

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Bacharelado em Jornalismo

EMANUELA BEZERRA GUEIROS

**A PESQUISA APLICADA E SUAS CONTRIBUIÇÕES NO JORNALISMO:
ANÁLISE DE DISSERTAÇÕES E TESES DA REGIÃO NORDESTE**

ARCOVERDE

2024

EMANUELA BEZERRA GUEIROS

**A PESQUISA APLICADA E SUAS CONTRIBUIÇÕES NO JORNALISMO:
ANÁLISE DE DISSERTAÇÕES E TESES DA REGIÃO NORDESTE**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do grau de bacharel em
Jornalismo ao Centro Universitário
Internacional UNINTER.

Orientador: Prof. Dr. Guilherme
Carvalho

ARCOVERDE

2024

Aos onze dias do mês de dezembro de dois mil e vinte e quatro realizou-se a banca de avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso do/a estudante EMANUELA BEZERRA GUEIROS, portador do Registro Uninter 3030817 do curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. Na ocasião, o trabalho desenvolvido na fase de defesa, na modalidade monografia, sob o título “A PESQUISA APLICADA E SUAS CONTRIBUIÇÕES NO JORNALISMO: ANÁLISE DE DISSERTAÇÕES E TESES DA REGIÃO NORDESTE” e orientação do/a professor/a doutor Guilherme Carvalho, foi apreciado pelos seguintes membros da banca avaliadora:

Examinador/a 1: Dra. Zulmira Nóbrega

Examinador/a 2: Dr. Alexsandro Teixeira Ribeiro

Após a conferência do trabalho e considerando a média das notas atribuídas pelos professores examinadores nas fichas de avaliação, atribuiu-se a seguinte nota: 10,0

Sendo assim, considerou-se o/a estudante aprovada.

Assinam os seguintes participantes:

Orientador/a:  Documento assinado digitalmente
GUILHERME GONCALVES DE CARVALHO
Data: 13/12/2024 11:54:07-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Examinador/a 1:  Documento assinado digitalmente
ZULMIRA NOBREGA PINA DE CARVALHO
Data: 17/12/2024 20:15:30-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Examinador/a 2:  Documento assinado digitalmente
ALEXSANDRO TEIXEIRA RIBEIRO
Data: 13/12/2024 13:34:39-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Estudante:  Documento assinado digitalmente
EMANUELA BEZERRA GUEIROS
Data: 30/12/2024 10:03:06-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar as teses e dissertações de pesquisas aplicadas em jornalismo defendidas em programas de pós-graduação da região Nordeste. Para alcançar os resultados, optou-se por uma análise qualitativa dessas pesquisas publicados entre os anos de 2020 à 2024. Utilizando como método a análise aprofundada e entrevista com pesquisadores desses trabalhos, esse estudo busca discutir os principais temas abordados e a importância deles tanto na área acadêmica como no mercado jornalístico. A escolha do Nordeste para essa pesquisa se deu pelo fato de que segundo a plataforma Opajor, essa região apresenta um destaque nesses tipos de pesquisa quando comparada a outras regiões do Brasil. Após a análise e entrevistas, pode-se ver que o tema jornalismo digital apresentou destaque nesses trabalhos e que a escolha por esse tipo de pesquisa, problemática e dificuldades se difere entre os pesquisadores, abrangendo diversas áreas do jornalismo. Pôde-se concluir também que apesar da importância das pesquisas apresentadas nesse corte, existe uma dificuldade em inseri-las no mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Pesquisa aplicada; pesquisa em jornalismo; mapeamento; OPAJor.

AGRADECIMENTOS

A caminhada até aqui não foi fácil. Para chegar a esse caminho eu precisei antes entender que outros caminhos não me pertenciam e a partir disso, ter coragem suficiente para recomeçar. Jornalismo para mim é isso, o recomeço de uma jornada rumo aos meus sonhos de menina. Sempre fui apaixonada por histórias reais, pela escuta e pelo poder transformador que as palavras podem ter na sociedade. Então o amor pelo jornalismo surgiu a partir do momento que eu entendi que ele seria a ponte para unir as coisas pelas quais eu faço com o coração.

Então, concluir esse trabalho tem um significado ímpar para mim. E sei que não teria conseguido sozinha. Por isso, quero dedicar esse espaço àqueles que de alguma forma contribuíram para que ele se concretizasse.

Agradeço à minha família, que em nenhum momento duvidou que um dia eu chegaria onde cheguei. Em especial à minha filha, que mesmo tão pequena compreendeu às vezes em que precisei me trancar no quarto para ficar horas lendo artigos, escrevendo matérias e agarrada nesse TCC quando tudo o que ela mais queria era que eu sentasse no chão do quarto com ela e brincasse de boneca. Annelise, você é minha maior inspiração, fiz tudo isso pensando em você.

Agradeço aos professores da UNINTER que durante esses anos plantaram em mim a semente da aprendizagem, me fazendo ter ainda mais sede por essa profissão que escolhi. Em especial, agradeço ao meu professor e orientador, Guilherme, que soube conduzir com maestria meu processo de crescimento, ensinando com zero e dedicação, tornando-se assim, um espelho para mim. Obrigada, professor, por ver em mim um potencial. Tem sido uma honra dividir essa caminhada ao lado de alguém tão competente como você.

Agradeço aos pesquisadores do OPAJor que transformaram minhas manhãs de segundas-feiras em momentos de aprendizagens nas quais levarei sempre comigo. Agradeço especialmente à Alanna, que me fez entender que a educação à distância é também capaz de construir laços. Obrigada por cada incentivo e pela parceria nesses últimos anos. Torço muito para que isso se estenda além da faculdade e que a vida profissional me conceda o privilégio de continuar com você nessa caminhada. Você é incrível.

Agradeço aos pesquisadores que que tiraram um pouco de seu tempo nessa rotina corrida e se propuseram a contribuir para esse trabalho. Tenham certeza que vocês fazem uma diferença enorme no jornalismo.

Agradeço ao meu pai, que deixou de herança a fé de acreditar que os sonhos são possíveis. Lembra quando eu te entregava as edições do jornal da escola e você mostrava minhas matérias para todos os seus amigos do trabalho e dizia que sua filha iria ser jornalista? Pois é, painho, estou chegando lá. Sei que onde estiveres, está feliz.

E mais uma vez, obrigada Deus, pois sei que preparasse de uma forma muito especial a hora certa disso acontecer. Tem sido bem mais do que eu imaginei.

In memoriam à Edvaldo Antônio Gueiros

“[...]pergunto-me: escreverei alguma vez alguma coisa de importância? Virei a ser jornalista ou escritora? Espero que sim, espero de todo o meu coração!”

- O Diário de Anne Frank

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Filtragem de dados referente à teses e dissertações	18
Figura 2 – Modelo de Pesquisa Aplicada no Jornalismo.....	30
Figura 3 – Pesquisa aplicada em Jornalismo por região.....	32
Figura 4 – Mapa por tipo de publicação.....	33
Figura 5 – Mapa por tipo de pesquisa.....	33
Figura 6 – Distribuição de dissertações e teses em pesquisa aplicada	34

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dissertações e teses com pesquisa aplicada.....	35
Quadro 2 –Resumos das dificuldades e inserção no mercado.....	51

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 METODOLOGIA.....	17
2.1 PRÉ-RESULTADOS: ASPECTOS QUANTITATIVOS.....	19
2.2 ASPECTOS QUALITATIVOS: PRINCIPAIS TEMAS ABORDADOS....	19
2.3 ASPECTOS QUALITATIVOS: ENTREVISTAS COM PESQUIDORES.	19
3 A PESQUISA ACADÊMICA EM JORNALISMO.....	22
3.1 A EVOLUÇÃO DA PÓS-GRADUAÇÃO NO BRASIL.....	24
3.2 A PESQUISA APLICADA NO JORNALISMO E SEUS DESAFIOS.....	25
3.2.1 Metodologias de pesquisa aplicada.....	27
4 A PESQUISA APLICADA NO NORDESTE: TEORIA E PRÁTICA	31
4.1 PRÉ-RESULTADOS:ASPECTOS QUANTITATIVOS DA PESQUISA APLICADA EM JORNALISMO NA REGIÃO NORDESTE.....	31
4.2 TEMAS ASSOCIADOS ÀS DISSERTAÇÕES E TESES.....	35
4.2.1 Jornalismo Digital	37
4.2.2 Inovação Jornalística.....	38
4.2.3 Jornalismo Regional.....	39
4.3 A PESQUISA APLICADA E SEUS PESQUISADORES.....	39
4.3.1 A escolha pela pesquisa aplicada.....	39
4.3.2 Objetivos e problemáticas.....	43
4.3.3 Aplicação no mercado jornalístico.....	43
4.3.4 Os desafios segundo os pesquisadores	49

4.3.5 A importância dos recursos.....	52
4.3.6 A importância da pesquisa aplicada no Jornalismo.....	54
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	57
REFERÊNCIAS.....	60

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo, enquanto campo de conhecimento, teve sua teorização iniciada antes mesmo de sua incorporação no ensino ou na formação acadêmica para o exercício dessa profissão (MELO, 2012). Segundo Franciscato (2006, p. 1), “as pesquisas em jornalismo têm estado à mercê de um conjunto de problemas, dilemas e impasses que estas ciências enfrentam”.

A pesquisa científica na área jornalística torna-se cada vez mais urgente, diante das novas configurações e desafios que o jornalismo tem enfrentado na atualidade. Porém, não basta apenas pensar em pesquisas básicas, é necessário criar metodologias que venham de encontro aos problemas encontrados na área e assim, procurar um meio de solucioná-los. De acordo com Meditsch (2004, p. 99) “a indústria jornalística brasileira vem, nos últimos anos, buscando apoio das universidades para a solução de seus problemas, sem encontrar interlocutor interessado ou capacitado para esta parceria”. É nesse contexto, de se buscar soluções que venham dos centros acadêmicos para o mercado de trabalho, que entra a pesquisa aplicada em jornalismo.

Segundo Santaella (2001, p.141), esse tipo de pesquisa tem sua importância pela contribuição em resolver problemas e até mesmo ao sugerir novas questões a serem observadas. A diferença em relação à pesquisa básica é explicada no Manual Frascati (2002, p 38):

A pesquisa básica consiste em trabalhos experimentais ou teóricos desenvolvidos principalmente com a finalidade de adquirir novos conhecimentos sobre os fundamentos de fenômenos e fatos observáveis, sem considerar uma aplicação ou uso particular. A pesquisa aplicada consiste igualmente em trabalhos originais empreendidos com o objetivo de adquirir novos conhecimentos. No entanto, ela é principalmente direcionada a um objetivo prático determinado.

Dessa forma, apesar das contribuições e da importância que a pesquisa aplicada tem para o jornalismo, fazer esse tipo de pesquisa torna-se um desafio, visto que, de acordo com Franciscato (2007), uma das principais dificuldades está no fato do jornalismo apresentar uma dependência de áreas associadas das

ciências humanas e sociais, que acaba colocando em segundo plano as questões específicas do jornalismo.

Esse fator, aliado às dificuldades de fazer pesquisa na área, pode ser a explicação para o baixo número de pesquisas aplicadas em jornalismo no país, onde “a quase inexistência deste tipo de pesquisa somente revela o quanto deveríamos avançar para constituirmos condições aceitáveis de pesquisa, em que, como área, fossemos capazes de atender às demandas da sociedade” (MACHADO, 2005, p. 4).

Trazendo essa temática de pesquisa aplicada para a urgência de se fazer pesquisas com embasamentos científicos no jornalismo, que venham suprir as necessidades do mercado com ações que contribuam para o fortalecimento da profissão, esse trabalho de conclusão de curso teve como objetivo fazer uma análise qualitativa partindo de uma revisão bibliográfica e posteriormente para uma análise documental das dissertações e teses que apresentasse metodologia experimental desse tipo de pesquisa publicadas entre os anos de 2020 e 2024 na região Nordeste.

Dentro dessa análise, buscou-se também verificar quais os principais temas estiveram presentes nesses trabalhos, para que assim pudesse entender quais áreas do jornalismo esse tipo de pesquisa tem beneficiado, no intuito de ter uma visão de como a pesquisa aplicada em jornalismo tem atuado no mercado.

A escolha da região para essa análise justifica-se pelos dados encontrados no Observatório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo no Brasil (OPAJor). A plataforma, criada em 2022, fruto do projeto “Tecnologias da comunicação e a formação em jornalismo”, do grupo de pesquisa Comunicação, Tecnologia e Sociedade, apresenta como base um repositório das pesquisas desse âmbito, que investiga a relação entre a formação de estudantes de jornalismo com o uso de ferramentas das Tecnologias da Informação em Comunicação (TICs). De acordo com o levantamento disponibilizado no OPAJor¹, o Nordeste apresenta um destaque nesse tipo de pesquisa jornalística, quando comparada a outras regiões do Brasil.

¹ Disponível em: <https://www.opa.jor.br/>. Acesso em: 17 jul. 2024.

Já o critério de escolha dos tipos de pesquisas para esse trabalho, optando pelas dissertações e teses se deu pelo fato de que se exige um tempo maior de estudo e pesquisa para esses trabalhos. Dessa forma, acredita-se que esses estudos apresentam resultados mais sólidos que possam dialogar com as principais problemáticas envolvendo o ensino e pesquisa no jornalismo. Além disso, as pesquisas de dissertação e teses desempenham um papel fundamental na academia e na sociedade, resultado muitas vezes em inovações e soluções para problemas sociais, econômicos ou ambientais. O período estabelecido para essa análise teve justificativa de escolha o aumento significativo de trabalhos em pesquisa aplicada nos últimos cinco anos.

Em um segundo momento, foram realizadas entrevistas com os pesquisadores das teses e dissertações que estiveram presentes no corte da pesquisa. Os pesquisadores entrevistados tiveram suas teses defendidas em programas de pós graduação *stricto sensu* listados pela Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação (COMPÓS). Para esse estudo foram incluídas as pesquisas das seguintes instituições: UFPB, UFPE, UFS, UFMA E UNICAP. As entrevistas foram realizadas de forma síncrona e online, sendo conduzida por um questionário composto por 8 questões que abordaram perguntas relacionadas à importância da pesquisa aplicada e o impacto delas no meio acadêmico, profissional e dentro da sociedade.

A problemática desse estudo parte da seguinte pergunta: Será que as pesquisas de teses e dissertações em pesquisa aplicada, mesmo em um número inferior às pesquisas básicas, estão contribuindo para o desenvolvimento do jornalismo como campo acadêmico, diminuindo o distanciamento existente entre o ensino e mercado?

O presente estudo traz como hipótese a ideia que as pesquisas aplicadas abordadas na área trazem temáticas envolvendo as novas configurações encontradas na profissão, como novos formatos, plataformas e narrativas, que por sua vez exigem ações e adaptações para a sua sobrevivência. Dessa forma, acredita-se que as pesquisas feitas por trabalho de dissertações e teses, além de diminuir a distância existente entre o mercado e ensino, venham também a beneficiar questões sociais de relevância na atualidade que necessitam cada vez mais de informação com qualidade.

Dessa forma o presente trabalho de monografia é composto por 5 capítulos, além da introdução, metodologia e considerações finais. O capítulo 3 aborda temas de relevância relacionados à essa pesquisa, com uma revisão bibliográfica na qual foi dividido por subtemas que fazem parte do que está sendo desenvolvido no estudo. Dentro dessa revisão, o capítulo 3 também trata da importância da pesquisa acadêmica no jornalismo e como se deu a evolução desse campo de estudo, assim como também o desenvolvimento dos programas de pós-graduação no país, dialogando principalmente sobre a integração entre jornalismo e pesquisa acadêmica, que fortalece a qualidade da informação, promove uma sociedade mais informada e estimula o debate crítico. O capítulo 4, por sua vez, explica o que de fato é a pesquisa aplicada e qual sua importância no jornalismo nos dias atuais. Para além dos conceitos, o capítulo também apresentou os tipos de metodologias que são utilizadas nesse tipo de pesquisa. Saindo da revisão bibliográfica, o capítulo 5 inicia a etapa dos pré- resultados com dados quantitativos da pesquisa aplicada na região Nordeste no período analisado, partindo assim para os resultados da problemática desse trabalho, com os dados qualitativos que abordaram os principais temas encontrados nas pesquisas e finalizando com os debates mais específicos sobre as questões que norteiam o estudo, gerados pelas respostas obtidas através das entrevistas realizadas .

2 METODOLOGIA

A pesquisa inicialmente partiu de uma revisão bibliográfica, que reúne e analisa os trabalhos publicados sobre o tema de pesquisa. Essa revisão envolveu a seleção, leitura e síntese de livros, artigos acadêmicos, teses e outros documentos relevantes que ajudaram a contextualizar o estudo. Segundo Stumpf (2006,p.51), num sentido amplo, podemos definir pesquisa bibliográfica como “o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado”.

Antes de iniciar as etapas para se alcançar os resultados, foi realizada uma análise quantitativa das dissertações e teses com metodologias experimentais da região Nordeste, publicadas entre 2020 e 2024. Os dados referentes ao ano de 2024 encontram-se em fase de consolidação, devido ao fato de que algumas dissertações e teses ainda estão em etapa de conclusão e alguns repositórios das instituições de ensino superior presente nesse corte não estão atualizados. Posteriormente a isso, foi realizada uma abordagem qualitativa dividida em duas etapas, conforme descrito abaixo:

1. Análise dos principais temas abordados nesse corte de pesquisa;
2. Entrevista com os pesquisadores atrelados aos trabalhos selecionados nessa pesquisa.

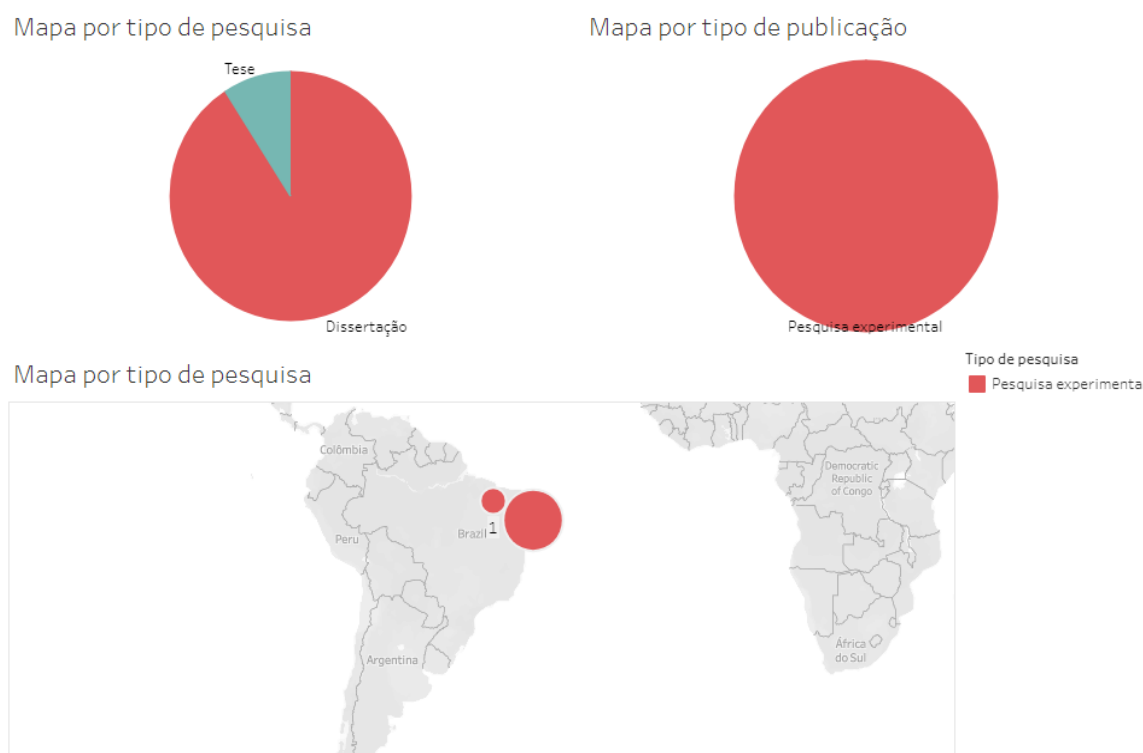
2.1 PRÉ-RESULTADOS: ASPECTOS QUANTITATIVOS

Essa análise consistiu em fazer uma busca para quantificar os números de dissertações e teses com pesquisas aplicadas defendidas na região Nordeste entre os períodos de 2020 à 2024. A busca por esses dados foi realizada através da plataforma OPAJor(www.opajor.br), utilizando o método de filtragem disponível na página de dados conforme mostra a figura 2. Além dos números desses tipos de trabalhos, essa busca permitiu encontrar quantos deles apresentam metodologia experimental, em quais estados e instituições de ensino superior estão situados e sua distribuição por ano. Através dos dados dessa plataforma, foi possível gerar

mapas e gráficos que pudessem complementar e debater com os resultados nessa fase da pesquisa.

