Francisco	10	UFPR
Rita Paulino	9	UFSC
Benedito Medeiros Neto	8	UnB
Mirna Tonus	6	UFU
Raquel Ritter Longhi	6	UFSC
Elaide Martins	5	UFPA
Marcelo Träsel	5	UFRGS
Márcio Carneiro dos Santos	5	UFMA

**Fonte:** elaborado pelos autores (2024).

#### 4 Títulos e palavras-chave

Os termos mais comuns nos títulos dos trabalhos foram “jornalismo” (freq. 59); “produção” (freq. 15); “pesquisa” (freq. 15); “sociais” (freq. 12); “digitais” (freq. 11); “dados” (freq. 11); “inteligência” (freq. 10); “artificial” (freq. 10); “mídias” (freq. 9); “informação” (freq.9). O termo “sociais” apareceu sempre relacionado a “mídias” ou a “redes”, enquanto “inteligência” e “artificial” também formaram pares em todas as ocorrências. “Dados” foi associado a “jornalismo” para formar as expressões “jornalismo de dados” ou “jornalismo guiado por dados” em oito das 11 ocorrências. Os demais termos não apresentaram nenhuma combinação significativa para aferir as tendências dos pesquisadores da Rede JorTec.

A Figura 1 traz as palavras mais frequentes entre os títulos, entre as quais se destacam, além das já mencionadas acima, “covid-19” e suas variações, “desinformação”, “algoritmo”, “inovação”, “*software*”, “tecnologias” e “aplicada”. Talvez, devido ao fato dos anais dos primeiros anos de atuação da rede estarem indisponíveis, a pandemia de SARS-CoV-2 entre 2020 e 2022 tenha ganhado preponderância em relação a outros temas nas discussões da rede. Do mesmo modo, pode-se inferir sobre “desinformação”, considerando a relevância que o fenômeno ganhou desde as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016 (Kakutani, 2018) e do Brasil em 2018 (Alves, 2019), bem como durante a pandemia da covid-19 (Gehrke; Benetti, 2021).

**Figura 1:** Nuvem de palavras mais frequentes nos títulos entre 2012 e 2023 (n = 110)



Fonte: elaborado pelos autores (2024).

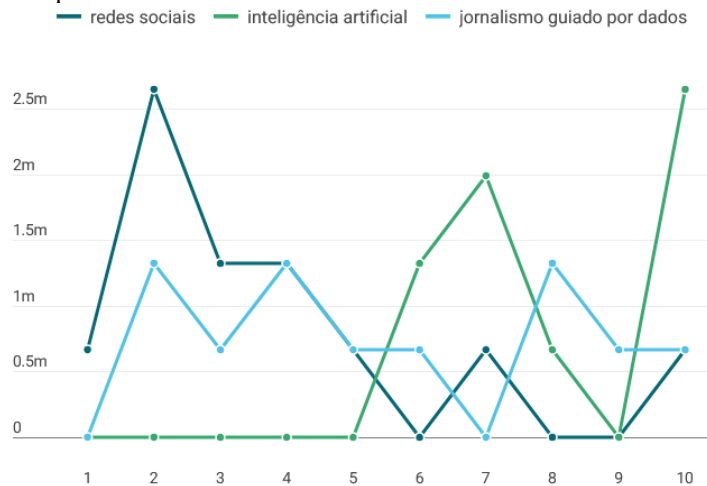
Em termos de evolução dos interesses dos participantes das comunicações coordenadas da Rede JorTec ao longo da década, os termos mais frequentes nos títulos



revelam uma redução nos trabalhos sobre redes sociais e um aumento correspondente dos artigos focados em inteligência artificial, enquanto o interesse pelo jornalismo guiado por dados como objeto se manteve estável. O Gráfico 1 apresenta as frequências relativas das três expressões no *corpus*, quando separado em dez segmentos, para equilibrar as diferentes quantidades de artigos entre o início e o fim do período.