As teses e dissertações presentes no repositório do OPAJor foram encontradas através de um levantamento de dados referente à pesquisa aplicada que é realizado anualmente pelo grupo de pesquisa. Para isso, foram considerados os programas de pós graduação listados pela Associação Nacional dos programas de pós graduação em Comunicação (Compós). Dos 62 programas listados pela Compós, 12 são provenientes da região Nordeste.

Figura 1: Filtragem de dados referente à teses e dissertações com pesquisa aplicada (2020-2024)



Fonte: OPAJor (2024)

Os gráficos acima apresentam os mapas por tipo de pesquisa onde foi possível verificar que os trabalhos de dissertações são superiores às teses em questão quantitativa no período analisado nessa região. A filtragem do mapa por tipo de publicação foi necessária para que pudessem ser encontrados os trabalhos com metodologias experimentais.

2.2 ASPECTOS QUALITATIVOS :PRINCIPAIS TEMAS ABORDADOS

A escolha na análise das dissertações e teses com metodologia experimental se deu pelo fato de que nos trabalhos de pesquisa aplicada, essa metodologia é o que apresenta mais proximidade em produzir algo que venha suprir alguma necessidade do mercado e da sociedade. Como argumenta Guerra (2016), a solução produzida a partir da pesquisa aplicada é de natureza teórico-prática, a qual pode avançar para o desenvolvimento experimental, elaborando novos produtos e processos. Esta seria uma forma de complementar a sistematização conceitual desenvolvida a partir desse tipo de pesquisa.

Após a primeira filtragem, foram analisados os trabalhos para definir que área do jornalismo a pesquisa estava suprimindo. O intuito de classificar esses temas é entender quais são as áreas que a pesquisa aplicada tem suprido do mercado jornalístico. A abordagem permitiu fazer um estudo mais aprofundado das dissertações e teses incluídas no corte dessa pesquisa, utilizando assim a análise documental, que explorou resumo, palavras-chave, introdução e metodologia de cada trabalho para poder classificar a área de jornalismo ao qual pertence. Segundo Bardin (2016), a análise documental trata-se de uma representação condensada das informações enquanto a análise de conteúdo se direciona aos aspectos da mensagem, ou seja, aos indicadores que permitem inferir sobre a realidade contida nos documentos.

Essas áreas definidas seguiram a linha de pensamento de Fransiscato (2006, p.7) que segundo ele, classificar a tipologia desses trabalhos “é uma sistematização provisória destinada apenas à visualizar possíveis modalidades em que a pesquisa aplicada possa ser desenvolvida, classificadas na forma de tipos que tenham certas semelhanças de ação, objetivos e resultados”. Sendo assim, os critérios para a classificação das áreas foram baseados nos principais descritores encontrados em cada pesquisa.

2.3 ASPECTOS QUALITATIVOS: ENTREVISTA COM PESQUISADORES

A análise qualitativa também consistiu em entrevistar os pesquisadores das teses e dissertações presentes nesse corte de estudo. O objetivo é entender a partir das respostas trazidas pelos entrevistados, como a pesquisa contribuiu no

mercado jornalístico e qual o seu impacto. Além disso, a entrevista se aprofundou em saber como está atualmente o produto gerado através do experimento.

Segundo Severino (2016), podemos definir entrevista como:

Técnica de coleta de informações sobre um determinado assunto, diretamente solicitadas aos sujeitos pesquisados. Trata-se, portanto, de uma interação entre pesquisador e pesquisado. Muito utilizada nas pesquisas da área das Ciências Humanas. O Pesquisador visa apreender o que os sujeitos pensam, sabem, representam, fazem e argumentam. (SEVERINO, 2016, p.133)

Em um trabalho de pesquisa acadêmica, a entrevista é uma ferramenta importante para coletar dados qualitativos e obter resultados sobre um determinado tema. Sabendo-se que existem diferentes tipos de entrevista para alcançar um resultado de suma pesquisa, nesse trabalho apresentado optou-se pela entrevista semiestruturada, que de acordo com Manzini (2004, p. 21):

[...] possui um roteiro de perguntas básicas previamente estabelecidas e que fariam referência aos interesses da pesquisa. Ela difere da estruturada pela sua flexibilidade quanto às atitudes e compreensão do pesquisador, podendo ou não alterar as perguntas no decorrer das respostas dadas.

A última etapa desse presente trabalho, resultou na entrevista de seis pesquisadores que tiveram suas dissertações e teses defendidas em programas de pós-graduação de comunicação e jornalismo situados no nordestes. Por questões éticas, cada entrevistado será citado de forma numérica. São eles: Entrevistado 1 e Entrevistado 2, ambos do programa de Indústria Criativa, da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP); Entrevistado 3, do programa de pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Entrevistado 4, da Universidade Federal do Sergipe (UFS); Entrevistado 5 e Entrevistado 6, com seus trabalhos defendidos no programa profissional em Jornalismo da Universidade Federal de João Pessoa (UFJP).

Os demais pesquisadores, cujo seus trabalhos fizeram parte desse corte de pesquisa não responderam ao ser contactados. Dos entrevistados citados, cinco deles a entrevista foi realizada via *Google Meet* e um optou por responder o questionário via e-mail. Desses, todos contruíram de forma significativa para esclarecer questões de pesquisas aplicadas presentes em seus estudos. A

entrevista foi conduzida por um questionário contendo 8 questões (apêndice A) referentes à pesquisa aplicada que seguiu uma linha descritiva e foi realizada entre os meses de outubro e novembro desse ano vigente. A transcrição das entrevistas que se encontram entre os apêndices B e G foi realizada através da plataforma *clipto al*, que oferece um serviço de transcrição de inteligência artificial.

Inicialmente, procurou-se entender por parte dos pesquisadores, qual o principal motivo de terem optado pela pesquisa aplicada. Após essa introdução seguiu-se questionamentos referentes ao problema que os pesquisadores buscaram solucionar dentro do mercado jornalístico, os recursos utilizados e quais principais dificuldades enfrentadas. Para finalizar, a entrevista focou em saber se de fato os resultados obtidos foram inseridos no mercado e se houve continuidade da pesquisa após encerramento do curso de pós-graduação. O critério de escolha para os entrevistados foi baseado nas dissertações e teses que estiveram presentes no corte desse trabalho, na qual o objetivo era entrevistar os autores de cada uma dessas pesquisas.

3. A PESQUISA ACADÊMICA EM JORNALISMO

A pesquisa acadêmica desempenha um papel crucial no campo do jornalismo, oferecendo uma base teórica sólida que pode ajudar os jornalistas a compreender melhor as práticas e os desafios do campo. Segundo Zamboni (2006, p. 51) a pesquisa “é uma busca sistemática de soluções, com o fim de descobrir ou estabelecer fatos ou princípios relativos a qualquer área do conhecimento humano”. Nesse sentido, no âmbito jornalístico, a pesquisa acadêmica fornece aos pesquisadores e profissionais, ferramentas, conhecimento e uma base crítica que são essenciais para uma prática eficaz e ética.

De acordo com Xavier et al. (2015), desde as últimas décadas, a pesquisa em Jornalismo tem enfrentado o desafio de estabelecer sua base epistemológica, buscando uma fundamentação teórica que a legitime como uma área científica. Isso envolve a definição de métodos de pesquisa, a validade dos resultados e a construção de um corpo teórico sólido. Xavier et al. (2015, p.11) ressalta isso, quando argumenta que:

Historicamente no Brasil, desde a criação de Programas de Pós-graduação em Jornalismo, a pesquisa na área tem tomado corpus por meio de um esforço acadêmico que gera dois movimentos: interno, mediante a potencialidade para se justificar e se afirmar do ponto de vista epistemológico e axiológico; e externo, para que além da relevância acadêmica da área no debate da sociologia das ciências, se reconheça a relevância das pesquisas em Jornalismo para os campos social e político.

Diante de todo desafio que a pesquisa em jornalismo enfrenta, ela precisa ser discutida em suas bases. Ramandan (2007) defende que essa discussão tende a ser de difícil encaminhamento já que, assim como a comunicação, carrega problemas de base quanto aos atributos científicos, ou seja, quanto a possibilidade de ganhar o status de objeto, disciplina ou ciência.

Sobre a consolidação e os desafios da Pesquisa em Jornalismo, Machado (2003) ressalta:

Somente depois da primeira geração de pesquisadores formada nos cursos de pós-graduação, são dados os primeiros passos para o desenvolvimento da pesquisa conceitual no campo do jornalismo. A experiência acumulada ao longo dos último 30 anos de formação pós-graduada revela que, com poucas exceções, falta uma sistematização sobre a natureza do fenômeno jornalismo”.

Além disso, a pesquisa em jornalismo pode ser complexa devido à natureza subjetiva e dinâmica do campo, por essa razão escolher metodologias apropriadas para analisar práticas jornalísticas, impactos e tendências pode ser complicado. (SOUSA, 2006). Ainda segunda o pesquisador:

[...] a metodologia corresponde à lógica com que uma determinada pesquisa científica é desenhada e desenvolvida. É a ordem por que se deve aplicar um conjunto de métodos e técnicas de investigação, com o fim de atingir um determinado resultado concreto, que consiste em encontrar, determinar, descrever e, eventualmente, reproduzir experimentalmente o encadeado de fatos que provoca a manifestação de um determinado fenômeno. (SOUSA, 2006, p. 26)

Corroborando com esse discurso, Lago e Benetti (2010, p. 17) afirmam que “as pesquisas do campo jornalístico são marcadas pela multidimensionalidade, seus objetos de estudo são, com frequência, multidisciplinares e utilizam metodologias formatadas em outras disciplinas”. Significa que elas envolvem diversas dimensões e abordagens para compreender o fenômeno jornalístico em sua complexidade. Essa multidimensionalidade permite uma compreensão mais profunda e abrangente do jornalismo, considerando não apenas os aspectos técnicos, mas também os contextos sociais, políticos e culturais em que ele opera. Essa multidisciplinaridade também reflete nos processos metodológicos, visto que:

É exatamente esta junção e articulação de diferentes disciplinas, com seus próprios pressupostos, que obriga a um aprofundamento não só a respeito dos paradigmas próprios do que se pretende articular, mas também sobre as diferentes respostas metodológicas produzidas historicamente em referência a esses parâmetros. E, se essa premissa é verdadeira, é fato que muitas vezes não é acompanhada de uma práxis rigorosa, resultando em pesquisas com baixo nível de explicitação das estratégias metodológicas, além da insipiência do discurso sobre o método. (LAGO; BENETTI, 2010, p. 18)

No âmbito geral, em se tratando da relevância da pesquisa dentro do campo jornalístico, apesar dos desafios, é visto que a colaboração entre jornalismo e pesquisa acadêmica pode enriquecer a compreensão pública de assuntos complexos e promover um debate mais informado e fundamentado.

3.1A EVOLUÇÃO DA PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E JORNALISMO NO BRASIL.

A pesquisa científica se processa de forma sistematizada a partir da implantação dos cursos de pós-graduação com a Reforma Universitária ocorrida no país em 1968. Segundo Kunsch (1992), até então, poucas universidades tinham tradição em pesquisa. No conjunto do sistema educacional brasileiro, a pós-graduação constitui o setor mais bem estruturado e com resultados positivos (KUNSCH, 1992). A Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior (CAPES) tem desempenhado um papel fundamental para elevar o nível de qualidade dos cursos instalados, por meio da aplicação de indicadores de avaliação anual e quadrienal dos programas como um todo. (KUNSCH, 2016)

Ainda segundo Kunsch (2016), os primeiros cursos de pós-graduação *stricto sensu* em Comunicação no País foram os da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ), da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), da Universidade de Brasília (UnB) e da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Esses cursos lideraram os estudos de pós-graduação em Comunicação no Brasil até, praticamente, o início dos anos 1990, incluindo-se na década de 1980 o Programa de Multimeios, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), e o de Comunicação e Cultura Contemporânea, da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Em seus estudos sobre os cursos de pós-graduação em comunicação, a pesquisadora destaca que:

Várias ações vêm sendo empreendidas, não somente no sentido de sistematizar as necessidades de pesquisa no país, mas também de buscar soluções que possam atender as emergentes necessidades de conhecimento, de forma a tornar o país mais competitivo no cenário internacional. Consideram-se muito importantes ações que vêm sendo empreendidas no âmbito das instituições de ensino superior, criando uma agenda de interesses comuns e o intercâmbio do conhecimento produzido. Esse conjunto de realizações, sem dúvida, pode permitir o movimento das instituições que estão na periferia do sistema, possibilitando chegar a patamares mais elevados nos índices de classificação e nos famosos rankings internacionais que, muitas vezes, por serem métricos, avaliam apenas o lado quantitativo da produção científica. É o resgate da famosa disputa do *publish or perish* que atemoriza pesquisadores, professores, estudantes e instituições. (Kunsch, 2016, p.7)

Dentro da comunicação, a evolução da pós-graduação em jornalismo no Brasil reflete as transformações da própria sociedade, com destaque para a dinâmica política, as inovações tecnológicas e as mudanças no mercado de trabalho. O desenvolvimento da pós-graduação em jornalismo no Brasil começa de forma mais concreta na década de 1970, em um contexto político e social bastante conturbado devido à ditadura militar. Nesse período, as universidades brasileiras estavam se expandindo e com elas os programas de pós-graduação, especialmente nas áreas de Ciências Humanas e Ciências Sociais. (MACHADO, 2004).

Segundo, Maldonato(2003) pós-graduação em jornalismo nos dias atuais reflete as mudanças e desafios que o campo do jornalismo está enfrentando, especialmente no contexto da transformação digital e da reconfiguração das práticas jornalísticas. As opções de pós-graduação nessa área se diversificaram, abrangendo temas que vão desde a prática jornalística, passando pelo estudo das novas tecnologias, até os aspectos éticos, sociais e políticos da mídia.

3.2A PESQUISA APLICADA NO JORNALISMO E SEUS DESAFIOS

De acordo com Guerra (2016), no campo jornalístico a pesquisa aplicada corresponde ao conjunto de conhecimentos o qual sistematiza conceitos, fundamentos e relações para dar conta de um modo de fazer. “Dessa sistematização, extrai-se um problema de pesquisa, que é necessariamente um problema prático, limitação ou insuficiência do modo de fazer convencional para o qual se busca uma solução inovadora, capaz de gerar melhoria de desempenho.” (Guerra, 2016, p.3).

Quanto à natureza da pesquisa acadêmica, classifica-se em dois tipos: a pesquisa básica e a pesquisa aplicada, nas quais suas características metodológicas e a distinção entre elas é fundamental no campo da ciência, sendo que essas duas formas de pesquisa são essenciais para o avanço do conhecimento e da tecnologia, e elas frequentemente interagem e se complementam.

Sobre a pesquisa básica, Guerra (2016, p.201) explica que:

A pesquisa básica em jornalismo seria voltada para produzir uma compreensão do objeto e de suas múltiplas relações, sem necessariamente voltar-se à solução de problemas práticos

enfrentados pela atividade. Em tal enfoque, todas as possibilidades estão abertas para a investigação, seja para releituras, proposição de descobertas, críticas a paradigmas estabelecidos, entre outros caminhos possíveis, muitas vezes, inclusive, em franca oposição e questionamentos aos paradigmas técnicos vigentes.

Apesar da importância da pesquisa básica para o entendimento aprofundando dos assuntos que norteiam a área, para o avanço do jornalismo como ciência e a contribuição da sua pesquisa na sociedade, Franciscato (2016, p.2) defende que:

O jornalismo é uma atividade social prática que necessita da pesquisa aplicada para o seu desenvolvimento. A atividade jornalística é um corpus de conhecimentos e procedimentos individuais, coletivos e organizacionais que exigem um contínuo aperfeiçoamento tanto para corresponder às exigências sociais quanto para dar conta das transformações sociais no campo da tecnologia, economia, política e cultura, bem como estimulam a busca de inovações de processos e produtos jornalísticos.

Dessa forma, diferente da pesquisa básica, a pesquisa aplicada em jornalismo “é principalmente direcionada a um objetivo prático determinado” (MANUAL FRASCATI, 2002, p. 38 . Além disso, “permite a formatação operacional de ideias” para, a partir da pesquisa básica, “considerar os conhecimentos existentes e aprofundá-los com a finalidade de resolver problemas específicos” (MANUAL FRASCATI, 2002, p. 100).

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)

Os dados do OPAJor(2024) revelam que existe um baixo número de publicações que se enquadram nesta categoria. Isso revela o quão incipiente este tipo de pesquisa ainda é no Brasil, tornando a dificuldade da produção de pesquisa aplicada evidente, ainda que possa ser verificado um crescimento do interesse por este tipo de pesquisa nos últimos anos.

Meditich (2012) afirma que entre os fatores que contribuem para esse cenário estão a pouca tradição dos cursos e de docentes aptos a coordenar pesquisas deste tipo, a histórica dicotomia entre teoria e prática, o distanciamento entre universidade e mercado, os fatores críticos que compõem um cenário

desafiador ao jornalismo na atualidade, a transição do jornalismo entre ciências humanas e sociais, entre outros aspectos.

Além disso, sobre essas dificuldades que esse tipo de pesquisa enfrenta, Santos (2018) corrobora enfatizando que o desenvolvimento de pesquisas aplicadas na área do Jornalismo tem entre seus desafios, a constituição de equipes multidisciplinares de pesquisadores qualificados para realizar revisar e ao mesmo tempo renovar “[...] abordagens metodológicas, ferramentas e técnicas de pesquisa e, inclusive, visões de mundo [...]” (SANTOS, 2018, p.31). Embora seja um obstáculo, o autor entende que superar estes fatores consiste também em uma forma de estimular avanços na pesquisa e produção científica na área do Jornalismo no contexto contemporâneo.

3.2.1 Metodologias de pesquisa aplicada

Ao contrário da pesquisa básica, que busca expandir o conhecimento teórico, a metodologia na pesquisa aplicada foca em resolver questões concretas e tem um impacto direto no mundo real. Segundo Renó (2014), a diversidade metodológica para o campo da pesquisa aplicada pode ser considerada ampla.

Das abordagens metodológicas empregadas nesse tipo de pesquisa, o autor defende que “ao optar por uma metodologia de pesquisa destinada a atividades de estudos aplicados, o pesquisador deve levar em consideração que a experimentação é fundamental” (RENÓ, 2014, p.12).

Do contrário, não se justifica a aplicação dos resultados obtidos, ou a proposta promoverá uma aplicação experimental em um espaço real, ou seja, oferecerá resultados vulneráveis e instáveis. Isso não significa que o insucesso seria certo. Porém, para que o pesquisador possa propor algo, é fundamental que ele tenha certeza de sua aplicação, e isso não deve ser testado em um ambiente externo ao adotado na pesquisa. (RENÓ, 2014, p 12)

A pesquisa experimental é fundamental para a validação de teorias e desenvolvimento de soluções práticas, sendo um pilar na ciência aplicada. Assim, ao construir uma metodologia experimental dentro da pesquisa aplicada, Fernandes (1972, p. 13) explica que:

“Ao mencionarmos as possíveis contribuições dos métodos lógicos e técnicos de investigação experimental para a delimitação de um modelo

de pesquisa aplicada, estamos executando uma distinção entre; a) um método lógico, referindo-se ao âmbito da interpretação da realidade; b) um método técnico de investigação, considerando este, as manipulações analíticas através das quais o investigador procura assegurar para si condições vantajosas de observação dos fenômenos”

Por ser definida em seu caráter prático, Franciscato (2016.p.4) também defende a experimentação como método nesse tipo de pesquisa, contanto, ele acredita que “ao indicar o método experimental como procedimento de pesquisa aplicada, não é nossa intenção afirmar ser somente este o caminho da investigação em jornalismo”. Dessa forma, dentro da pesquisa aplicada existem outros métodos que podem ser utilizados para se alcançar o objetivo do estudo.

A pesquisa descritiva, por sua vez também é uma abordagem importante dentro da pesquisa aplicada, pois tem como objetivo principal descrever características de um fenômeno, população ou situação específica. Ao contrário de outros tipos de pesquisa, como a exploratória ou a experimental, a pesquisa descritiva não busca estabelecer relações de causa e efeito, mas sim proporcionar um retrato detalhado do objeto de estudo (RENÓ, 2014).

Rudio (1986, p.55) reforça dizendo que na descritiva, o pesquisador procura “conhecer e interpretar a realidade, sem nela interferir para modificá-la”, isto é, “está interessado em descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los”.

Além da pesquisa experimental e descritiva, como método de condução da pesquisa aplicada, existem alguns outros “métodos que são indicados para pesquisas que envolvem estudos teóricos e práticos para a obtenção de respostas dependentes entre si” (RENÓ, 2014, p.13). O método bibliográfico, entra nesse quesito que tendo sua inserção voltada para a pesquisa aplicada o autor explica que:

Esta etapa deve ocorrer logo no início do trabalho e tem fundamental importância na conceituação de termos, assim como na compreensão de técnicas e teorias e na obtenção de segurança para desenvolver uma pesquisa aplicada, ou seja, uma aplicação real da compreensão e reformulação de teorias anteriormente apresentadas por outros pesquisadores. (RENÓ, 2014, p.12)

Além disso, a pesquisa bibliográfica ajuda a identificar áreas que ainda não foram exploradas ou que precisam de mais investigação, orientando o foco da

pesquisa aplicada. Em resumo esse tipo de pesquisa apresenta a seguinte definição :

Num sentido restrito, é um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico. Por vezes, trata-se da única técnica utilizada na elaboração de um trabalho acadêmico, como na apresentação de um trabalho no final de uma disciplina, mas pode também a etapa fundamental e primeira de uma pesquisa que utiliza dados empíricos, quando seu produto recebe a denominação de Referencial Teórico, Revisão da Literatura ou similar. (STUMPF, 2006, p. 51).

Tendo em vista esses métodos que podem ser utilizados em pesquisa aplicada, Rudio (1986, p. 66) apresenta um esquema conforme a figura 3, construído a partir do modelo de pesquisa experimental que como pode ser observado, esse tipo de metodologia, de acordo com esse modelo proposto, está presente tanto na etapa de formulação de problema, quanto em seu desenvolvimento.

Figura 2: Modelo de pesquisa aplicada no Jornalismo



Fonte: Franciscato (2007, p. 14)

Esse modelo serve, mais propriamente, “como um esquema inicial que possibilita pensar uma montagem articulada de teoria e método em uma proposta de pesquisa aplicada em jornalismo” (FRANSISCATO, 2016, p.11). Um modelo de metodologia em pesquisa aplicada geralmente envolve uma série de etapas sistemáticas para abordar um problema prático e gerar conhecimento útil, porém, ao construir uma metodologia aplicada, é importante entender que, a “construção metodológica própria é um desafio indispensável a ser assumido pelo campo do jornalismo” (FRANSISCATO, 2016, p.11).

4. DA TEORIA À PRÁTICA: A PESQUISA APLICADA EM JORNALISMO NO NORDESTE

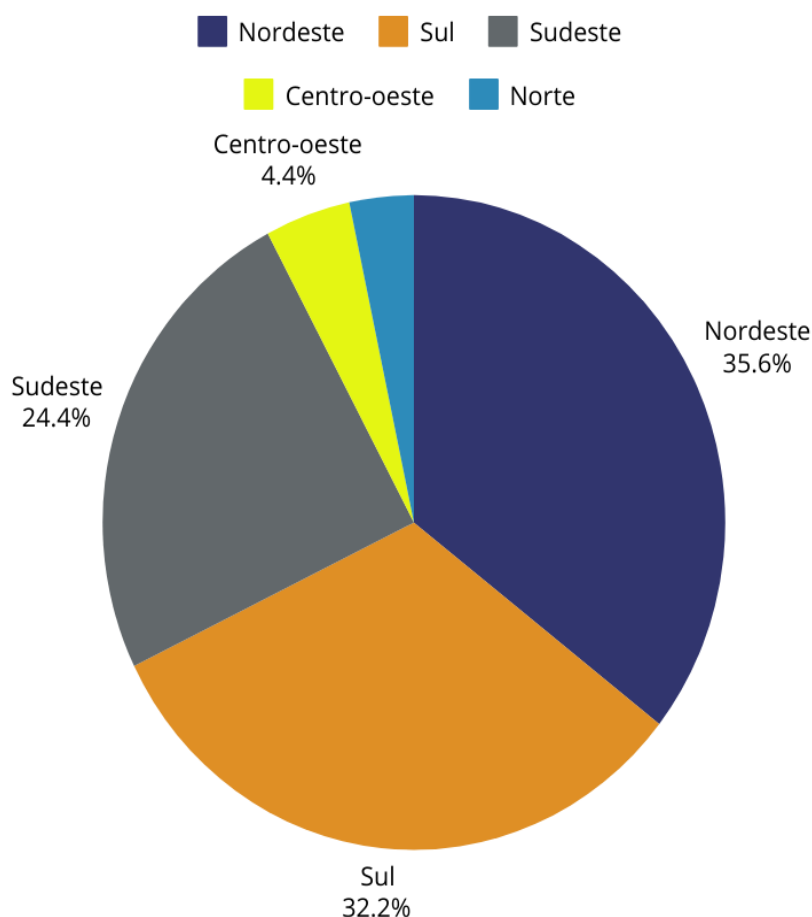
Os resultados desse estudo consistem em duas etapas, conforme descrito na metodologia, sendo elas de caráter qualitativos que buscou resolver a problemática da pesquisa. Antes de iniciar tais etapas, foi realizada uma análise quantitativa das dissertações e teses em pesquisa aplicadas com metodologia experimental publicadas entre os anos de 2020 à 2024, analisados através do levantamento realizado pela plataforma OPAJor. Essa análise teve como objetivo contextualizar os dados desse corte para poder estabelecer uma ponte com os resultados dessa pesquisa.

A etapa das análises qualitativas se deu pela definição dos temas abordados nesse trabalho e as entrevistas realizadas com os pesquisadores que tiveram sua dissertação e tese incluída nesse corte de pesquisa. Essas etapas serão detalhadas a seguir.

4.1 PRÉ-RESULTADOS: ASPECTOS QUANTITATIVOS DA PESQUISA APLICADA EM JORNALISMO NA REGIÃO NORDESTE

Em termos percentuais, o Nordeste é responsável por 35,6% de pesquisa aplicada na área, contabilizando assim 64 trabalhos de toda a produção nacional (Figura 3), considerando o estado de origem onde estão radicados os pesquisadores sobre o total de 186 publicações. O Sul ocupa o segundo lugar com 58 publicações que em questões percentuais representam 32,2% dos trabalhos em pesquisa aplicada, seguido da região Sudeste que apresenta uma porcentagem de 24,4% com 43 trabalhos e o Centro-oeste com 4,4%, totalizando 8 pesquisas desse segmento.

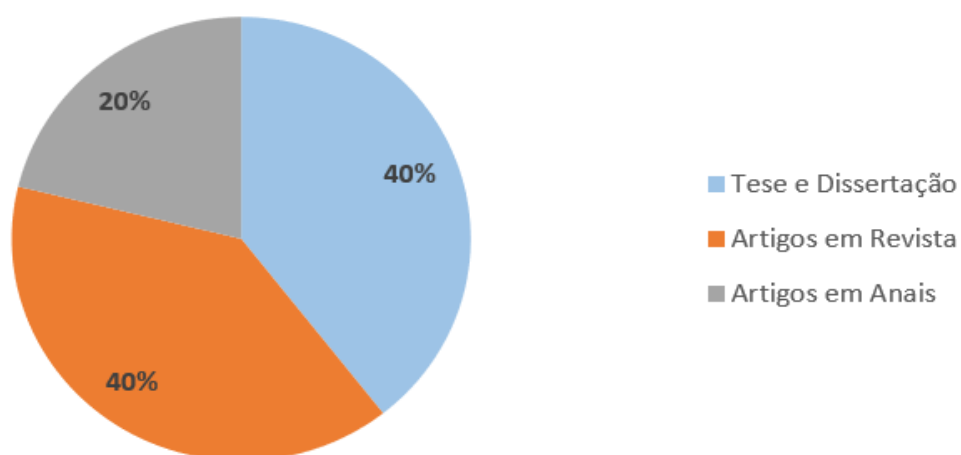
Figura 3: Pesquisa aplicada em jornalismo por região



Fonte: OPAJor 2024

Considerando o corte para análise desse presente estudo, os trabalhos de dissertações e teses ocupam a primeira colocação nos tipos trabalhos publicados sobre pesquisa aplicada entre os anos de 2020 e 2024, juntamente com os artigos publicados em revistas. Ambos apresentando um percentual de 40%, com 13 pesquisas nesse período. Os artigos em anais apresentados em congressos nacionais na área de comunicação e jornalismo obtiveram um total de 7 trabalhos que aparecem com uma porcentagem de 20% , conforme apresenta a figura 4:

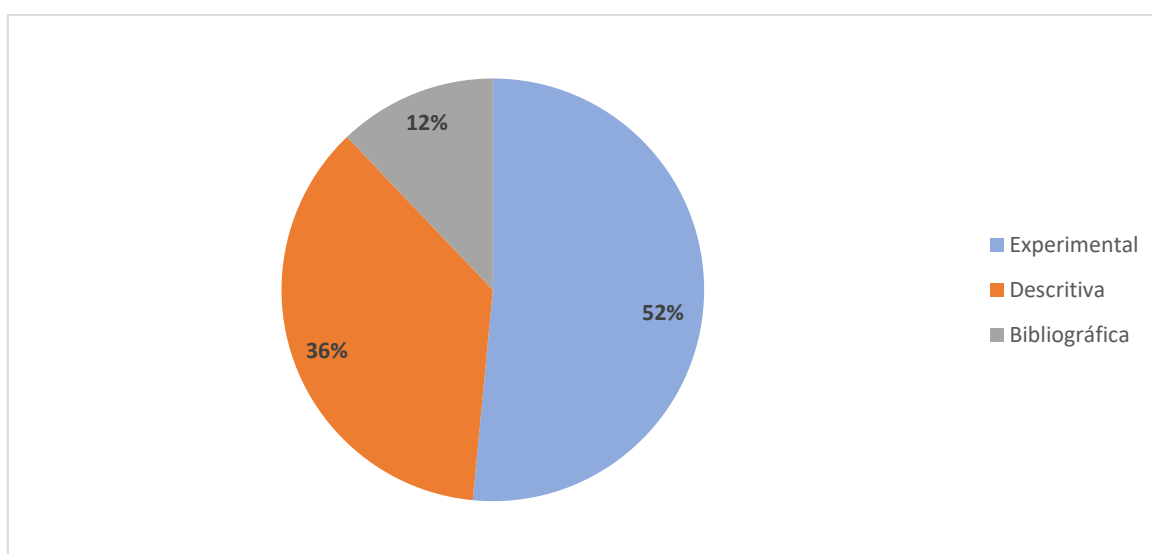
Figura 4: Mapa por tipo de publicação(2020-2024)



Fonte: OPAJor (2024)

As pesquisas experimentais obtiveram destaque em relação aos outros tipos de pesquisa, que em questões percentuais representa 52%, com 17 estudos no período analisado, levando em consideração todos os tipos de trabalhos (5). A pesquisa descritiva e bibliográfica também estiveram presentes, totalizando 16 trabalhos ambas, com 36% e 12%, respectivamente.

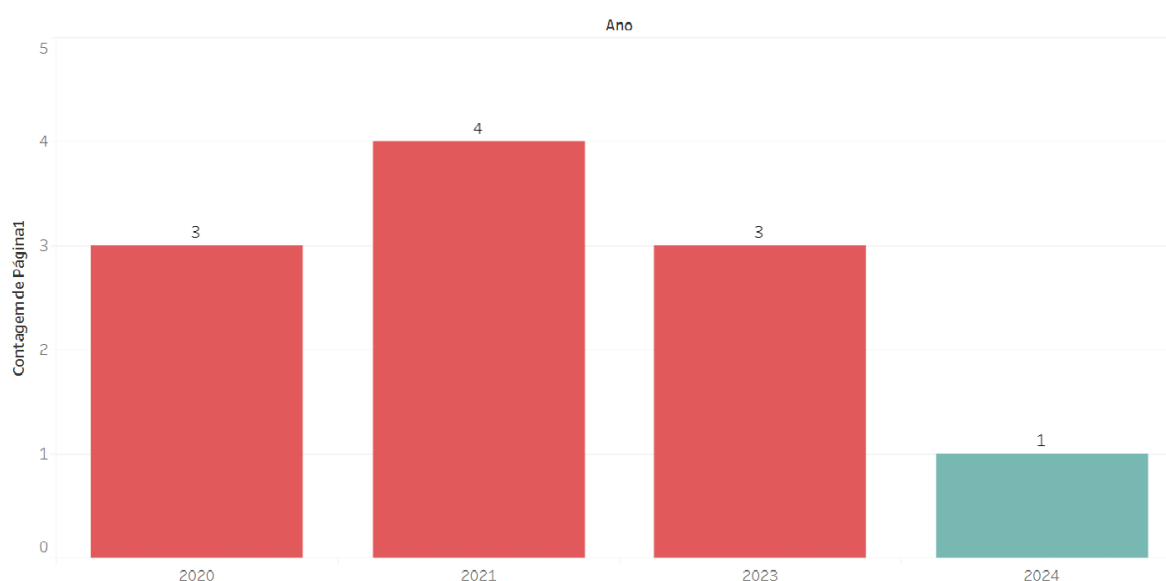
Figura 5: Mapa por tipo de pesquisa



Fonte: OPAJor (2024)

Partindo para uma filtragem mais restrita que vai de encontro ao corte dessa pesquisa, foram encontrados 11 trabalhos de pós-graduação *stricto sensu* que apresentam em sua metodologia a pesquisa experimental. Desses, 10 são dissertações provenientes de programas de mestrado e 1 tese defendida de doutorado. Dentre os 5 anos analisados, 2021 foi o ano que mais se destacou nesse estudo, sendo que o ano de 2022 não apresentou esse tipo de trabalho e pesquisa, conforme mostra a figura 5:

Figura 6: Distribuição de dissertações e teses em pesquisa aplicada por ano



Fonte: OPAJor (2024)

Analisando esses tipos de pesquisa por estado, Pernambuco lidera com 6 trabalhos, sendo 5 dissertações e 1 tese. As pesquisas de dissertações fazem parte do mestrado profissional em Indústrias Criativas, da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), enquanto que a tese de doutorado é pertencente ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). A alta nos trabalhos em pesquisa aplicada nessa região pode ser explicada pelas propostas de ensino no programa da UNICAP, que tem como principal objetivo trazer pesquisas voltadas para o mercado. Nessa busca constatou-se também 3 trabalhos da Paraíba, tendo 2 deles defendidos no mestrado profissional em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba nesse

período. O Maranhão com uma dissertação no mestrado profissional da Universidade Federal do Maranhão se igualou ao estado de Sergipe que teve uma dissertação com a metodologia experimental defendida em 2023 no programa de mestrado em Comunicação na Universidade de Sergipe.

4.2 TEMAS ASSOCIADOS ÀS DISSERTAÇÕES E TESES

A partir da análise do *corpus* foi possível eleger 3 categorias de temas nas dissertações e teses, sendo elas: Jornalismo Digital , Inovação Jornalística e Jornalismo Regional. As informações acerca de cada trabalho pode ser observado abaixo na tabela 1:

Quadro 1: Dissertações e teses com pesquisa aplicada em jornalismo no Nordeste (2020-2024)

Título	Tipo	Tipo de Pesquisa	Autor	Instituição/ Programa	Ano	Área
MILA, uma proposta de tecnologia na educação: uso de textos jornalísticos em sala de aula	Dissertação	Experimental	Ana Luiza Montenegro Erthe	UFPE Programa de pós graduação em Comunicação: Mestrado acadêmico	2023	Inovação Jornalística
A população em situação de rua no site da agência de notícias: Prefeitura de Aracajú e o impacto nos sites Gi Sergipe e Infonet	Dissertação	Experimental	Anderson Barbosa Morais	UFS Programa de pós-graduação em Comunicação: Mestrado acadêmico	2023	Jornalismo Digital
Livro-reportagem: Bom dia Paraíba, a história de um telejornal que já nasceu político	Dissertação	Experimental	Felipe Nunes	UFPB Programa de pós-graduação em Jornalismo: Mestrado profissional	2021	Jornalismo Local
Curadoria de conteúdo: proposta de um método para plataforma digital	Dissertação	Experimental	Gabriela Viana Leão	UNICAP Programa de pós-	2020	Jornalismo Digital

				graduação em Indústrias Criativas: Mestrado Profissional		
Website de notícias esportivas produzido por mulheres: empoderamento nos esportes através da comunicação	Dissertação	Experimental	Germana Lúcia Macambira	UNICAP Programa de pós- graduação em Indústrias Criativas: Mestrado Profissional	2021	Jornalismo Digital
Jornalismo digital e memória: uma proposta de protocolo para transformar acervos impressos em conteúdos digitais a partir da Revista Playboy	Dissertação	Experimental	Geylson Antônio de Souza	UFMA Programa de pós graduação em comunicação: Mestrado Profissional	2023	Jornalismo Digital
Produção do telejornalismo em tempos de mídias digitais: fluxograma de aproveitamento de conteúdo criado para TV Clube/ TV Record	Dissertação	Experimental	Isly Viana de Melo Ximenes	UNICAP Programa de pós- graduação em Indústrias Criativas: Mestrado Profissional	2020	Jornalismo Digital
A reportagem especial transmídia: uma proposta de roteirização	Tese	Experimental	Marcos Carcvalho Macedo	UFPE Programa de pós graduação em Comunicação: Doutorado acadêmico	2024	Inovação Jornalística
Suporte informacional(aplicativo) de apoio aos usuários de crack, dependentes e codependentes: projeto Hope	Dissertação	Experimental	Maria Laura Lucena	UFPB Programa de pós- graduação em Jornalismo:	2020	Jornalismo Digital

				Mestrado profissional		
Aplicativo de notícias ao pé do ouvido: inclusão digital e garantia de autonomia nas apropriações de notícias online por pessoas com deficiência visual	Dissertação	Experimental	Mariana Clarissa da Conceição	UNICAP Programa de pós-graduação em Indústrias Criativas: Mestrado Profissional	2021	Jornalismo Digital
Livro-reportagem: Paraíba no prato, orgulho no peito: a gastronomia argoril paraibana e a trajetória do Chef Ornildo Rocha	Dissertação	Experimental	Tatiana Ramalho Barbosa	UFPB Programa de pós-graduação em Jornalismo: Mestrado profissional	2021	Jornalismo local

Fonte: OPAJor (2024)

4.2.1 Jornalismo Digital

Na era digital, o jornalismo depara-se com profundas transformações na sociedade e atrelado a isso, o jornalismo digital surgiu como uma forma de revolucionar os meios tradicionais e a maneira de divulgar notícias. Dentre as inúmeras vantagens do jornalismo digital, a mais importante delas refere-se a seu potencial (KAWAMOTO, 2003).