Percebe-se na evolução dos temas, ao longo dos anos, uma coincidência com assuntos proeminentes nos fóruns profissionais do jornalismo, sugerindo uma atenção dos pesquisadores da JorTec às preocupações do mercado, bem como à introdução de novas ferramentas e técnicas nas redações. Essa disposição em tratar de interesses profissionais pode ser saudável, mas também pode indicar a influência de “modas” mercadológicas sobre os membros da rede, hipóteses que demandariam novos estudos para serem aferidas.

**Gráfico 1:** Frequência relativa de termos comuns nos títulos entre 2012 e 2023 (n = 110)



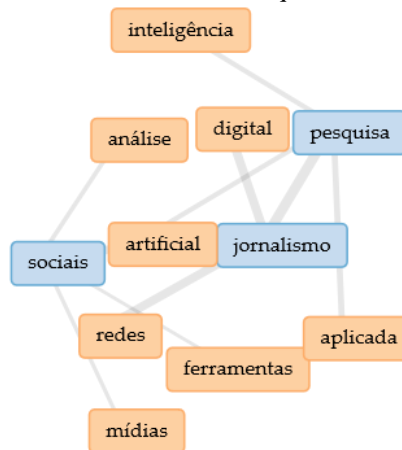
Fonte: elaborado pelos autores (2024).

A análise das 534 palavras-chave revelou tendências semelhantes às verificadas nos títulos, inclusive quanto à variação no uso de “redes sociais”, “jornalismo guiado por dados” e “inteligência artificial” ao longo do tempo – como, de fato, seria de esperar, visto palavras-chave normalmente expressarem o conteúdo de um artigo tanto quanto os títulos. Embora a expressão “inteligência artificial” esteja ausente dos termos mais frequentes usados nas palavras-chave, que foram “jornalismo” (94); “sociais” (18); “pesquisa” (17); “digital” (16); “redes” (14); “informação” (13); “ciberjornalismo” (13); “digitais” (12); “tecnologia” (11); “dados” (11), manteve-se próxima das frequências mais altas, com dez ocorrências. Os demais termos entre os dez mais usados, novamente, apresentaram pouco poder explicativo, não indicando nenhum interesse por algum fenômeno específico. Em geral, parecem ter sido

inseridos nas palavras-chave para delimitar os artigos como pertencentes ao campo do jornalismo e mais especificamente suas articulações com as tecnologias digitais.

A Figura 2 apresenta uma visualização gráfica das co-ocorrências mais comuns entre os termos nas palavras-chave dos trabalhos apresentados em sessões coordenadas da Rede JorTec. Como seria de se esperar para uma rede cujo objetivo manifesto é realizar pesquisa aplicada, os termos “pesquisa” e “aplicada” ocorrem simultaneamente com alta frequência. É possível, ainda, perceber uma ligação significativa entre “sociais”, “mídias” e “análise”, devido a artigos que se valeram da metodologia de análise de redes sociais. Além disso, a inteligência artificial aparece, mais uma vez, como um assunto favorito dos participantes das mesas.

**Figura 2:** Co-ocorrências entre termos mais frequentes nas palavras-chave (n=110)



**Fonte:** elaborado pelos autores (2024).

Finalmente, uma análise temática dos títulos resultou em dez temas, com respectivos subtemas, que podem ser verificados no Quadro 1. É possível perceber uma grande variedade de interesses entre os participantes das comunicações coordenadas da Rede JorTec, nos quais a pesquisa aplicada restou como subtema no assunto “ensino e pesquisa”. Os temas principais incluem termos diretamente relacionados à pesquisa experimental, como “tecnologias digitais”, “inovação”, “transformações nas práticas e rotinas” e “modelos de negócio e financiamento”, mas também termos que poderiam descrever pesquisas teóricas, como “desinformação” ou “ética e legislação”.

Os subtemas trazem termos também sugestivos de pesquisa experimental, como “internet das coisas”, “automação”, “*newsgames*”, “visualização de dados”, “jornalismo móvel” ou “personalização de conteúdo”. Porém, os resultados da etapa seguinte da pesquisa, a análise dos resumos, sugerem que os participantes na verdade levam para as mesas muitas pesquisas bibliográficas e descritivas sobre esses assuntos, em detrimento dos experimentos com novos processos e ferramentas jornalísticos.