A respeito da inserção da era digital no jornalismo, Kawamoto (2003, p. 4) reforça:

É por isso que tantos jornais e empresas de comunicação estão investindo cada vez mais na área. O jornalismo online tem o poder de extrair as melhores coisas das mídias tradicionais (jornais, revistas, rádio e televisão), e “reembalar” em um produto novo e único carregando os aspectos positivos das mídias já existentes e poucos, caso existam, dos negativos.

Fazer pesquisa que traga a problemática do jornalismo digital nos dias atuais e sua importância para o mercado de trabalho tem despertado o interesse de pesquisadores na área de pesquisa aplicada, visto que a temática se torna repetitiva em grande parte dos estudos. A produção de telejornalismo nas

mídias digitais é um exemplo do que foi abordado nessa temática, podendo destacar também as pesquisas que envolveram narrações jornalísticas e produção de sites interativos para difundir notícias.

4.2.2 Inovação Jornalística

A pesquisa aplicada em jornalismo, no contexto na inovação entra como um potencial para se pensar em transformação da atividade jornalística, que busca através dela uma maneira de solucionar os problemas, se adaptando às transformações vividas na profissão. Segundo Dogruel (2014, p.54),

Desenvolver melhorias e criar novos produtos e processos têm sido um axioma difundido na literatura sobre o funcionamento das empresas em um ambiente capitalista competitivo. As indústrias de mídia são, neste contexto, uma expressão específica desta possibilidade. Englobam inovações nas indústrias de mídia aspectos como novas tecnologias, novos conteúdos de mídia, mudanças organizacionais, novos serviços e modelos de negócio.

De acordo com a análise do presente estudo, os trabalhos em pesquisa aplicada que tiveram como principal áreas abordadas a tecnologia e transmídia. A tecnologia nos trabalhos de inovação e jornalismo mostra-se cada vez mais presente, visto que faz parte da transformação que a profissão vive atualmente. O trabalho de tecnologia em questão visou a elaboração de um aplicativo que tinha como proposta otimizar processos educacionais através de matérias jornalísticas.

Já a transmídia, destaca-se por ser uma ferramenta poderosa para o jornalismo contemporâneo, adaptando-se às mudanças no consumo de mídia e nas expectativas do público. Dentre as características de inovação a narrativa é uma delas, pois permite que jornalistas experimente novas formas de contar histórias, utilizando recursos interativos e visuais que não seriam possíveis em formatos tradicionais. Em pesquisas aplicadas, esse tema pode ser explorado de diversas maneiras, trazendo propostas que possam preencher lacunas e trazer melhorias ao jornalismo. A exemplo disso, temos a pesquisa presente nesse estudo que introduziu esse tema para propor um método de roteirização para reportagens especiais.

4.2.3 Jornalismo Regional

O jornalismo regional é um segmento da comunicação que se concentra na cobertura de notícias, eventos e questões de interesse local ou regional. Ele abrange informações sobre cidades, estados e comunidades, focando em assuntos que impactam diretamente a vida dos cidadãos nessas áreas. (AGUIAR, et al. 2023)

Na pesquisa aplicada, dentro desse estudo essa temática esteve presente em trabalhos de livro-reportagens que tratava de assuntos referentes ao telejornalismo e jornalismo gastronômico. Produtos como esses partem da necessidade de entender a cultura e as particularidades da região coberta. Os trabalhos que trouxeram essa temática são oriundos da Universidade da Paraíba, que apresenta uma forte tendência a pesquisas e tem como propostas produtos jornalísticos, visto que são provenientes de dissertações do programa de mestrado profissional da UFPB.

4.3. A PESQUISA APLICADA E SEUS PESQUISADORES

As entrevistas com os pesquisadores geraram debates à respeito da pesquisa aplicada no jornalismo e como se deu o desenvolvimento de seus trabalhos. Cada entrevista trouxe contribuições acerca de como é conduzido esse tipo de estudo e quais principais desafios e dificuldades, tendo como foco principal entender sua relevância no jornalismo e se de fato houve a inserção da pesquisa no mercado.

Ao serem questionados sobre essa temática, foi possível observar através das respostas uma visão diversificada acerca da pesquisa aplicada no jornalismo, assim como também pôde-se entender os caminhos e áreas que esses estudos tem percorrido tanto dentro da academia como nas atividades jornalísticas.

As perguntas conduzidas pelo questionário prévio foram divididas em tópicos que possibilitaram ter uma visão de como se deu o desenvolvimento de seus projetos, na qual serão detalhados a seguir.

4.3.1 A escolha pela pesquisa aplicada

A escolha do tipo de pesquisa a ser realizada em um mestrado ou doutorado é um dos momentos mais cruciais e estratégicos da formação acadêmica. Essa

decisão impacta diretamente no desenvolvimento e na contribuição científica que o pesquisador fará ao seu campo de estudo. A escolha pela pesquisa aplicada no campo jornalístico dentro desse contexto, implica em diversos fatores que partirá do objetivo que o pesquisador atribuiu à sua pesquisa.

A respeito desse dilema, as entrevistas realizadas mostraram que um dos motivos da escolha para desenvolver uma pesquisa aplicada partia de um desejo pela parte dos pesquisadores de ter uma formação que atuasse mais próximo do mercado. A exemplo disso, temos a entrevistada 1, cujo sua pesquisa de título “Aplicativo de notícias ao pé do ouvido: inclusão digital e garantia de autonomia nas apropriações de notícias online por pessoas com deficiência visual²” foi defendida no ano de 2021.

Ainda na graduação eu já tinha o desejo de fazer um mestrado, porém não via interesse em partir para a área academicista, pois estava inserida no mercado e queria algo mais prático. Mas conversando com uma professora, ela me abriu os olhos sobre elaborar algo voltado para o mercado, então foi aí que eu decidi entrar nesse programa de mestrado. (ENTREVISTADA 1, 2024)

A entrevistada 2, que atuou na TV Tupi de Pernambuco durante 6 anos e teve em seu estudo de mestrado o projeto “Produção do telejornalismo em tempos de mídias digitais: fluxograma de aproveitamento de conteúdo criado para a TV Clube/ Record TV”³, já praticava soluções para melhoria das atividades jornalísticas dentro da emissora e compartilha também do mesmo critério para escolha de fazer uma pesquisa aplicada que poderia agregar em seu espaço de trabalho.

Fazer pesquisa aplicada, partiu da abertura de mente de meu orientador que me falou da possibilidade de fazer pesquisa aplicada e eu fiquei encantada, porque eu tinha vontade de fazer um mestrado, mas ficava na dúvida porque eu sempre fui voltada para o mercado e quando fui convidada para o mestrado, que é um mestrado profissional, tinha mais esse viés, então minha pesquisa não seria diferente, pois meu curso todo foi voltado para isso, para criar soluções para o mercado. (ENTREVISTADA 2, 2024)

Ambas jornalistas fizeram parte do mestrado profissional em Indústrias Criativas, da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), que de acordo com

² Disponível em: <http://tede2.unicap.br:8080/handle/tede/1447> Acesso em: 17 out. 2024.

³ Disponível em: <http://tede2.unicap.br:8080/handle/tede/1319> Acesso em: 17 out. 2024.

os dados quantitativos levantados nesse trabalho, foi a instrução que mais apresentou dissertações e teses em pesquisa aplicada no Nordeste. Esses dados, aliados às entrevistas realizadas, permite indicar que os profissionais da área de jornalismo que pretendem fazer pesquisa aplicada nessa região, tendem a buscar esse programa de mestrado por apresentar um viés voltado para o mercado. Isso fica claro em uma das falas da entrevistada 1 (2024): “a Universidade Católica tem a fama de formar o jornalista para o mercado de trabalho, o que leva os profissionais à correrem atrás dessa produção de mercado em si”.

Outros critérios, como a necessidade de se entender de que forma a pesquisa aplicada poderia melhorar as práticas jornalísticas, estiveram presentes nas falas dos pesquisadores. O entrevistado 4, que em sua pesquisa intitulada “A população em situação de rua na agência de notícias – prefeitura de Aracaju e o impacto nos sites G1 Sergipe e infonet”, ⁴realizada no programa de Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS) analisou as matérias envolvendo moradores de rua exemplifica bem isso quando fala:

Eu sempre acreditei no Jornalismo como uma ferramenta de inclusão social e no meu dia-a-dia como reporter eu percebia que a população de rua nunca tinha oportunidade de falar e quando falava era uma fala terceirizada ou passada para os órgãos oficiais. E nos raros casos que eram ouvidos, era para cancelar algum benefício que o governo fez e queria usar a fala deles para se autopromover, mas nunca era visto como protagonista. Então eu queria entender porque isso acontecia e a vontade de tentar entender isso, fez com que eu buscasse a pesquisa com uma metodologia voltada mais para aplicação no mercado. E, a partir disso, discutir os resultados não só com a academia, mas com colegas profissionais para encontrar uma forma de melhorar a cobertura com mais inclusão social. Estudando isso, eu acreditava que poderia levar para o mercado e trazer uma melhoria, através de um jornalismo mais humanizado (ENTREVISTADO 4, 2024)

Dar continuidade ao projeto também foi um dos critérios usados para escolher a pesquisa aplicada. O entrevistado 3, teve sua tese “A reportagem especial transmídia : uma proposta de roteirização” ⁵realizada no programa de Comunicação da Universidade de Pernambuco (UFPE), onde iniciou suas pesquisas ainda na graduação, com foco em transmídia que também foi tema de

⁴ Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/19814>. Acesso em: 17 out. 2024.

⁵ Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/55522>. Acesso em: 17 out. 2024.

seu mestrado. A respeito de incluir a pesquisa aplicada em sua tese de doutorado, ele pontua:

No mestrado já tínhamos pensado em fazer um capítulo que pudesse não apenas ser analítico, mas também como fazer na prática. Porém, como o mestrado é pouco tempo, não teria como fazer isso e de fato colocamos isso como proposta de doutorado e foi aí que entrou a metodologia da pesquisa aplicada que veio para complementar a pesquisa que fiz na graduação e mestrado, levando agora para um viés de experimentação. (ENTREVISTADO 3, 2024)

Em se tratando dos livros-reportagens classificados como pesquisa aplicada de acordo com o OPAJor(2024), os pesquisadores entrevistados inseridos nesse corte de pesquisa fizeram parte do mestrado profissional de jornalismo da Universidade Federal de João Pessoa (UFPB), dando origem às seguintes pesquisas: “Paraíba no prato, orgulho no peito: a gastronomia argorial paraibana e a trajetória do Chef Ornildo Rocha⁶”, da entrevistada 5 e “Bom dia Paraíba, a história de um telejornal que já nasceu político”⁷, do entrevistado 6. Ao se questionar sobre a escolha desse produto para o mercado jornalístico, compactuaram com a mesma linha de pensamento, que era dar visibilidade à alguma área que necessitava ser retratada com mais profundidade. Como ressalta a entrevistada 5:

O jornalismo hoje em dia está tão imediato, ele está tão instantâneo, está tão curto. Então, um livro-reportagem dá a chance de um jornalista poder elaborar mais o texto, fazer um texto melhor elaborado, mesclando a literatura e o jornalismo, e isso faz com que se aproxime mais das pessoas do público, mais do que se igualando a qualquer pessoa que posta alguma coisa na internet. (ENTREVISTADA 5, 2024)

Nesse contexto, um livro-reportagem pode ser classificado como pesquisa aplicada porque, apesar de sua natureza jornalística e narrativa, ele pode se basear em um processo investigativo que busca solucionar problemas ou responder questões práticas, típicas desse tipo de pesquisa.

4.3.2 Objetivos e problemáticas

⁶ Disponível em:

https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFPB_751d3819c39bf9d1adbd71ee7b8fbe6/Details Acesso em: 17 out. 2024.

⁷ Disponível em:

https://oasisbr.ibict.br/vufind/Record/UFPB_c555f26c476e0d16dcc7474949e96a09/Details Acesso em: 17 out. 2024.

Entender o objetivo das pesquisas dos entrevistados ajudou a conhecer as áreas de atuação que a pesquisa aplicada tem suprido dentro do jornalismo. O objetivo da pesquisa aplicada define claramente o que se pretende investigar e qual é a utilidade prática dessa investigação. Pode-se afirmar que dentro dos trabalhos analisados nesse estudo, as entrevistas mostraram o quanto a pesquisa aplicada pode trazer à luz questão que precisam ser priorizadas no contexto atual em que essa profissão se encontra.

Dentro do tema de mídias digitais, a acessibilidade nas matérias jornalística foi um dos assuntos debatidos nas pesquisas. Em suas palavras, a entrevistada 1, que criou um aplicativo de notícias no intuito de garantir autonomia aos deficientes visuais, explica sobre o objetivo que desencadeou sua pesquisa aplicada:

O objetivo principal da minha pesquisa foi garantir que a informação jornalística chegue com qualidade nas pessoas com deficiência visual. Então eu optei por solucionar o problema de acesso à notícias, onde inicialmente analisei os principais portais de Pernambuco para entender a acessibilidade desses portais. Posteriormente a isso decidi criar um aplicativo agregador de notícias para que os deficientes pudessem se informar sem que houvessem barreiras. (ENTREVISTADA 1, 2024)

Além do objetivo, a problemática de pesquisa em um estudo aplicado é de suma importância para o desenvolvimento do estudo, que geralmente começa com a identificação de um problema prático que precisa de uma solução. Esse problema pode surgir de várias fontes, como foi observado pelo entrevistada 1 em seu ambiente de trabalho:

Eu trabalhava na assessoria de imprensa de um órgão do estado de Pernambuco, que é um secretaria que tem o apoio a pessoas com deficiência como atuação. Um dia um dos gerentes dessa empresa que apresenta uma deficiência visual me questionou sobre a falta de acessibilidade no site dessa secretaria, o que tornava muito contraditória termos uma secretaria que atua para essa causa e não garantir informação para todos que é de interesse público. Esse mesmo gerente me mostrou uma configuração de leitor de tela para acessibilidade presentes nos dispositivos móveis, porém ele explicou que nos portais de notícias apresentava muitas imagens que não conseguia dizer o que é, tornado inacessível para os portadores de deficiência visual. A partir disso, acendeu uma luz em minha cabeça e fiquei me questionando como as pessoas com deficiência visual tinham acesso aos conteúdos de notícias. (ENTREVISTADA 1, 2024)

Observar como a imprensa produzia as matérias com foco nos moradores de rua e como essas matérias repercutiam nos meios comerciais também fez parte dos objetivos citados pelos pesquisadores. O entrevistado 4 relata que a partir dessa observação, pôde pensar em gerar estratégias para melhorar a divulgação desses tipos de notícias, focando no cidadão de rua e dando voz a ele. Segundo o pesquisador, a problemática que desencadeou esse objeto de estudo surgiu da necessidade de se fazer um jornalismo mais humanizado:

Os meios de comunicação não fazem um jornalismo tão humanizado como deveria, colocando o entrevistado como protagonista, para que ele pudesse falar seus problemas e nos casos dos moradores de rua, não serem julgados pelo estereótipos. O problema era justamente entender como essa cobertura era feita e porque tem tanto silenciamento, já que eu percebia que esse grupo da população não tinha tanto espaço. Havia uma pseudo escuta e silenciamento. (ENTREVISTADO 4, 2024)

Trazendo a pesquisa aplicada para o tema de inovação, o entrevistado 3, cujo projeto de doutorado buscou desenvolver a transmídia através de análise de reportagem da Folha de São Paulo, explica sua problemática de pesquisa:

A problemática parte principalmente dos jornalista não terem digamos que um guia para o desdobramento de tema para fazer uma reportagem transmídia. Não tinham um método determinado para fazer repostagens especiais em transmídias e queríamos comporvar isso. A gente queria propor um método para roteirizar, não no sentido restrito da palavra, mas no sentido de planejamento e como eu vou apurar, pois como se trata de levar para diversas mídias, precisa de um certo planejamento e um horizonte, pois sem ter isso ,você vai se perder no meio do caminho. (ENTREVISTADO 3, 2024)

Ainda sobre jornalismo digital, a entrevistada 2 explica que seu objetivo de estudo surgiu bem antes de iniciar o mestrando, quando na sua rotina de atividade em TV criou um método de checagem para levar as informações vindas do público de uma forma ágil e com credibilidade. Em suas palavras, a jornalista explica que sua pesquisa “foi um projeto que não saiu da academia e foi para o mercado, ele saiu do merdado, foi melhorado pra academia e voltou para o mercado.” A incorporação da sua pesquisa no trabalho jornalístico se deu por meio da proposta de implantação de um método que otimizava as informações vinda das ruas pela população durante a apresentação do programa.

Sobre a problemática central da sua pesquisa aplicada, a entrevistada 2 (2024) explica:

A problemática seria dar uma ferramenta para emissoras de pequeno porte poderem seguir pulando etapas, que não tivessem que passar por todo processo para criarem suas próprias ferramentas. E obvio que o objetivo era evitar fake news, notícias falsas. A ferramenta me ajudou a ser mais ágil.

Segundo a análise dos temas abordados nas pesquisas presentes nesse estudo, o jornalismo regional esteve presente em dois dos trabalhos, onde ambos foram desenvolvidos em formato de livro-reportagem que de acordo com as entrevistas, tinham o objetivo de abordar alguma área referente ao jornalismo e sua região. A entrevistada 5, cujo produto resultou em um livro-reportagem que tem como título "Paraíba no Prato, Orgulho no Peito: a gastronomia armorial paraibana e a trajetória do chef Onildo Rocha", exemplifica bem isso em sua pesquisa:

Eu sempre quis fazer um livro-reportagem. E o meu interesse era unir a área da gastronomia com o jornalismo e fazer um produto que pudesse ser acessível para que as pessoas conhecessem. Além disso, eu tinha a pretensão de tornar mais conhecido um grande chefe de cozinha chamado Onildo Rocha aqui de Paraíba que é muito bom, muito reconhecido nacionalmente, mas que ainda tem muita gente não sabem quem ele é e o que ele faz. Então a minha intenção foi que ele se tornasse conhecido, mais conhecido, aqui, localmente. (ENTREVISTADA 5, 2024)

Em se tratando da problemática dentro do jornalismo que ela buscou resolver em sua pesquisa ela explica:

O problema a ser solucionado no meu projeto foi fazer as pessoas entenderem mais sobre jornalismo gastronômico, já que em termo de pesquisa é um pouco escasso e no mercado não se vê reportagens aprofundadas sobre esse tema. E meu objetivo era fazer isso através do livro-reportagem. Sabemos que a gastronomia sempre esteve presente nos meios de comunicação, desde a televisão. No meu caso, eu queria mostrar a culinária mais local através da cultura gastronômica dessa região, pois a gastronomia faz parte da cultura. (ENTREVISTADA 5, 2024)

O jornalismo regional também esteve presente no livro-reportagem "Bom dia Paraíba, a história de um telejornal que já nasceu político" do entrevistado 6, cujo objetivo de se fazer esse produto foi resgatar a história da cobertura política no Bom dia Paraíba. Segundo ele, a pesquisa buscou "compreender a evolução da

cobertura ao longo de 30 anos, com as transformações provocadas pelo tempo e novas tecnologias” (ENTREVISTADO 6, 2024).

4.3.3 Aplicação no mercado jornalístico

A pesquisa aplicada desempenha um papel fundamental no mercado jornalístico que através de métodos científicos, permite aos jornalistas e empresas de mídia um entendimento melhor os fenômenos sociais, culturais, econômicos e políticos, orientando a produção de notícias, reportagens e análises.

Levando em consideração o distanciamento histórico existente entre o mercado e universidade, para se levar ao profissional atuante no mercado o que se tem dentro da academia, é preciso romper barreiras existentes entre esses dois setores, como enfatizou a entrevistada 1:

No meu processo de pesquisa entendi que na maioria das vezes quando estamos fazendo um projeto de mestrado ou doutorado, recorremos muito aos livros, artigos, bibliografias e não nos atentamos ao que diz o mercado. Muitas vezes estamos imersos no estudo e não perguntamos ao profissional que está atuante no mercado e acabamos não indo além da academia. Eu quis aproximar o ensino com o mercado rompendo essa barreira e me aproximando do profissional, para entender o que ele pensava a respeito do meu tema e como eles atuavam nesse segmento. Isso fez com que eles também se questionassem a respeito do que estavam fazendo para dar acessibilidade de notícia aos portadores dessa deficiência.(ENTREVISTADA 1, 2024)

Um dos questionamentos principais desse trabalho, gira em torno de descobrir a que passo anda os projetos de pesquisa aplicada após o término do mestrado ou doutorado, que através disso buscou-se entender se houve sua afetivação dentro do mercado jornalístico. Acerca desse ponto, a entrevistada 1, que concluiu sua pesquisa em 2021 enfatizou:

O aplicativo gerado pela minha pesquisa recebeu o nome de Lume e eu precisei tirar ele do ar pois no momento não temos mais recurso para mantê-lo e é aí que está uma outra dificuldade da pesquisa aplicada. O Google formentou a gente por apenas 1 ano e durante esse tempo conseguimos manter os portais e aplicativo. Sendo assim o aplicativo ficou no ar por apenas um ano, depois tentamos manter por conta própria, mas isso não durou muito tempo. Atualmente conseguimos a aprovação de um outro recurso, dessa vez pela FACEPE e iremos retomar a Lume, dessa vez buscando também acessibilidade para os deficientes auditivos. (ENTREVISTADA 1, 2024)

A falta de recursos, que será detalhada mais adiante, foi um dos pontos decisivos sobre como se deu o andamento de cada projeto, e se estão atuando no

mercado. Outros pesquisadores, como o entrevistado 4, que buscou trazer visibilidade aos moradores de rua através de seu estudo, tem buscado essa efetivação os seus resultados no mercado jornalísticos. Como explica o jornalista:

As lacunas da minha pesquisa começaram a ser preenchidas. Essa lacuna de tentar trazer essa aproximação, de fazer universidade e mercado de trabalho pensar um pouco mais sobre o que é produzido, sobre aquele produto. Então, esse foi o objetivo principal. E eu acho que eu comecei metade, pelo menos. Eu vi muitas matérias que tinham, teoricamente, problemas não técnicos, mas problemas de respeito mesmo ao cidadão. Uma escuta mais qualificada, que acaba impactando na qualidade que você entrega. Então, eu acho que nesse ponto, a dissertação conseguiu chegar a essa intervenção de que é preciso dar uma parada, dar uma analisada, refletir mais antes de escrever, antes de colocar a notícia no ar. Eu acho que nesses três pontos, a dissertação, pelo menos, conseguiu trazer de contribuição essa reflexão, de repensar a forma, refletir sobre como um produto, ele chega, a essência do jornalismo, que eu acho que é fundamental, desde a faculdade, até a academia. (ENTREVISTADO 4, 2024)

Ele relatou que planeja dar continuidade à pesquisa em um programa de doutorado, que por apresentar uma maior duração, pode trazer resultados mais concretos que se adequem ao mercado jornalístico.

Sobre a continuidade da pesquisa, no momento tenho uma plataforma digital que trata do tema, e uma série no YouTube, onde busco dar protagonismo `a essas pessoa... Eu tenho pretensão de trazer mais aplicação a ela no mercado dentro do doutorado e assim dar continuidade, ouvindo a população, a imprensa, e fazer o produto que seria o guia. (ENTREVISTADO 4, 2024)

Por outro lado, o projeto de roteirização de transmídia pensou em trazer essa aproximação com o mercado através da formação de estudantes de jornalismo, que utiliza métodos nas quais podem também ser aplicados nas redações. A respeito disso, o entrevistado 3 explica:

Do ponto de vista como a gente pensou, queríamos aproximar do mercado a partir da formação dos estudantes, no contexto que a gente estava de testar somente, de fazer a aplicação do método com estudantes. Então a contribuição da pesquisa foi essa, o método dele foi pensado pra o ensino, mas ele pode ser aplicado nas redações. Na verdade estou tentando fazer um experimento agora no serviço onde estou trabalhando, que é um jornal impresso. Acredito que não existe essa cultura nas redações. Acho que a contribuição para uma empresa que se deseja investir em jornalismo de qualidade é utilizar diversas plataformas para discutir um assunto em pauta e se aprofundar. Enquanto o método, a medida que os profissionais conseguem pegar a lógica, acaba se tornando algo rotineiro e redefinido pelo profissional. (ENTREVISTADO 3)

Dessa forma, ele explica que algumas limitações como a falta de recursos e a pandemia fizeram com que o projeto não se efetivasse no mercado como planejado. Atualmente, o pesquisador tem planejado inserir os resultados de sua pesquisa dentro de seu ambiente de trabalho, no intuito de mostrar que é possível criar um método de fazer uma reportagem transmídia de modo que venha a ser eficaz e alcançar um maior público. Como enfatizou o pesquisador:

No momento estamos pensando em aplicar a pesquisa em algum veículo público de comunicação e dentro das limitações estou tentando introduzir a temática onde estou trabalhando e mostrar que é possível (transmídia) pois os veículos da minha empresa não se conversam com os conteúdos.(ENTREVISTADO 3)

A pesquisa aplicada na TV apresentado nesse trabalho, de acordo com a fala da jornalista da entrevistada 2, teve como proposta trazer soluções que já haviam sido experimentado em seu ambiente de trabalho e buscou a academia para que esses métodos pudessem ser aperfeiçoados, que segundo a jornalista, os resultados serviram de estudo ensino nas universidades. Ela pontua dizendo :

Gerou resultados e hoje ainda continua sendo praticado na TV Clube, na emissora de Santa Catarina e em algumas universidades como modelo de estudo para estudantes na disciplina de TV e mídias digitais. Mas é mais utilizada a título de pesquisa e estudo, não é uma ferramenta que foi vendida como produto. É mais na contribuição acadêmica mesmo, até porque ele é uma ferramenta fácil de ser replicada, então não fazia sentido vender um produto que qualquer pessoa olhando meu projeto podia replicar. (ENTREVISTADA 2)

Os livros-reportagens, por sua vez, não se inseriram no mercado devido às dificuldades enfrentadas durante a sua pesquisa e produção. O entrevistado 6 explicou que após o fim do programa de mestrado não buscou uma forma de publicá-lo. O mesmo ocorreu com a entrevistada 5, como citado pela pesquisadora a seguir:

Não conseguimos publicar por falta de recursos, mas disponibilizamos na versão digital para jornalistas e para o público em geral. No final acabei tendo meu objetivo alcançado que era divulgar essa área do jornalismo ainda pouco explorada e divulgar também a cultura regional. No momento ele não houve continuidade. Já pensei em ir em busca de recurso para publicar o livro físico, mas acabei não indo atrás.(ENTREVISTADA 5)

Dessa forma, pode-se ver que apesar da relevância e importância dos projetos no meio jornalísticos citados por esses pesquisadores, os resultados obtidos não estão atuantes no mercado como se propõe a pesquisa aplicada. A explicação para isso pode estar nas dificuldades enfrentadas pelos pesquisadores do desenvolvimento da pesquisa, detalhados por eles a seguir.

4.3.4 Os desafios segundo os pesquisadores

A pesquisa aplicada no jornalismo apresenta diversos desafios específicos, tanto na sua execução quanto na implementação dos resultados, sendo necessário encontrar um equilíbrio entre a teoria e a prática. Ao abordar esse tema na entrevista, foram encontradas diversas dificuldades em partir para o lado prático da pesquisa, segundo os pesquisadores.

Dentre as principais dificuldades, estão a durabilidade do programa de pesquisa e falta de recurso, como enfatizou a entrevistada 1 :

Um dos grandes desafios em se fazer pesquisa aplicada está no tempo de duração do mestrado, pois além de pesquisar muito tem que ter contato com o público e mercado, o que exige mais tempo. A segunda dificuldade está nos recursos oferecidos pela instituição, pois dependendo do que você propõe, a universidade não vai ter estrutura para proporcionar além de um protótipo. A Católica não teve como me proporcionar uma equipe de desenvolvimento para eu constuir de fato um aplicativo. Eu consegui fazer minha pesquisa porque tive o financiamento do Google e com isso paguei os desenvolvedores. Então dependendo da instituição que você está fazendo a pesquisa, não irá conseguir sair de lá com um produto concreto

Segundo os pesquisadores, os programas de pós-graduação que não apresentam proposta profissional tendem a ter mais dificuldade com o que se propõe a pesquisa aplicada.

O entrevistado 4 ressalta isso em suas dificuldades:

A primeira dificuldade foi a universidade entender qual era a proposta da minha pesquisa. Que era justamente trazer um problema do mercado para a academia resolver. Esse foi o principal problema que eu tive, de não conseguir fazer essa ponte do mercado com a universidade. O segundo problema foi a pouca experiência em pesquisa, eu não sabia mesmo pesquisar.

Outro desafio enfrentado pelo jornalista estava na forma de orientação ou na ausência dela que acabava impactando no andamento na pesquisa. Fator esse

que atingia principalmente os pesquisadores que vinham diretamente do mercado e tinham pouco conhecimento acerca da pesquisa acadêmica.

Eu e meu orientador tínhamos visões muito diferentes e isso interferiu muito no andamento da pesquisa. Eu pretendia trazer um problema do mercado para a academia resolver e não consegui fazer essa ponte. O segundo desafio foi que acabei tendo pouca orientação. Meu orientador foi um pouco ausente para me guiar e como eu vinha do mercado eu tinha pouca experiência em pesquisa, e precisava de orientação. Então essa foi a maior dificuldade que tive. Eu tinha a ideia, mas não sabia para onde ir. (ENTREVISTADO 4, 2024)

Outro fator relevante citado nas entrevistas estava da falta de compreensão teórica à respeito do que era uma pesquisa aplicada e como conduzir esse tipo de metodologia no jornalismo. Essa dificuldade, aliada à pandemia da Covid-19 que coincidiu no tempo em que estava concluindo o doutorado, foram os principais desafios enfrentados pelo entrevistado 3:

O primeiro desafio foi entender o que é pesquisa aplicada. No projeto de tese não estava posto que seria uma pesquisa aplicada, foi no decorrer do processo que vimos que precisava ter essa metodologia. Outro desafio específico foi a pandemia, e na etapa de testagem do método nós pressupomos que os estudantes já tinham um certo conhecimento dessa divisão temática, então levamos o método e explicamos que precisava ter uma noção anterior de como se organiza um mapa e fomos também atrás de elementos para pensar no processo ensino aprendizagem.

Esse desafio também foi sentido na pesquisa do entrevistado 6 durante a elaboração do seu livro-reportagem:

Era um período de pandemia de Covid-19 e pelo menos duas vezes precisei parar a pesquisa. Os entrevistados eram pessoas idosas. Com alguns tive contato por telefone e eles faleceram pouco depois sendo um deles por Covid-19. Então, a principal dificuldade foi em razão da eclosão dessa pandemia, pouco após de iniciada minha pesquisa. (ENTREVISTADO 6, 2024)

A pandemia da Covid-19 pode ser a resposta para os baixos números em pesquisa aplicada no ano de 2022, que de acordo com os dados encontrados no OPAJor (2024) foi relatada uma queda significativa de trabalhos publicados em pesquisa aplicada nos anos consecutivos à ela.

Para a entrevistada 6, que também produziu um livro-reportagem, os desafios encontrados se resumiram mais ao processo pré-produção. Em entrevista, a pesquisadora reforça:

Os principais desafios, como sempre, é entrevistar todo mundo que você quer entrevistar. Eu fiz um planejamento para o meu livro reportagem, que tinha que entrevistar várias pessoas, e algumas não são de João Pessoa, apesar de a pandemia ter feito essa facilidade de prover recursos como esse que a gente tem, mas, mesmo assim, são pessoas muito ocupadas, então, o mais difícil para mim foi entrevistar todo mundo.

Por outro lado, a entrevistada 2, ao falar sobre as dificuldades encontradas em seu projeto, detalha que em alguns casos como o dela, a dificuldade não está em executar a parte prática da pesquisa e sim em outros fatores. Sobre esses fatores, a jornalista explica:

Eu achava que iria enfrentar mais, mas como a pesquisa foi baseada em algo que eu criei, implantei e executava, o desafio foi buscar referências daquilo que eu fazia e não encontrei naquela época referências de ferramentas semelhantes, então não tinha nada sobre isso. Eu não encontrei referências sobre as ferramentas e sim sobre a importância delas. Esse foi um dos desafios, mas fiquei feliz em saber que aquilo que eu fazia no improviso se tornou uma ferramenta importante para pequenas emissoras.

Em suma, pode-se ver que os desafios enfrentados para realizar uma pesquisa aplicada variam conforme a escolha dos procedimentos adotados, os recursos utilizados e até mesmo o quanto o pesquisador tem afinidade com o tema, podendo interferir no resultado final do projeto. Esses fatores podem ser determinantes para o andamento da pesquisa e para alcançar o mercado. O quadro a seguir traz o resumo das dificuldades em se fazer pesquisa aplicada, atrelado à atuação desse projeto no mercado atualmente, segundo os pesquisadores entrevistados:

Quadro 2: Resumo das dificuldades da pesquisa e sua atuação no mercado

Projeto	Ano de finalização	Principais dificuldades	Atuação no mercado
Aplicativo de notícias ao pé do ouvido: inclusão digital e garantia de autonomia nas apropriações de notícias online por pessoas com deficiência visual	2021	- Tempo de duração do mestrado; - Falta de recurso financeiro	O aplicativo Lume gerado através do projeto, no momento encontra-se parado devida à falta de recurso
A população em situação de rua no site da agência de notícias: Prefeitura de Aracajú e o impacto nos sites Gi Sergipe e Infonet	2023	- Pouca experiência com a pesquisa; - Orientação	Os resultados obtidos através de sua pesquisa não foram aplicados ao mercado. O pesquisador tem planos de levar adiante

			a pesquisa para um doutorado e gerar um produto.
A reportagem especial transmídia: uma proposta de roteirização	2024	- Pandemia - Entender o que é uma pesquisa aplicada	No momento há um planejamento de inserir o experimentada pesquisa em seu trabalho, que é um jornal impresso
Produção do telejornalismo em tempos de mídias digitais: fluxograma de aproveitamento de conteúdo criado para TV Clube/ TV Record	2020	- Falta de referências sobre o tema	O projeto trouxe mais contribuição acadêmica e por se tratar de um método fácil de ser resplicado, não teve pretensão de comercializar
Livro-reportagem: Paraíba no prato, orgulho no peito: a gastronomia argorial paraibana e a trajetória do Chef Ornildo Rocha	2021	- Etapa pré-produção de entrevista	Por falta de recurso o livro não foi publicado
Livro-reportagem: Bom dia Paraíba, a história de um telejornal que já nasceu político	2021	-Pandemia; -falta de recursos	Por falta de recurso o livro não foi publicado

FONTE: Produção própria

Apesar dos anos que esse estudo utiliza nesse corte de pesquisa ser relativamente recente por se tratar de trabalhos que foram defendidos nos últimos cinco anos, o que chama a atenção no quadro é o fato deles não estarem inseridos no mercado, mesmo em se tratando dos trabalhos defendidos à mais tempo.

4.3.5 A importância dos recursos

A importância dos recursos financeiros na realização de uma pesquisa acadêmica é fundamental para garantir a qualidade, a profundidade e a credibilidade do trabalho desenvolvido. Segundo dados do Instituto de Estatística da Unesco⁸, o Brasil investe cerca de 1,3% do PIB em ciência e tecnologia, um nível semelhante ao de Portugal, bem abaixo da Coreia do Sul, com cerca de 5%, mas bem acima de outros países latino-americanos como México e Chile.

⁸Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/fieldoffice/brasil/abou>. Acesso em: 19 out. 2024

Na pesquisa aplicada, a obtenção de recursos financeiros permite que o pesquisador planeje de maneira mais robusta e eficiente as atividades do projeto, estabelecendo os recursos necessários para alcançar os objetivos propostos.

A entrevistada 1 cita a importância desses recursos em sua pesquisa, que segundo a pesquisadora, só foi possível ser finalizada após o mestrado, quando recebeu um fomento para dar continuidade ao que havia iniciado na pós-graduação:

Acredito que se não recebemos recursos e nenhum tipo de apoio ou fomento, é muito difícil a gente conseguir concretizar uma pesquisa aplicada. Então, para nós pesquisadores dessa área, as BigTechs são de extrema importância, como o Google, como a Meta, ou até então o Twitter. As BigTechs estão olhando para as academias querendo ver produtos saindo de lá, investindo dinheiro.

As chamadas “big techs”, citadas pela pesquisadora, são grandes organizações de empresas de tecnologia que atuam na maior parte do globo. É o caso de empresas como o Google e a Microsoft, por exemplo, que trouxeram grandes mudanças na forma de pesquisar e produzir. Sobre o recurso recebido da Google, a entrevistada 1 salienta:

Eu ganhei um recurso do Google para colocar meu projeto em prática. Eu criei o aplicativo e o google fomentou. Eles investiram 700 mil em meu projeto, que proporcionou que eu montasse uma equipe. O produto vem muito do que a gente estuda e pesquisa nas universidades. Isso faz com que eu tenha uma certa esperança que isso que cada vez mais as BigTechs vão ter consciência da importância dessas pesquisas e investir cada vez mais, principalmente nas universidades particulares. Quando eu terminei o mestrado e consegui esse recurso do Google foi aí que apliquei ainda mais.

Quando se trata de livros-reportagens na pesquisa aplicada, o recurso também é um fator decisivo para que a pesquisa possa ser concluída e inserida no mercado. O entrevistado 4 relatou como isso interferiu na pesquisa de seus colegas de mestrado que tinha esse fator como uma das principais dificuldades:

É sempre bom e importante ter recurso quando se faz algo produto. Vi de perto exemplos de colegas de pesquisa na época do mestrado que tinham muita dificuldade de concluir suas pesquisas por não ter um incentivo financeiro. Aqui no Brasil é muito escasso, e isso é lamentável. No meu caso recurso financeiro foi importante para as viagens que ocorreram com o objetivo de entrevistar pessoas que não queriam ser entrevistadas via Meet, mas que fiz com recurso próprio.

O contexto político em que o país se encontra também torna-se decisivo para que os programas de pós-graduação recebam os recursos necessários para o desenvolvimento de seus projetos, que além de fomento, inclu também bolsas de estudos que contribuem para que o pesquisador consiga se manter até o finalizar o tempo de curso. É o que explica o entrevistado 3, que passou por essas dificuldades em seu doutorado:

Não recebi recurso para o projeto, inclusive, só nos últimos dois anos foi que consegui uma bolsa, então precisei conciliar a pesquisa com o trabalho. E também tem o fato de que inicialmente não tínhamos pensado em ser uma pesquisa aplicada e tem a questão do contexto em que se encontrava as universidades públicas naquela época no governo Bolsonaro que houve corte de bolsas e as áreas de humanas acabam sendo bem mais prejudicadas. Mas de fato, se tivéssemos tido recurso, teríamos feito um projeto interdisciplinar, pois vemos a vocação disso (pesquisa aplicada) para interdisciplinaridade, não pega apenas jornalismo. E não conseguimos isso, então tivemos que usar o mínimo de pesquisa aplicada para tentar dar conta de alguma coisa.