**Quadro 1:** Temas e subtemas extraídos dos títulos dos artigos (n = 110)

<b>Tema</b>	<b>Subtemas</b>
Tecnologias Digitais	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inteligência Artificial</li> <li>2. Algoritmos e automação</li> <li>3. Dispositivos móveis</li> <li>4. Internet das Coisas (IoT)</li> <li>5. Realidade virtual e jornalismo imersivo</li> </ol>
Jornalismo Guiado por Dados	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Práticas e métodos</li> <li>2. Ensino</li> <li>3. Visualização de dados</li> <li>4. Fontes de dados</li> </ol>
Mídias Sociais	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uso de redes sociais na produção jornalística</li> <li>2. Monitoramento de mídias sociais</li> <li>3. Engajamento e interação com o público</li> <li>4. Impacto nas práticas jornalísticas</li> </ol>
Desinformação	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Combate à desinformação</li> <li>2. <i>Fact-checking</i> e verificação de informações</li> <li>3. Impacto da desinformação no jornalismo</li> </ol>
Inovação e Novos Formatos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ecossistemas de inovação</li> <li>2. Newsgames e gamificação</li> <li>3. Jornalismo transmídia e multiplataforma</li> <li>4. Web documentários e reportagens multimídia</li> </ol>
Ética e Legislação	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lei de Acesso à Informação (LAI)</li> <li>2. Privacidade e proteção de dados</li> <li>3. Neutralidade da rede</li> <li>4. Regulamentação das plataformas digitais</li> </ol>
Transformações nas Práticas e Rotinas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Novas funções e competências</li> <li>2. Mudanças nas rotinas de produção</li> <li>3. Convergência nas redações</li> <li>4. Jornalismo móvel</li> </ol>
Ensino e Pesquisa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metodologias de pesquisa</li> <li>2. Ensino de novas tecnologias</li> <li>3. Pesquisa aplicada</li> <li>4. Formação para o ambiente digital</li> </ol>
Modelos de Negócio e Financiamento	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Crowdfunding</i> e financiamento coletivo</li> <li>2. Novos modelos de negócios</li> <li>3. Jornalismo independente</li> <li>4. Capitalismo de plataforma</li> </ol>
Audiência e Engajamento	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Métricas e análise de audiência</li> <li>2. Personalização de conteúdo</li> <li>3. Experiência do usuário</li> <li>4. Interação e participação do público</li> <li>5. Comportamento da audiência</li> </ol>

**Fonte:** elaborado pelos autores (2024).

## 5 Resumos

A etapa final desse estudo consistiu na leitura dos resumos, os quais, combinados aos títulos, permitiram classificar os trabalhos apresentados em comunicações coordenadas da Rede JorTec nas categorias Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa Descritiva e Pesquisa Experimental, conforme a metodologia desenvolvida por Carvalho *et al.* (2023). Os resultados podem ser encontrados na Tabela 3.

**Tabela 3:** Categorização do corpus conforme o tipo de pesquisa

<b>Tipo</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Bibliográfica	36	32,7
Descritiva	57	51,8
Experimental	17	15,4
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

**Fonte:** elaborado pelos autores (2024).

Em um primeiro relance, salta aos olhos a baixa proporção de pesquisas experimentais em relação aos estudos bibliográficos e descritivos. Pouco mais da metade dos trabalhos (51,8%) se dedicou a descrever características de canais de circulação de notícias, como ciberjornais ou redes sociais. As funcionalidades de ferramentas de produção jornalística, como aplicativos para a criação de pacotes de realidade aumentada ou inteligências artificiais, relatando práticas de ensino de jornalismo que usam tecnologias digitais, ou mesmo o próprio trabalho de pesquisa da Rede JorTec, em uma sessão coordenada dedicada a um projeto que recebeu financiamento do CNPq. A categoria de pesquisa bibliográfica reuniu aproximadamente um terço (32,7%) dos trabalhos classificados – em sua maioria, recenseamentos de literatura a respeito do jornalismo e de suas articulações com as tecnologias digitais, embora se encontrem artigos sobre o conceito de valor-notícia ou desinformação.