4.3.6 A importância da pesquisa aplicada no jornalismo

A pesquisa acadêmica no jornalismo mostra-se cada vez mais necessária, diante do cenário de mudanças e novos formatos que vivenciamos atualmente. Na pesquisa aplicada, os produtos e resultados gerados a partir do trabalho são de suma importância e relevância, que quando inseridos no mercado, podem trazer grandes contribuições na área. Foi o que pôde-se ver nos trabalhos analisados nesse corte, que apesar de ainda não estarem inseridos no mercado, mostram-se importantes em diversas áreas do jornalismo com potencial para trazer mudanças significativas.

Segundo os pesquisadores, os benefícios que esse tipo de pesquisa pode trazer vão além da contribuição acadêmica, podendo atingir não só o mercado jornalístico, como também impactar na sociedade.

A exemplo de como a pesquisa aplicada pode ser transformadora, a entrevistada 1 afirma:

Acredito que o meu projeto busca por inclusão e por acesso de qualidade. Então, primeiramente a grande importância do meu projeto é promover essa inclusão no jornalismo, fazendo com que os jornalistas pensem em acessibilidade e pensem nas pessoas com deficiência como um público

consumidor de notícia que precisa ser lembrado. Seja na hora da produção da pauta, produção da matéria, distribuição dessa matéria, construção do site, construção da matéria de TV.

Apesar da importância de sua pesquisa e a busca por essa acessibilidade, a pesquisadora cita que as dificuldades citadas por ela anteriormente, principalmente a falta de fomento necessário para o desenvolvimento e poder manter o produto fez com que o projeto tomasse uma nova configuração dentro do mercado. Sobre essa transição em sua pesquisa, a entrevistada 1 explica:

No momento atual, a LUME virou a minha empresa de consultoria, treinamento, produção de conteúdo acessível e produção de produtos com base tecnológica pensado para garantir informação para as pessoas com deficiência. Juntamente com uma sócia, que também tem um portal de notícia acessível chamado Eficientes, estamos criando o Instituto de Inovação e Acessibilidade Comunicacional, que se chama Inovae.

Voltando para o jornalismo de rua, ao tratar de notícias envolvendo a população mais vulnerável, o entrevistado 4 destaca o quanto pesquisas como a dele podem ser necessárias quando os focos são voltados para esses aspectos:

O meu trabalho é uma dissertação para se repensar na forma de fazer jornalismo humanizado, pois o jornalismo precisa praticar a cidadania e ter uma ponte para as minorias. Então minha pesquisa buscou possibilitar que essas vozes fossem escutadas.

Não só no mercado, mas a pesquisa aplicada preenche lacunas dentro da academia, capaz de gerar debates e impulsionar a forma de repensar em fazer jornalismo. Nesse sentido:

A lacuna na academia que acredito que preencheu foi essa parte do fazer transmídia. Nós pesquisamos e inclusive fomos atrás de ver os modos de tentar fazer esse tipo de reportagem, mas não encontramos algo estruturado e terminamos a tese com um roteiro de roteirização. Acredito que a contribuição foi essa, pensar em um método, mas não só teorizado, como mostrar como fazer. As experiências relatadas também trouxeram contradições em suprir certas questões que podem aparecer no processo. O fazer pesquisa aplicada foi se deparando com essas coisas e não existe uma resposta pronta para isso.

Para a entrevistada 2, a pesquisa aplicada realizada em seu projeto mostrou potencial para os meios de TVs, através do método proposto pela

jornalista de trazer mais credibilidade e agilidade aos conteúdos noticiados. Como explica a pesquisadora :

A importância maior da minha pesquisa é dar mais segurança para o jornalista que tá ao vivo no ar. É dar mais segurança para as transmissões ao vivo, sejam elas nas redes sociais, sejam elas num programa de TV...Para que você possa ter segurança e velocidade. (XIMENES, 2024)

As propostas de livros-reportagens também apresentaram sua importância dentro do jornalismo através das pesquisas realizadas. Sobre isso, a entrevistada 5 defende a relevância de seu projeto, dizendo:

Eu já vi pesquisas falando sobre as receitas desde antigamente que vinha dos jornais e rádio. E hoje em dia a gente vê na televisão muitas matérias e reportagens, falando sobre a gastronomia de um lugar e unindo essas duas áreas. Então, acho que a maior importância do meu trabalho é exatamente divulgar e defender o jornalismo gastronômico.

Ainda nesse segmento da importância da pesquisa aplicada nos livros, o entrevistado 6 finalizou sua entrevista dizendo:

O trabalho mostra-se relevante na medida em que ousa fazer um resgate histórico de 30 anos, documentando situações que muitos sequer sabiam da existência. Um trabalho para a posteridade, que espero que novos pesquisadores deem continuidade.

Em suma, o que se busca na pesquisa aplicada em jornalismo vai além de preencher lacunas, sejam elas acadêmicas ou voltadas para o mercado. A resolução de problemas e a busca por respostas, torna essa pesquisa uma ferramenta que tem desafiando diversos pesquisadores. Os projetos apresentados aqui mostram que apesar de não estarem inseridos no mercado, as pesquisas apresentam um grande potencial, trazendo reflexões sobre diferentes temas que podem ser aperfeiçoados com esse tipo de pesquisa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados do OPAJor apontam que a pesquisa aplicada em jornalismo tem mostrado um aumento significativo, principalmente nos últimos cinco anos, tendo o ano de 2023 como o que mais cresceu após uma queda considerável pós-pandemia. O Nordeste segue como a região que mais publica esse tipo de pesquisa que pode ser explicado pelos programas de pós graduação da UFMA e UFS que possuem linhas de pesquisa voltadas para esse tipo de estudo e coordenadores renomeados na área.

Quanto aos trabalhos de dissertações e teses com metodologia experimental analisados nesse período, pôde-se ver que as dissertações apresentaram destaque com 10 trabalhos, dos 11 que entraram no corte. Dos estados que tiveram esse tipo de trabalho publicados nos últimos cinco anos, Pernambuco lidera, devido ao número de dissertações defendidas no programa de “Indústrias Criativas” do mestrado profissional da UNICAP, que mostrou ser a instituição mais preparada para se fazer uma pesquisa voltada para o mercado jornalístico. Em se tratando dos temas abordados nessas pesquisas, o Jornalismo digital esteve presente na maior parte deles, seguido de inovação jornalística e jornalismo regional.

A última etapa desse trabalho que consistiu na entrevista com os pesquisadores das dissertações e tese mostrou-se bastante desafiadora, principalmente na fase de contatar com cada um deles e conseguir um retorno para que tais entrevistas pudessem ser marcadas. Esse fator, somado ao fato de que dos 11 que seriam entrevistados, apenas 6 retornaram e aceitaram contribuir com o trabalho, fez-se disso a maior dificuldade de realizar esse estudo, visto que se esperava um número maior para que pudesse gerar debates mais consistentes a respeito dos temas tratados sobre pesquisa aplicada na entrevista.

Quanto aos pesquisadores entrevistados, foi possível fazer uma análise sobre cada item do questionário e, a partir de então, entender mais sobre como cada estudo se encontra na atualidade e como contribuíram no mercado jornalístico.

Quando questionados sobre a escolha da pesquisa aplicada, pôde-se constatar através das respostas que grande parte dos pesquisadores escolheu esse tipo de pesquisa pelo fato de já estarem atuando no mercado de trabalho e

querer fazer algo voltado para ele. O perfil desse tipo de pesquisa também foi um fator que influenciou nessa escolha, pois outro ponto abordado por alguns deles foi não se enquadrar em uma vida acadêmica no sentido de fazer algo voltado para a pesquisa básica e torna-se assim um pesquisador academicista. Dessa forma, pelo interesse de se fazer uma pós-graduação *stricto sensu* foi preferível aderir à projetos que tenham aplicabilidade no mercado por se aproximar ao seu objetivo profissional.

Os objetivos de cada trabalho abordados pelos entrevistados mostraram o quanto a pesquisa aplicada pode se enquadrar em diversas áreas do jornalismo e buscar uma melhoria ou inovação com potencial de se tornar um produto voltado para o mercado. Quanto a essa inserção no mercado, foi possível constatar através das entrevistas que houve uma grande dificuldade em fazer essa ponte entre academia e mercado.

Tendo em vista esse fator, as entrevistas evidenciaram que os projetos de pesquisa aplicada que fizeram parte desse corte, no momento não estão ativos no mercado. Isso em parte se deve por falta de recursos para que os produtos possam de fato estar apto para funcionamento e em outros casos, o pesquisador optou por esperar resultados mais consistentes, levando a pesquisa adiante para um doutorado ou pós-doutorado. Ainda há os que estão buscando viabilizar o que foi realizado na pesquisa para o mercado. Apenas uma entrevistada relatou que o método utilizado em sua pesquisa é praticado em algumas pequenas empresas de TV, porém, por ser um método simples que se pode obter através de sua dissertação, não houve interesse de comercializá-lo.

Das dificuldades em se fazer pesquisa aplicada, dois pontos que foram levantados merecem destaque, por se tratar de algo que se repetiu nas entrevistas e faz parte do cotidiano do pesquisador dessa área. A primeira diz respeito à falta de recurso que impactou de forma significativa o desenvolvimento dos trabalhos e a segunda trata-se de entender de fato o que é uma pesquisa aplicada e como colocá-la em prática. Isso prova a necessidade cada vez maior das instituições de ensino superior dos cursos de jornalismo abrirem mais espaço para a aprendizagem desse tipo de pesquisa ainda dentro da graduação, para que os estudantes possam sair da faculdade com uma visão mais preparada do que é uma pesquisa aplicada e sua importância na profissão.

O último ponto tratado nas entrevistas foi saber por parte dos pesquisadores a relevância de seus trabalhos para a academia e práticas jornalísticas. Dessa forma, todos defenderam que sua pesquisa preencheu lacunas dentro da academia e, apesar de não estarem atuante no mercado, tem sua importância dentro desse âmbito no jornalismo. Ao analisar os trabalhos e ouvir os pesquisadores, pôde-se comprovar essa importância dos projetos que agregam saberes e potenciais práticos em áreas necessárias para melhoria da profissão.

Em suma, esse trabalho, além de retratar sobre como se dá a pesquisa aplicada nas dissertações e teses na região do Nordeste, trazendo além de números e dados, trouxe uma reflexão acerca do desenvolvimento dessas pesquisas e como anda a realidade desses estudos dentro e fora da academia.

A hipótese inicial dessa pesquisa de que esses trabalhos têm o potencial de diminuir o distanciamento entre ensino e mercado jornalístico, não pôde ser confirmada. Isso se deve ao fato de que no momento atual, como foi ressaltado pelos pesquisadores, não há evidências de que os resultados de suas pesquisas foram de fato aplicados. Isso nos faz refletir sobre as problemáticas envolvendo a pesquisa aplicada em jornalismo, que vai além do quantitativo apresentado nos números baixos desse tipo de pesquisa, mas se diz respeito também a uma problemática qualitativa, quando não se vê a inserção no mercado.

Levar esse trabalho adiante, com um aumento maior no corte pesquisado e trazendo mais debates com outros pesquisadores que passaram por esse processo é um fator a se pensar para que a partir disso, tenhamos mais pontos a ser refletido de como estão sendo incorporadas as pesquisas aplicadas em jornalismo.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Sonia. O futuro do jornalismo local-regional no contexto multiplataforma . In: **anais do 21º encontro nacional de pesquisadores em jornalismo**, 2023, Brasília. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2023. Disponível em: <<https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/trabalhos/o-futuro-do-jornalismo-local-regional-no-contexto-multiplataforma?lang=pt-br>> Acesso em: 27 Out. 2024.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BERGER, Christa. Jornalismo e ciências sociais: circulação de saberes sobre o presente. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 677-693, set./dez. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201534.677-693>. Acesso em: 27 out. 2024.

FERNANDES, Florestan. **Fundamentos Empíricos da Explicação Sociológica**. São Paulo: Editora Nacional, 1972.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FRANCISCATO, Carlos. Delimitando um modelo de pesquisa aplicada em jornalismo. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 9., 2007, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: Intercom, 2007. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2007/resumos/R0596-1.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2024.

FRANCISCATO, Carlos. Delimitando um modelo de pesquisa aplicada em jornalismo. IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste – Salvador – BA. **Anais eletrônicos...**, 2007. Disponível em:<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2007/resumos/R0596-1.pdf>. Acesso em 15 out. 2024

GUERRA, Josenildo. Qualijor – sistema de gestão da produção jornalística orientado para a qualidade editorial: pesquisa aplicada e de desenvolvimento experimental em jornalismo. **E-Compós**, [S. l.], v. 19, n. 3, 2016. DOI: 10.30962/ec.1291. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1291>. Acesso em: 24 nov. 2024

KAWAMOTO, Kevin. **Digital Journalism. Emerging Media and the Changing Horizonsof Journalism**.New York: Rowman & Littlefield, 2003.

KUNSCH, Krohling. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade**. São Paulo: Loyola, 1992.

KUNSCH, Kroling.(2009). **Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas**. São Paulo: Difusão, 2016.

LAGO, Cláudia.; BENETTI, Márcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.

LIMA, Leonice Domingos dos Santos Cintra; HORTA, Rita de Cássia Alves. As ciências humanas e sociais no processo de reconstrução da sociedade na perspectiva cidadã. **e-cadernos CES** [Online], v. 02,p.1-14, 2008. Postado online em: 10 fev. 2014. Consultado em: 02 out. 2024. Disponível em: <http://journals.openedition.org/eces/1359>. DOI:<https://doi.org/10.4000/eces.1359>.

MACHADO, Márcia. Pesquisa em Jornalismo no Brasil: dados e reflexões sobre três ambientes. Anais do II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - **SBPJor**. Salvador, 2004

MACHADO, Elias. A pesquisa aplicada em Jornalismo como fator de desenvolvimento. In: INTERCOM. 2005. **Anais eletrônicos...** Natal: INTERCOM, 2005.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Editora Calandra, 2003.

MALDONADO, Alberto. **Explorações sobre a problemática epistemológica no campo das Ciências da Comunicação**. São Paulo: Editora Loyola, 2003.

MANUAL DE FRASCATI. **Medição de atividades científicas e tecnológicas: Tipo de metodologia proposta para levantamentos sobre pesquisa desenvolvimento experimental**. Secretário-Geral da OCDE , 2002. Disponível em <http://www.mct.gov.br/upd_blob/0225/225728.pdf>. Acesso em: 07 julho de 2024

MANZINI, Eduardo José. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. **Seminário internacional sobre pesquisa e estudos qualitativos**. Bauru, v. 2, p.10-20. 2004. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/EduardoManzini/Manzini_20_04_entrevista_semi-estruturada.pdf. Acesso em: 07 setembro de 2024.

MEDITSCH, Eduardo. Estudos em Jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Vol XXVII, nº 2, jul/dez 2004. São Paulo: INTERCOM, p. 93-107, 2012.

RAMADAN, Nancy Nuyen Ali. Jornalismo: uma discussão emergencial para a pesquisa acadêmica em tempos de mídia digital. **RuMoRes**, [S. /], v. 1, n. 1, p.1-15 2007. DOI: [10.11606/issn.1982-677X.rum.2007.51098](https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2007.51098). Disponível em: <https://revistas.usp.br/Rumores/article/view/51098>. Acesso em: 2 set. 2024.

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

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica**. Petrópolis: Vozes, 1986.

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

SANTOS, Marcio Carneiro. Pesquisa aplicada em comunicação: O estranhamento da interdisciplinaridade que nos assombra. **Comunicação & Inovação**, v. 19, n.41, p. 18-33, set-dez 2018.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 24.ed. São Paulo: Cortez, 2016.

SOUSA, João Paulo. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2.ed. Porto: Editora Editorial Estampa, 2006.

SCHÖN, Donald. O professor como veículo de transmissão de valores e saberes. In: KUCHENBECKER, Valter (org.). **Educação superior: estudos multiculturais**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2000. p. 253-257.

STUMPF, Ida Regina. **Pesquisa bibliográfica: Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006

XAVIER, Cintia; PONTES, Felipe Simão; MORAIS, Carlos Willians. **Perspectivas da pesquisa em jornalismo: agenda, processos produtivos e atores sociais**. Ponta Grossa: Estúdio Texto, 2015.

ZAMBONI, Silvio. **A pesquisa em arte: um paralelo entre arte e ciência**. 3. ed. Campinas: Autores Associados, 2001.

Entrevistas

ENTREVISTADA 1. Entrevista concedida a Emanuela Bezerra Gueiros. Pernambuco, out. 2024. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “C” dessa monografia].

ENTREVISTADA 2. Entrevista concedida a Emanuela Bezerra Gueiros. Pernambuco, out: 2024. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “E” dessa monografia].

ENTREVISTADO 3. Entrevista concedida a Emanuela Bezerra Gueiros. Pernambuco, out. 2024. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “B” dessa monografia].

ENTREVISTADO 4. Entrevista concedida a Emanuela Bezerra Gueiros. Pernambuco, out. 2024. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “D” dessa monografia].

ENTREVISTADA 5. Entrevista concedida a Emanuela Bezerra Gueiros. Pernambuco, nov. 2024. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “G” dessa monografia].

ENTREVISTADO 6. Entrevista concedida a Emanuela Bezerra Gueiros. Pernambuco, nov. 2024. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “F” dessa monografia].

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.	65
APÊNDICE B – ENTREVISTADA 1 (UNICAP).....	66
APÊNDICE C – ENTREVISTADA 2 (UNICAP)	84
APÊNDICE D – ENTREVISTADO 3 (UFPE).....	96
APÊNDICE E – ENTREVISTADO 4 (UFS).....	108
APÊNDICE F – ENTREVISTADA 5(UFPB).....	117
APÊNDICE G – ENTREVISTADO 6 (UFPB).....	123

APÊNDICES A- Roteiro de entrevista

ENTREVISTA SEMIESTRUTUTADA QUESTIONÁRIO

- 1- Diante das diversas tipos de pesquisa acadêmicas, o que te impulsionou a fazer uma pesquisa aplicada?
- 2- Qual o objetivo de sua pesquisa aplicada?
- 3- Sabendo-se que a pesquisa aplicada parte de uma problemática que se busca resolver, qual a problemática de sua pesquisa?
- 4- Quais os principais desafios encontrados durante a pesquisa?
- 5- Qual a importância dos recursos para esse tipo de pesquisa? Você utilizou algum?
- 6- A sua pesquisa gerou resultados aplicados no mercado? Se sim, quais?
- 7- Quais lacunas sua pesquisa buscou preencher na pesquisa acadêmica?
- 8- Qual a relevância da sua pesquisa dentro do âmbito jornalismo?

APÊNDICE B – Entrevistada 1

Entrevistada 1 : Enfim, o que foi construir a tese, o próprio produto, o que eu puder fazer pra falar também desse processo, eu gosto.

Emanuela: Você é de Recife?

Entrevistada 1: Eu moro em Olinda, né, mas como todo mundo de Olinda que trabalha e de Recife Eles falam que a gente é de Recife, mas eu moro mesmo em Olinda.

Emanuela: Ah, e tu se formou aonde? Sim,

Entrevistada 1: Formada em jornalismo na Universidade Católica de Pernambuco que é onde eu também fiz meu mestrado.

Emanuela: Eu estava dando uma analisada no teu projeto e eu gostei muito, muito mesmo. E tu chegou a ver o OPAJor, não foi? Acho que foi contigo que eu tinha comentado, não foi? Então, seu trabalho faz parte, está no levantamento, o que a gente fez foi em 2021.

Entrevistada 1: Isso, eu defendi em 2021 porque os dois estavam na pandemia já, né?

Emanuela: Isso. E assim, 2021 de fato é o ano que a gente mais conseguiu encontrar trabalhos em pesquisa aplicada porque eu não sei se você chegou a ver de uma forma mais aprofundada a pesquisa aplicada, mas, é um número bem baixo, né? Que a gente encontra de pesquisa aplicada em jornalismo aqui no Brasil Então , só para te situar melhor, esse projeto é justamente para nós fazermos esse mapeamento, para ver quantos trabalhos tem publicado, como é que anda o crescimento que apesar de ser lento, a gente já detectou que tá crescendo, sabe? Está crescendo, mas assim, ainda é um número muito baixo comparado a outros tipos de pesquisa. Então, quando a gente encontra um trabalho como o seu uma

pesquisa que de fato é aplicada, um produto, a gente fica feliz, fica surpreso porque não é fácil encontrar. É um levantamento bem minucioso que a gente faz

Entrevistada 1: Caramba. Eu gostei muito do OPAJor, já indiquei para o pessoal.

Emanuela: Que legal, eu agradeço. Bem, vou começar aqui, falar sobre o teu projeto. Eu achei muito interessante, muito interessante mesmo, sabe? Essa questão de que é uma inclusão, não deixa de ser um projeto voltado para a inclusão, né? Questão comunicacional em que também comunicacional de deficientes visuais para a gente ter mais acesso à questão de notícia. Lendo, já veio à mente algumas perguntas que eu queria te fazer, mas eu quero ouvir você. Queria primeiro que você começasse falando sobre o teu projeto, de onde surgiu, a ideia, ah, vou fazer uma pesquisa aplicada. Como foi, essa tua vontade de fazer um produto e tudo mais?

Entrevistada 1: O que acontece, eu acho que eu fui a segunda turma, acho não, fui a segunda turma desse mestrado, né? Que é o mestrado profissional em indústrias criativas. E o propósito do mestrado é justamente fazer pesquisa aplicada. É você olhar para um problema, estudar esse problema e criar soluções para ele. E aí, já de cara, já é a essência do mestrado. Então, a maioria das pessoas podiam escolher entre fazer produto e só fazer a sua tese. Eu sou muito... A Católica, que ela formou a gente, ela tem, inclusive, essa fama, assim, de formar os jornalistas para o mercado. Então, a gente sempre foi... Toda a minha graduação foi muito a gente. Aprendendo técnica de jornalismo para a TV, para a rádio, para o impresso. Então, isso leva a gente muito a correr atrás dessa produção de mercado em si, que é muito diferente do que a Universidade Federal do Pernambuco faz. A Federal, ela vai para esse lado muito de pesquisa, né? A minha turma da graduação, quase ninguém fez pibic. Por exemplo, que é uma coisa que nas federais, nas universidades públicas, a maioria dos alunos já estão fazendo na graduação. A gente não tem muito esse costume. Agora, a Católica está no processo de aproximar essa questão, de incentivar os alunos a fazer pesquisa. E, justamente, começou também, não só na graduação, como também com a aplicação de mestrados profissionais. Então, os professores que foram da minha graduação convidaram alguns alunos, apresentaram lá para o mestrado. E aí, não tinha ainda

aberto essa... acendido essa lâmpada para mim, de querer fazer mestrado, porque era muito academicista. E eu estava lá no mercado, eu queria coisas mais práticas. Na época, né? E aí, o meu professor falou exatamente isso, assim, Máriana, você tem a possibilidade de pegar a sua experiência de mercado, de ser um profissional que está trabalhando em redação, e entender um problema e querer solucionar esse problema. É muito sobre isso. Eu disse, eu quero. E aí, dentro dessa perspectiva, eu não entrei na primeira turma, entrei na segunda. Quando eu entrei na segunda turma, eu já estava na assessoria de imprensa de um órgão de Estado aqui, na Secretaria de Estado de Pernambuco, que é uma secretaria que tem a política da pessoa com deficiência como atuação. E aí, um gerente que ele é cego, ele me perguntou, ô Mariana, por que o site da secretaria não é acessível para as pessoas com deficiência? É muito contraditório a gente ter uma secretaria que atua para essa causa e não garantir informação, que é de interesse público, né? Para essas pessoas. Eu fiquei, tipo, pô, que merda. Porque faz todo sentido. E aí, eu fiquei aqui agoniada, assim, eu não tinha nenhum contato com pessoas com deficiência na minha família. Eu não tinha amigos que tinham deficiência. Então, eu nem imaginava como é que eles usavam o celular. Como é que eles... E aí, me veio muito, assim, a pergunta. Como é que eu leio notícia? Na internet. Aí, eu disse, peraí, vou lhe mostrar. E aí, ele abriu o celular e mostrou para mim o leitor de tela, que é uma tecnologia assistiva que já vem no celular. A gente só é ir lá em configuração e ativar a acessibilidade do celular. Ele lê tudo que é texto na tela. Ele falou, mas eu tenho um problema. Eu disse, qual? Ele... A gente tem muita imagem nos portais. E eu não consigo identificar o que é. Os portais não são acessíveis para mim. E aí, eu fiquei, tipo, caramba. Quando eu me formei, a gente...Na hora lá de pegar, né? O diploma e tudo mais. A gente falou que é a responsabilidade da gente a distribuição de notícia, a produção de conteúdo, de informação, de interesse público. Então, é a minha responsabilidade de garantir essa informação para todos os tipos de público que a gente tem. Inclusive, com deficiência. Então, foi a partir daí que eu quis fazer... Que eu disse, não, vou entrar no Mestrado, vou pesquisar sobre comunicação acessível, sobre tecnologia assistiva e vou entender o problema para pensar numa solução. Pensando nessa base de inovação, de tecnologia. Porque eu sempre acredito muito nessa soma de áreas, sabe? A comunicação, ela não pode e ela não deve ir sozinha. Solucionar os problemas

sozinha. A gente tem que ir para outros ambientes. A gente tem que ter essa versão múlti, né? E a tecnologia vem junto para, de fato, solucionar de forma inovadora, de forma tecnológica. E aí surgiu o meu projeto.

Emanuela: Ótimo. Perfeito. E sem contar, assim, que eu vejo muito nas pesquisas aplicadas que eles tentam se adaptar a novas configurações de jornalismo, né? E aí entra muito essa questão de tecnologia, de inovação, que é para poder se adaptar e para poder sobreviver. Porque a gente sabe que o jornalismo está em constante mudança.

Entrevistada 1: Exatamente, não dá pra gente, enquanto jornalista, não se atentar a isso. A gente constrói informação. Essa distribuição da informação também depende muito de como a sociedade está. A gente teve a era do rádio, a era da TV, e isso tudo foi também se adaptando e trazendo melhorias. A gente está na era digital, então a gente não pode também deixar isso passar. Então tem que se somar sim. A gente tem que pensar em produtos jornalísticos, projetos jornalísticos, pensando também em inovação, como é que a gente inova na comunicação. Pensando até agora, que a gente está lidando com desinformação, o desinteresse da sociedade em ler informação, de notícia, na descrença da população nos veículos de comunicação. Então a gente precisa pensar uma nova forma, e aí usando a inovação, pensando de forma inovadora, e usando a tecnologia, que são os caminhos.

Emanuela: Muito bem, ótimo. E o mestrado que você fez é mestrado profissional?

Entrevistada 1: É o mestrado profissional em indústrias criativas. Quero fazer doutorado também. Faz dois anos que eu tento, que eu digo, vou me inscrever, vou me inscrever, vou aceitar o meu pré-projeto para colocar no doutorado da Federal. E eu perco sempre os prazos por conta do trabalho. Mas próximo ano eu vou, já comecei inclusive a escrever esse pré-projeto, né? Esse projeto para poder entrar. E vai ser também pesquisa aplicada. Vai ser também, vai ser meio a continuação do meu projeto do mestrado. Eu vou dar continuidade. Eu já até encontrei quem vai ser meu, assim né, meu desejo de orientador. E eu vou fazer. O pessoal da tecnologia e o pessoal da comunicação. E assim, eu já tenho conversado com

outros professores meus que estão lá na Federal e eles disseram que a Federal também está nessa pegada de pensar produto.

Então assim, vai, volta. Faz que eles estão nessa pegada, porque eles estão sentindo também a necessidade de investimento. Principalmente o CNPq. O CNPq está investindo em projeto e produto. Então, o MCTI está investindo em criação, em fomento de produto da Bolsa. A própria FACEP, que é a Fundação de Amparo, Ciência e Tecnologia. Ela também está dando o investimento recrutatório para quem for construir produto. Então, eles estão cada vez mais ampliando, assim. Os professores que ainda tem uns que são mais resistentes. Mas tem uma galera que já está aceitando projetos que tragam uma pesquisa aplicada.

Emanuela: É porque existe ainda essa resistência, infelizmente. Que é o que a gente fala muito no nosso projeto de pesquisa. Que existe um distanciamento muito grande entre o ensino e o mercado de jornalismo.

Entrevistada 1: Exatamente. No meu caso é muito sobre isso, assim, eu criei um protótipo, né? Então no mais tarde eu não consegui ter essa noção como eu queria ter, mas aí no mesmo ano eu ganhei um recurso do Google pra colocar meu projeto em prática, então eu criei o aplicativo. Então o Google fomentou, e aí também é outra coisa, assim, as universidades já estão também abrindo a mente, assim, pras big techs. As big techs estão olhando pra academia, querendo ver produtos saindo de lá, e eles investem dinheiro, então eles investiram 700 mil no meu projeto, sabe? Eu montei equipe, foi massa, sabe? E eles estão vendo que cada vez mais podem sair produtos, projetos de lá da academia, assim, então já tá valendo já um mês, assim, eu acho que daqui eu tenho essa esperança, né?

Emanuela: Os recursos são indispensáveis mesmo. Vou tocar mais nesse ponto adiante. Queria saber e uma forma resumida, qual é o objetivo central, geral, do teu projeto, da tua pesquisa?

Entrevistada 1: Qual foi? O meu objetivo principal é garantir que a informação jornalística chegue com qualidade nas pessoas com deficiência visual. Eu tive que afunilar para a pessoa com deficiência visual, porque precisa sempre filtrar esse campo de pesquisa. E é o público com deficiência que tem o maior índice no Brasil.

Então, eles são a maior parte. Tanto os que nascem com a cegueira, como os que vão perdendo ao decorrer da vida. Então, é um grupo bem grande, assim. Hoje, a gente tem 7 milhões, acho que 7 milhões de pessoas com deficiência, e boa parte deles são pessoas cegas. E aí, eu optei por pensar mesmo uma forma de solucionar o problema de acesso à notícia. Como é que as pessoas cegas podem acessar portais de notícia jornalística com qualidade, com autonomia, sem nenhum gargalo? E aí, eu analisei os portais de Pernambuco, os principais que foram de Pernambuco, o Diário Pernambuco, o Jornal do Comércio, para entender o nível de acessibilidade desses portais, eu fiz alguns passos metodológicos. Eu analisei o que tinha de tecnologia assistiva disponível, eu analisei os portais, eu fui em busca das diretrizes de acessibilidade para os portais de notícia, e eu fui olhar os aplicativos também, se tinham aplicativos acessíveis. Porque aí foi onde eu cheguei em criar um aplicativo agregador de notícias. Exatamente isso, a gente pensar a internet de forma acessível, os portais não estão acessíveis, então de que forma eu posso garantir o acesso à notícia? Criando um produto acessível a eles. Eu criei esse agregador e na época eu estava começando a criar a Facebook, o aplicativo do Google, não é um aplicativo, mas o sistema do Android, quando você passa para a esquerda tem aquela barra de notícias, as últimas notícias. Então isso não é acessível, nem isso é acessível. Então eu criei mesmo o mecanismo de que eles tivessem um aplicativo, um dispositivo que eles conseguissem ler a notícia de forma, sem nenhum carregamento, sem nenhuma barreira. Então, imagens, todos os elementos imagéticos, ícones, os gráficos, as fotos com descrição de imagem. Então, todas as fotos tinham descrição de imagem. A gente construiu o aplicativo todo para a hierarquia da informação, ela vinha de acordo com a leitura do leitor de tela. Então, sempre lendo da esquerda, de cima para baixo, da esquerda para a direita. Então, com links nomeados, foi tudo para garantir esse acesso à notícia de forma com qualidade. E aí, esse foi o princípio, eu quero que as pessoas com deficiência elas acessem notícias como elas querem.

Emanuela: Ótimo, perfeito. E como a gente estava comentando, a pesquisa aplicada ela tem, digamos que esse viés mais forte de tentar distanciar, diminuir o distanciamento entre o mercado e o ensino. Então, na tua opinião, como foi que o

teu projeto procurou diminuir esse distanciamento do ensino com o mercado, da teoria com a prática?

Entrevistada 1: Eu... Como foi que eu diminuí...assim eu usei muito as biografias né eu conversei muito com jornalistas então para entender inclusive se eles tinham essa percepção de acessibilidade então eu fiz questionários com jornalistas para entender o que é que eles sabiam então eu fiz entrevistas e também com jornalistas e com pessoas com deficiência para entender isso assim então já daí eu consegui dar uma é trazer esse pensamento para quem estava no mercado né para os funcionários do mercado sobre acessibilidade então muitas pessoas que já estavam comigo ali conversando sobre minha pesquisa começaram também a se questionar então talvez a gente quando tá ali no mestrado, no doutorado a gente analisa muito biografia né a gente vai atrás dos livros para ler para fazer as pesquisas para ver artigos mas a gente não conversa com profissional sobre o que a gente tá pesquisando então a gente tá fazendo pesquisa sobre uma área que a gente também não conversa com os profissionais que estão atuando na área para além da academia então talvez assim eu acho que eu tenho eu aproximei dessa forma sabe fazendo pesquisas com quem estava no mercado então eu consegui eu consegui fazer com que ninguém tivesse esse mesmo questionamento que eu tive o que é que eu tô fazendo para garantir acesso a algo que eu tô produzindo no jornal para as pessoas então muita gente também se questionou mas eu não sei se pessoas com deficiência lêem meu jornal mas você já fez alguma pesquisa para saber se seu público tem deficiência então assim eu comecei também a entender que as pessoas começaram a jornalistas que estavam nas redações principalmente na rádio assim no rádio a tentar entender quem é quem era o ouvinte a gente sabe que tem muitas pessoas cegas que escutam rádio mas pessoas surdas não escutam rádio porque elas não têm essa não escutam né então elas acessam muito os portais notícias mas tem um problema de que as pessoas surdas elas a língua nativa a libras não é uma palavra a gente tem uma palavra diversos nomes quando a gente escreve de forma rebuscada nossos reportagens vem com jargõesou vem com palavras muito rebuscadas as pessoas surdas não entende o que a gente escreve a linguagem simples então assim eu fui mesmo que a gente escreve de maneira simples quando vem uma palavra em inglês tu traduz do ar tem algum

algum dicionário de idioma ou dicionário de sinônimo no teu portal então é responsável por estar tipo assim eu tô escrevendo muito rebuscado os jornalistas insistem em escrever rebuscado né então nem é só uma pessoa com deficiência assim nem é só uma pessoa surda mas uma pessoa que não tem um conhecimento avançado assim do português próprio português será que ela tá entendendo que a gente tá escrevendo então assim eu fiz muito esse invés de e como de conversar com os jornalistas que estavam na redação e quando eu acabei o mestrado né que eu consegui esse recurso esse recurso do google foi que aí eu apliquei ainda mais eu fui a gente fez 50 eu fiz um agente fez informes né um formulário e eu enviei para 50 jornalistas de redações todo o Brasil e a gente teve um número bem massa de respostas de profissionais respondendo isso então acho que eu também consegui também aproximar é aplicando esses questionários para entender o nível de acessibilidade das pessoas dos jornalistas e sobre acessibilidade nível de entendimento que eles tinham e que as pessoas com deficiência eram consumidores dos portais dois das produções de conteúdo que eles faziam e também aproximando as pessoas com deficiência da minha pesquisa eu não fiz a pesquisa sozinha eu iniciei a pesquisa mas eu tive muita a colaboração de pessoas cegas até para eu entender se elas o que eu estava querendo propor era de fato uma solução viável para elas então será que as pessoas elas de fato usam baixam aplicativos usam aplicativos que as pessoas de fato estão lendo notícia que teve notícias estão querendo ler como é que elas estão lendo notícia qual é a forma crítica de notícia então aí eu fui descobrindo outras coisas que inclusive as pessoas as pessoas com deficiência estão no grupo de pessoas que mais caem fake news e desinformação elas não acessam os portais de notícia de forma de forma acessível né então como é que elas vão checar o link que elas recebem no whatsapp e elas por serem por não ter essa esse ato de checar notícia elas acreditam. Eles estão caindo em fake news

Emanuela: Outro problema ainda maior que vai gerando outros problemas e outros problemas...

Entrevistada 1: É, exato. Então assim, eu acho que essas entrevistas que eu fiz acho que foram o principal recurso de aproximação.

Emanuela: Para você, qual foi o maior desafio de fazer pesquisa aplicada? Eu sei que existem vários, né?

Entrevistada 1: O tempo do mestrado. A gente tem dois anos para fazer a pesquisa, para fazer o mestrado e aplicar isso. Então, eu acho que eu fiz muito o passo metodológico, porque eu quis muito entender todo o processo e não tinha muita pesquisa sobre o que eu estava propondo. Então, não tem muito artigo, muita tese, enfim, não tem muita pesquisa científica sobre comunicação acessível e tecnologia assistiva. As que tinham estavam bem antigas, então eu tive que ir também galgando essas informações para além do que já tinha sido feito. Então, eu acho que a primeira parte foi muito em relação ao que eu escolhi pesquisar, né? Não tinha muita informação para eu fazer, né? De fazer acesso que eu tinha que colher. Então, eu fui fazendo meus passos metodológicos e fui vendo que não tinha tanto tempo. Eu tinha que, nem à toa que eu defendi, a gente acabou o mestrado no final do ano e eu só defendi ele mesmo em maio, porque eu até fiquei de janeiro a maio terminando de escrever a escrita, porque eu fiquei muito tempo entrevistando as pessoas, fiquei muito tempo testando os portais, fiquei muito tempo pesquisando quais eram os leitores de tela que tinham mais... o tempo que eles tinham acessibilidade. Eu testei todos os leitores de tela para entender quais eram os problemas que o próprio sistema, né? A própria tecnologia assistiva tinha. Então, eu acho que a maior dificuldade mesmo é o tempo, porque a gente precisa realmente pesquisar muito, se aprofundar muito, ter esse contato com o público-alvo do produto e criar esse produto, né? Então, eu tenho que criar um protótipo e aí vem, acho que o segundo, a segunda dificuldade. Dependendo do que você propõe, a universidade, ela não vai ter estrutura para lhe proporcionar, concretizar ela para além de um mínimo, de um protótipo, né? De um mínimo viável ali, né? Então, a Católica, ela não tinha condições de me proporcionar uma equipe de desenvolvimento, desenvolvedor, para eu construir, de fato, um aplicativo. E aí, eu não sei como é que está, tipo, acho que a Federal, acho que até tinha, né? Eles têm o assim, né? Que é o Centro de Informática, né? De tecnologia de lá. Não sei se eles têm, assim, à disposição uma equipe de desenvolvimento. Na universidade Católica, a gente só tem o curso de Jogos Digitais. E não tinha muitos alunos na graduação querendo ser voluntário para construir um protótipo. Eu consegui

quando eu ganhei o recurso do Google, aí eu paguei os desenvolvedores. Mas, acho que o segundo, a segunda dificuldade é que a pesquisa está lá crescendo, você está tendo várias ideias de produto, mas você não consegue, de fato, sair da universidade com um produto concreto, dependendo da instituição onde você está. E, acho que o terceiro, acho que também dá muito...em outras áreas, principalmente saúde e assistência, que eles criam uma certa aversão. É uma descrença, sabe? Então, eles às vezes dizem, ah, eu tô fazendo uma pesquisa com o meu projeto do mestrado, e ele, ah, você, ele, é, a gente tem até muitos estudantes aqui, sabe, quando eles não queriam, se você vir aqui, eles não tinham tanta esperança de que, eles achavam que era mais uma pesquisa que não vinha com nenhum tipo de solução pra eles, ou que não vinha com nenhum tipo de, nada viável, é explicado, não, eu tô criando um produto, tô criando um aplicativo, não sei o quê, que pode ser útil pra vocês, mas eu preciso entender quais são as demandas específicas que vocês têm, que eu preciso, é, trazer. Então, talvez eles precisavam confiar em mim, sabe? Então, eu ainda fiquei, no tempo que eu tava pesquisando, tentando pensar num produto, eu ainda tava naquele processo de socialização com eles, pra eles entenderem que eu tava fazendo um negócio que era viado, que eu ia, de alguma forma, construir alguma coisa pra eles, e que ia ser legal, e que ia ser uma coisa relevante. Então, também teve essa dificuldade, assim, que eu tive em relação ao público, no meu público alto.