As pesquisas classificadas como experimentais somaram 15,4% do *corpus*. Se calculada a média de trabalhos dedicados a desenvolver produtos ou testar processos por sessão coordenada da Rede JorTec, chega-se a uma distribuição de 0,46 por mesa. Em outras palavras, a cada comunicação organizada pelos membros da rede em encontros da SBPJor, é improvável encontrar um relato de experimento com inovação técnica. Dos 17 trabalhos nessa categoria, sete se referiam a produtos desenvolvidos pelos pesquisadores e oito a processos. Os objetos de interesse foram *newsgames*, ou jogos jornalísticos; inteligência artificial, como

ChatGPT e Midjourney; ferramentas ou processos para análise de redes sociais, criação de reportagens multimídia ou em realidade virtual; e sistemas de gerenciamento de conteúdo.

A tendência ao longo do período analisado é de crescimento das pesquisas experimentais. O ano de 2023 foi o mais profícuo nesse sentido, com cinco trabalhos codificados nessa categoria, seguido por 2021, com três. Se a década analisada for dividida em dois segmentos, dez dos 17 estudos baseados em experimentos terão sido realizados entre 2018 e o momento atual, contra sete entre 2013 e 2017.

## **6 Considerações finais**

O presente estudo se debruçou sobre a produção da Rede de Pesquisa Aplicada em Jornalismo e Tecnologias Digitais, um fórum manifestamente dedicado ao desenvolvimento de pesquisas aplicadas em jornalismo na academia brasileira, buscando realizar um diagnóstico desse tipo de empreendimento científico no país. Por meio de uma combinação de análise quantitativo-qualitativa e de análise de conteúdo, foi possível sistematizar os principais temas de interesse desse grupo de pesquisadores. Além disso, verificou-se uma baixa proporção de experimentos em comparação a pesquisas bibliográficas e descritivas.

Não se trata de desprezar o papel dos estudos bibliográficos ou descritivos na pesquisa aplicada. Pelo contrário, é desaconselhável conceber produtos ou processos sem antes compreender as causas dos fenômenos sobre os quais se pretende intervir – o que exige pesquisa bibliográfica, para conhecer as teorias a respeito do objeto – ou sem antes conhecer as experiências de outros pesquisadores ou profissionais da área que tentaram resolver os mesmos problemas – etapa na qual as pesquisas descritivas oferecem uma contribuição fundamental.

Assim, embora possa parecer decepcionante o baixo número de experimentos com processos ou produtos inovadores apresentados em sessões coordenadas de uma rede acadêmica cuja meta é realizar pesquisa aplicada, os estudos bibliográficos e descritivos são uma condição necessária para a consecução desse objetivo. O fato de 2023 ter sido o ano com maior número de pesquisas experimentais apresentadas parece corroborar essa perspectiva. O estabelecimento de um programa sólido de pesquisa é um empreendimento de longo prazo e, 20 anos, do ponto de vista da ciência, é pouco tempo, sobretudo em um país do sul global e em uma área que costuma receber apenas migalhas do já parco financiamento público para pesquisas.

Entretanto, talvez seja útil para os membros da rede JorTec e outros pesquisadores da área da comunicação avaliarem as possíveis razões pelas quais se mostra tão difícil inovar em processos e produtos capazes de resolver problemas dos campos profissionais vinculados a seus cursos de graduação e programas de pós-graduação. Uma reflexão honesta sobre as próprias práticas é sempre um exercício produtivo, mesmo se a conclusão for que fatores conjunturais são os principais empecilhos para o florescimento da pesquisa aplicada no âmbito do jornalismo.

## Referências

- ALEXANDRE, T. B.; AQUINO, M. C. Pesquisa aplicada como inovação metodológica no jornalismo: dimensões teórica, empírica e experimental. **Revista Observatório**, v. 7, n. 3, p. 1-23, 2021. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2021v7n3a10pt. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/11942>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- ALVES, M. **Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018**. 2019. 399 f. Tese (Doutorado em Comunicação) —Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/15381/ALVES%2c%20M.%20Desarranjo%20da%20visibilidade%2c%20desordem%20informacional%20e%20polariza%2c%20a7%2c%20a3o%20no%20Brasil%2c%202019%20%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- CARVALHO, G. *et al.* Relatório metodológico de pesquisa. **Observatório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo no Brasil**. Curitiba: Uninter, 2023. Disponível em: <https://www.opa.jor.br/metodologia>. Acesso em: 24 set. 2024.
- CHRISTOFOLETTI, R. **A crise do jornalismo tem solução?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.
- FRANCISCATO, C. E. Contribuições dos estudos de inovação para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 20., 2022, Fortaleza. **Anais [...]** Campinas: Galoá, 2022. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2022/trabalhos/contribuicoes-dos-estudos-de-inovacao-para-pensar-a-pesquisa-aplicada-em-jornali?lang=pt-br>. Acesso em: 29 set. 2024.
- GEHRKE, M.; BENETTI, M. A desinformação no Brasil durante a pandemia de Covid-19: temas, plataformas e atores. **Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 23, n. 2, 2021. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2021.232.02>. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/22527>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- GUERRA, J. Guia da Agenda Jornalística (GAJ) na perspectiva de uma proposta de Pesquisa Aplicada em Jornalismo (PAJ). **Brazilian Journalism Research**, v. 12, n. 3, 2016, p. 198-223. DOI: 10.25200/BJR.v12n3.2016.890. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/890>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- HENN, R. C.; OLIVEIRA, F. M. Jornalismo e movimentos em rede: a emergência de uma crise sistêmica. **Revista FAMECOS**, v. 22, n. 3, p. 77-95, 2015. DOI: 10.15448/1980-3729.2015.3.20560.

Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/20560>. Acesso em: 19 dez. 2024.

HETENYI, G.; LENGYEL, A. D.; SZILASI, M. D. Quantitative analysis of qualitative data: Using voyant tools to investigate the sales-marketing interface. **Journal of Industrial Engineering and Management**, v. 12, n. 3, p. 393–404, 2019. DOI: 10.3926/jiem.2929. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/337333501\\_Quantitative\\_analysis\\_of\\_qualitative\\_data\\_Using\\_voyant\\_tools\\_to\\_investigate\\_the\\_sales-marketing\\_interface](https://www.researchgate.net/publication/337333501_Quantitative_analysis_of_qualitative_data_Using_voyant_tools_to_investigate_the_sales-marketing_interface). Acesso em: 19 Dec. 2024.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KAKUTANI, M. **A morte da verdade**: notas sobre a mentira na era Trump. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LIMA JUNIOR., W. T. Projeto Rede JorTec: Produção colaborativa de pesquisa visando à experimentação e criação de inovações tecnológicas digitais. **Comunicação & Sociedade**, v. 37, n. 1, p. 47-68, 2015. DOI:10.15603/2175-7755/cs.v37n1p47-68. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/277962197\\_Projeto\\_Rede\\_JorTec\\_Producao\\_Colaborativa\\_de\\_Pesquisa\\_Visando\\_a\\_Experimentacao\\_e\\_Criacao\\_de\\_Inovacoes\\_Tecnologicas\\_Digitais](https://www.researchgate.net/publication/277962197_Projeto_Rede_JorTec_Producao_Colaborativa_de_Pesquisa_Visando_a_Experimentacao_e_Criacao_de_Inovacoes_Tecnologicas_Digitais). Acesso em: 19 dez. 2024.

LIMA JUNIOR, W. T. Neofluxo: jornalismo, base de dados e a construção da esfera pública interconectada. **Galáxia**, n. 21, p. 137-149, 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/6281/4615>. Acesso em: 30 set. 2024.

MACHADO, E. Pesquisa aplicada ao desenvolvimento. **Observatório da imprensa**, n. 324, 11 abr. 2005. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/pesquisa-aplicada-ao-desenvolvimento>. Acesso: 24 set. 2024.

MARTINEZ, M.; LAGO, C.; IUAMA, T. R. Pesquisa aplicada em jornalismo: mapeamento dos estudos no campo. **Revista de Estudos Universitários - REU**, v. 48, p. e022001, 2022. DOI: 10.22484/2177-5788.2022v48id4843. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/reu/article/view/4843>. Acesso em: 19 dez. 2024.

MARTINS, E. Pesquisa Aplicada em Jornalismo: trajetórias e enfoques em 20 anos de pesquisas no Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 18., 2020. **Anais[...]** Campinas: Galoá, 2020. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2020/trabalhos/xxv-mesa-coordenada-da-rede-jortec-abordagens-modelos-ferramentas-de-analise-pes?lang=pt>. Acesso em: 29 set. 2024.

NEGROPONTE, N. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SANTOS, M. C. T-autor: criação de aplicações para TVDi por não programadores. **Lumina**, v. 7, n. 2, p. 1-16, 2013. DOI:10.34019/1981-4070.2013.v7.21074. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/265552031\\_T-Autor\\_Criacao\\_de\\_aplicacoes\\_para\\_TVDi\\_por\\_ nao\\_programadores](https://www.researchgate.net/publication/265552031_T-Autor_Criacao_de_aplicacoes_para_TVDi_por_ nao_programadores). Acesso em: 19 dez. 2024.

PAULINO, R. *et al.* Municipa 2030, uma proposta de *newsgame* para ampliar o conhecimento sobre a Agenda 2030. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 21., 2023, Brasília. **Anais[...]** Campinas: SBPJor, 2023. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/trabalhos/municipa-2030-uma-proposta-de-newsgame-para-ampliar-o-conhecimento-sobre-a-agend?lang=pt-br>. Acesso em: 30 set. 2024.

SAAD, E.; SANTOS, M. C. Jornalismo, inteligência artificial e desinformação: avaliação preliminar do potencial de utilização de ferramentas de geração de linguagem natural, a partir do modelo GPT,

para difusão de notícias falsas. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, v. 29, n. 4, p. 783–794, 2023. DOI: 10.5209/esmp.87965. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/87965>. Acesso em: 19 dez. 2024.

SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO, D. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação. Brasília: ENAP, 2021.

STORSUL, T.; KRUMSVIK, A. What is media innovation? *In*: STORSUL, T.; KRUMSVIK, A. **Media innovations**: a multidisciplinary study of change. Gotenburgo: Nordicom, 2013.

STUART, K.; BOTELLA, A. Corpus Linguistics, Network Analysis and Co-occurrence Matrices. **International Journal of English Studies**, v. 9, n. 3, p. 1–20, 2009. DOI: 10.6018/ijes.1.1.99481. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/307818677\\_Corpus\\_Linguistics\\_Network\\_Analysis\\_and\\_Co-occurrence\\_Matrices\\_Corpus\\_Linguistics\\_Network\\_Analysis\\_and\\_Co-occurrence\\_Matrices](https://www.researchgate.net/publication/307818677_Corpus_Linguistics_Network_Analysis_and_Co-occurrence_Matrices_Corpus_Linguistics_Network_Analysis_and_Co-occurrence_Matrices). Acesso em: 19 Dec. 2024.

STUMPF, E. M.; VOLCAN, T. DE O.; SOARES, F. B. “Made in China”: desinformação e sinofobia no Facebook durante a pandemia de Covid-19 no Brasil. **Revista (Con)Textos Linguísticos**, v. 17, n. 37, p. 94–114, 2023. DOI:10.47456/cl.v17i37.41766. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/376727804\\_Made\\_in\\_China\\_disinformation\\_and\\_Sinophobia\\_on\\_Facebook\\_during\\_the\\_Covid-19\\_pandemic\\_in\\_Brazil](https://www.researchgate.net/publication/376727804_Made_in_China_disinformation_and_Sinophobia_on_Facebook_during_the_Covid-19_pandemic_in_Brazil). Acesso em: 19 dez. 2024.