Emanuela: É, porque pesquisa aplicada, o que a gente mais encontra no caminho é a dificuldade, infelizmente. E a tua pesquisa, ela gerou resultado aplicado para o mercado?

Entrevistada 1: Sim, eu criei esse aplicativo depois, então, no mestrado, eu criei o protótipo, né, todo o desenho, toda a usabilidade, como seria, enfim, eu criei todo o desenho.É, eu defendi, em maio, se eu não me engano, quando foi em junho, não, eu defendi em março. Em maio, uma professora da graduação de jornalismo, foi falar comigo, dizendo que tinha esse edital aberto, que ela tinha lido meu projeto, e tinha achado um projeto que era massa pra esse edital. E a gente escreveu, né, junto, formou uma rede de jornalistas independentes do Nordeste, onde esses jornalistas iriam produzir o conteúdo, né, eles tinham portais de notícia, cada um em um estado, eles iam produzir, eles já produziam esses conteúdos, e eu iria,

esse aplicativo, o agregador, ele seria, a base de informação seria a partir da produção do conteúdo desses jornalistas. Então, a gente criou uma rede de nove portais de notícia. E, junto com a Universidade Católica, então foi justamente esse projeto, juntou academia e mercado, porque foi uma pesquisa feita no mestrado, a equipe de desenvolvimento foram ex-alunos de jogos digitais da Universidade Católica, e a produção do conteúdo do aplicativo era de portais de notícia do Nordeste. Então, a gente fez uma rede, realmente foi uma união entre mercado e universidade. O Google achou muito massa isso e aprovou a gente no edital. Então, a gente ganhou, se eu não me engano, foi 700 mil reais para fazer o aplicativo, a gente montou a equipe, até hoje a gente tem um aplicativo, um grupo no WhatsApp, que é a rede da acessibilidade, onde a gente trocou muitas figurinhas sobre isso. A Lume ficou um ano sem ser construída.

Emanuela: É Lume o nome, é?

Entrevistada 1: É Lume o nome do aplicativo. Eu tive que tirar ele do ar, porque acabou o recurso do Google, e aí vem a segunda dificuldade, quando você cria um produto, você precisa manter ele, então você precisa de recurso para manter ele. O Google patrocinou a gente, fomentou a gente durante um ano. Então, a gente conseguiu, nesse um ano, criar dois manuais de acessibilidade para jornalistas e para comunicação. A gente conseguiu fazer uma oficina de educação medial que é para o público com deficiência, porque a gente entendeu que eles eram públicos vulneráveis à AIPF, então a gente precisava ensiná-los a serem mais críticos no recebimento da notícia, na leitura da notícia. A gente conseguiu construir também com esse recurso um site que fazia o diagnóstico automático dos sites, dos portais. Então, você pegava o link, jogava lá no site, ele dava uma leitura básica do que estava faltando da acessibilidade ali no seu site. Estava faltando descrição de imagem, o seu link não estava leado, isso de forma automática. Era bem inicial, bem básico. Era muito para as pessoas entenderem que tinha um gargalo ali. Então, é isso. A gente conseguiu fazer dois manuais, conseguiu reunir todo esse grupo, toda essa rede de jornalistas independentes do Nordeste, a gente conseguiu fazer a ferramenta de diagnóstico e a gente conseguiu fazer o aplicativo. O aplicativo ficou disponível no Android durante um ano. Um ano a gente construindo, um ano ele no ar. Eu consegui manter ainda com meu recurso próprio, mas depois

não consegui mais porque não tinha recurso para manter uma equipe ali atualizando e fazendo toda a acessibilidade das notícias.

Agora, eu consegui de novo um recurso. Então, a Lume ficou parada esse começo de ano todo. 2024, 2022, 2023 ainda foi e pronto. Aí, vai fazer um ano que a Lume saiu do ar. Não, vai ser seis meses. Seis meses que a Lume saiu do ar, eu consegui um recurso de um edital da Procep para colocar a Lume de volta. Então, agora eu vou pegar a Lume de novo, vou conseguir pagar a equipe que desenvolveu comigo a Lume, vou colocar de volta e agora eu vou criar também acessibilidade para pessoas surdas. Então, a gente teve, no primeiro mês, a gente teve 100 downloads do aplicativo e acho que a gente, eu fechei quando a Lume saiu do ar, acho que ela tinha, acho que tinha perto de 2 mil downloads.

Emanuela: Nossa, muito bom. Então, 2 mil pessoas baixaram a Lume. Lume significa o quê?

Entrevistada 1: Se tu colocar Lume, acessibilidade, se tu colocar Lume, acessibilidade, não, no Google vai aparecer algumas matérias que a gente conseguiu.

Emanuela: Aí, no caso, vocês lucraram?

Entrevistada 1: E aí é isso, assim, a Lume virou uma empresa, né? Aí, conseguiram lucro, então. Conseguiram lucro? Conseguiram lucro? Não. Não consegui, com a Lume eu não consegui lucro ainda, né? Consegui o lucro de, na verdade, eu consegui passar em editais com a Lume. Mas a Lume, ela não tem, segundo todos os analisamos independentes, ela se mantém muito de fomento, né? Então, não, não, não sei se é patrocínio ainda, não foi indicado patrocínio.

Emanuela: O que aconteceu?

Entrevistada 1: A Lume virou uma empresa. Então, virou a minha empresa de consultoria, treinamento, produção de conteúdo acessível e produção de produtos com base tecnológica pensada para garantir informação para as pessoas com deficiência. Então, hoje eu tenho uma sócia chamada Larissa, que também tem um

portal de notícia acessível e de produção de deficiência, que é a Eficientes. E nós duas juntas estamos criando o Instituto de Inovação e Acessibilidade Comunitacional, que se chama Inovae. A Inovae vai ter dois produtos, que é a Lume, que agora volta com esse edital, e a Eficientes, que é o portal. Então, basicamente, o meu projeto de emagrecimento virou uma empresa e agora ele é parte de um instituto que eu estou criando junto com Larissa, que também criou o projeto de... A Eficientes é o projeto de conclusão de curso dela, da graduação. Muito bom. Que é um portal de notícia.

Emanuela: Maravilha. Vou pesquisar. Hoje mesmo vou dar uma pesquisa da na Lume. Então, assim, eu acho que tem uma pergunta que eu vou te fazer que você meio que já respondeu, mas mesmo assim eu vou fazer, pra gente se aprofundar mais, que é a questão do quão determinantes são os recursos e a estrutura pra uma pesquisa aplicada em jornalismo. Porque você falou que conseguiu fazer com o recurso que você recebeu do edital do Google. Então, o quão determinante é pra você ter esses recursos e esse patrocínio?

Entrevistada 1: Acho que é manter, assim. O recurso, ele consegue fazer com que a gente mantenha o trabalho, a pesquisa da gente atuante, né? Então, se a gente não recebe recurso, a gente não tem nenhum tipo de apoio, nenhum tipo de fomento, é muito difícil a gente conseguir concretizar esse MVP que a gente construiu na pesquisa aplicada. E, assim, na área de jornalismo a gente tem esses embates, né? A gente lida com veículos de comunicação tradicional que usam muito da publicidade. E dentro da área de jornalismo independente, a lógica de ficar preso a uma linha editorial em que se doa muito para os interesses desses publicitários que estão pagando pra ter ali seus anúncios é uma linha muito tênue. Então, não dá pra eu, por exemplo, na Lume, fazer uma matéria falando bem de um carnaval que não é acessível, mas que tem ali o anúncio da prefeitura, sabe? Então, assim, pra gente é muito importante que essas big tags como o Google, como a Meta, como o Twitter, eles façam esses detalhes ou que eles olhem para os projetos de comunicação, olhando ali de que a gente está garantindo um direito, né? Então, é constitucional, né? Está lá a Constituição, o direito à informação. A comunicação, o que a gente produz e que a gente distribui é um direito. A notícia que a gente produz e distribui, ela salva vidas, ela garante lazer, ela informa, ela

educa, ela gera senso crítico, ela faz você votar em políticos, ela faz você não votar em certos candidatos. Então, assim, a informação, ela constitui o que nós somos hoje, né? Que tem senso crítico, que escolhe, que monta suas opiniões. Se a gente nega isso pra um grupo de uma população de 45 milhões de pessoas, eu tenho 45 milhões de brasileiros com deficiência, é um grupo super expressivo. Então, se a gente não consegue fazer com que essas empresas de grande porte, que têm recurso pra investir nesse tipo de direito, olhe pra gente com um olhar de que estou investindo aqui e é pra um retorno interessante, realmente, assim, a gente não tem muita viabilidade. A gente tem um grupo, né, que faz parte de uma associação, que é a AJO, que é a Associação de Jornalistas Digitais, e a gente fala muito sobre essa forma de sustentabilidade do jornalismo independente. Como é que a gente vai se sustentar se a gente não aceita dinheiro de publicidade, por exemplo, de propaganda? Então, é muito sobre pedir para o nosso público nos bancar, obviamente, pedir recurso pra nós fazendo vaquinha, fazendo o próprio, que agora eu esqueci a palavra, mas tem muitas campanhas onde as pessoas pagam por um serviço e recebem um brinde, eu pago pra as minas, tem muito disso, fazer esse tipo de financiamento coletivo, o nome é financiamento coletivo. Então, a pesquisa aplicada fica muito nesse nível, a gente não recebe investimento de fundações de amparo à ciência, a gente não recebe financiamento do próprio governo em si, que também a gente fala de big techs, fala de filantropias, mas o governo precisa olhar pra universidade e entender que ali vai sair produto. E olhar pra universidade não só com os olhos pros cursos de medicina, por exemplo, pros cursos de engenharia, por exemplo, mas olhar pra os cursos de jornalismo, os cursos de design, porque a gente, cada vez mais, os jornalistas vão construir produtos, vão construir conteúdos de relevância e que se financiado, uma newsletter é um projeto que foi extremamente inovador na época que foi criado, então, por que não financiar esse tipo de construção de conteúdo? Por que não pensar, por que não investir num aplicativo, por que não investir em produtos que geram informação, que geram direito, que combatem a desinformação? Então, acho que a gente tem que, sem recuso, de fato, a gente não consegue aplicar nada, a gente consegue só ir até um certo nível, até um certo estado, mas daqui a gente consegue até colocar pra concretizar, como eu fiz, mas não consegue manter. Então, além do recurso para construir, é preciso um recurso institucional que mantenha também isso e a gente

precisa também cobrar dos governos que olhem para os cursos de comunicação, principalmente, comunicação, enfim, eles olham muito para as aulas, e olhar para os cursos de comunicação como cursos que geram produtos, que geram bons projetos.

Emanuela: Justamente, eu ainda fico sem entender, sabe? Por exemplo, eu vim da área de saúde, então, é comum a gente encontrar pesquisas aplicadas na área de saúde e tudo mais, e eles não entendem o quanto é importante também para a comunicação, porque a raiz de muitos problemas hoje, na atualidade, é a desinformação. A desinformação desencadeia diversos problemas, e assim, eles precisam ter um olhar para o jornalismo de qualidade, eu falo assim, jornalismo de verdade, não são essas pessoas que se dizem ser jornalistas e que trazem qualquer tipo de notícia sem credibilidade, que eu acho que dificulta bem mais, mas tem um olhar voltado para o jornalismo de qualidade, para que possa investir e possa diminuir os problemas que têm acontecido, né?

Entrevistada 1: Exatamente. Eu fui questionada de por que o site do governo do estado não era acessível. Então, isso também não é acessível para o governo federal. Como é que o governo federal está informando ao cidadão? Quem informa ali, quem faz, quem cria o portal, quem cria a notícia? No próprio governo federal, somos jornalistas. Então, como é que a gente não está pensando em soluções para isso? E é o mercado, querendo ou não, é o mercado. Quem está trabalhando ali no governo, está trabalhando no mercado.

Emanuela: Perfeita a colocação. Então, assim, de uma forma resumida, qual a importância do teu projeto no jornalismo? Como é que você definiria essa importância? Já dá para anotar diversos, né? Mas, de uma forma resumida, qual a importância?

Entrevistada 1: Acho que o meu projeto busca por inclusão e por acesso de qualidade. De primeira, assim. Então, acho que a grande importância do meu projeto é promover essa inclusão no jornalismo. É fazer com que os jornalistas pensem em acessibilidade, pensem nas pessoas com deficiência como um público consumidor de notícia que precisa ser lembrado, né? Na hora da produção da

pauta, na hora da produção da matéria, na hora da distribuição dessa matéria, na construção do site, na construção da matéria de TV. Então, a primeira parte é essa inclusão. Eu acho também que a gente consegue mudar a visão das pessoas com deficiência sobre o jornalismo. Então, muita gente... Se a gente pensa assim, o Bolsonaro estava andando com um intérprete de livros do lado, assim. Então, quanto ele era acessível às pessoas com deficiência auditiva. Então, o que o Bolsonaro estava ali falando para essas pessoas era verdade. Porque era a única forma de acesso à informação que eles tinham. Se nos portais de notícias as pessoas não tinham acesso com qualidade, o que o Bolsonaro falava para eles era uma verdade. Então, assim, é muito perigoso. É uma história contada por uma única pessoa. Independente se o Bolsonaro era ruim, se o Bolsonaro era bom. Enfim, é muito perigoso ter uma única versão. É uma única história contada. E como é que a gente que tem na profissão entrelaçado o lado A essência do jornalismo é garantir informação para o público. A gente está deixando 45 milhões de pessoas fora desse público. Então, acho que o primeiro ponto é inclusão. Olhar as pessoas com deficiência como um público-alvo. E mudar toda uma forma de produção de conteúdo, de distribuição de conteúdo. Para o jornalismo isso é muito importante. Porque a gente defende diversidade. Mas que tipo de diversidade a gente está defendendo? Porque, do que fala a diversidade, a gente tem pessoas com deficiência. Acho que a gente não tem letramento da sensibilidade. Essa diversidade da gente não está sendo ampla. Está sendo muito pequena. Está sendo para um grupo específico. E aí vem aquela luta. O grupo de pessoas negras. Como é que está essa doação também do movimento. A minoria, né? Isso. E também mudar... Exato. E mudar também o discurso. A gente tem muitos jornalistas que ainda falam portadores de deficiência. Deficiente. Ou então criança especial. São termos que não se usam mais. São termos capacitastes. Então, a gente ainda vem na sociedade que fala um termo errado. E que não pensa de forma ampla que a gente tem uma população diversa. Então, acho que... Inclusão, diversidade. E, principalmente, dentro da zona de que olha para o público com deficiência. Acho que o meu projeto também vem para conscientizar para essas pessoas de que elas precisam se informar. De que elas precisam checar a notícia. De que elas não podem escutar de um político uma coisa. E achar que é verdade. Que elas precisam checar. Independente se ele é de direita, centro, esquerda. Independente se fosse

uma mãe, seu pai, seu irmão. Todo mundo está vulnerável para cair em fake news. E a gente precisa checar tudo que a gente recebe. Nem tudo que está na internet. Porque a verdade não é o que está na internet. Ela tem que ser 100% aceita como uma verdade. Então, acho que é muito sobre isso. Inclusão, diversidade, educação midiática. Fortalecimento da imagem que o jornalismo precisa construir. E o jornalismo independente vem construindo no decorrer dos últimos anos. Acho que são as quatro palavras e expressões que fazem que eu entenda como impacto que o meu projeto quer gerar dentro do mercado.

Emanuela: E qual a lacuna que ele preencheu no jornalismo?

Entrevistada 1: A lacuna? Eu acho que é o do acesso à notícia. Eu não consegui ainda fazer com que os portais, todos eles, sejam acessíveis. Mas eu já consegui fazer com que algumas pessoas pensem em algumas reportagens e produzam algumas reportagens acessíveis. Então, eu já participei de projetos, por exemplo, com a Alupa, de verificação de notícia de um projeto específico deles. A gente já fez verificação de acessibilidade para alguns portais de jornalismo independente. A gente já construiu manuais, podcasts acessíveis. Então, assim, a gente ainda não conseguiu, de fato, um impacto único nesses portais. Principalmente os tradicionais, né? Globo, o próprio Jornal do Comércio, Folha de São Paulo. Mas a gente conseguiu fazer com que alguns projetos sejam pensados para isso. E eu tenho feito algumas palestras em congressos. Então, eu estava na Abrage, que é um grande jornalismo investigativo, que é lá em São Paulo. Então, eu tive uma palestra e uma oficina falando sobre infografia acessível. Então, eu consegui atingir um público do Sul, sendo nordestina, e um público de jornais tradicionais. A gente tem a Folha de São Paulo, do Globo, que se interessaram na minha oficina, na minha palestra. A gente também já deu palestras no Festival Fala, que foi lá em Belém. E eu consegui construir, também com fomento, reportagens especiais multimídia acessível. Então, a gente também mostra como é que a gente faz isso, como é que é a metodologia de uma pauta acessível, de uma reportagem multimídia acessível, para que as pessoas consigam replicar. Entender que não é difícil, mas é preciso que você estude e entenda as reprises e não seja capacitista, principalmente. Não pode ser capacitista.

Emanuela: Perfeito..., eu agradeço muito pela entrevista e disponibilidade. Muito bom conversar contigo.

Entrevistada 1: Imagina eu que agradeço.

APÊNDICE C – Entrevistada 2

Emanuela: Então, primeiro, Isla, eu queria saber, que a gente sabe que existe uma diversidade de pesquisa acadêmica, então, o que te impulsionou a fazer uma pesquisa aplicada?

Entrevistada 2: Então, partiu, na verdade, essa abertura de mente do meu orientador. Eu tinha uma relação muito bacana com ele, nós tínhamos estudado juntos na graduação, e aí, ele me convidou para o mestrado, e ele foi o meu orientador. Então, a gente já tinha um relacionamento de muitos e muitos anos, desde quando éramos estudantes de jornalismo. E a gente sempre acompanhou muito o trabalho um do outro, né? Ele foi, realmente, para a academia e se especializou, doutorado, pós-doc e tal. Publica artigos incríveis, assim, eu devoro tudo que ele publica, porque ele é muito bom. E não é uma linguagem meramente acadêmica, ele é cientista político, mas ele também é jornalista. Então, ele tem uma escrita muito voltada para quem lê, e não para quem escreve, né? Porque eu acho que o que acontece muito com muitos pesquisadores é que você escreve para si próprio, né? E você não se preocupa muito com o entendimento de quem, possivelmente, vai ler. Porque você considera que quem vai ler é só pesquisador, é acadêmico, é estudioso e tal. Então, eu sempre gostei muito de ler todos os trabalhos dele. Ele foi um dos criadores do mestrado que eu fiz, na Católica. E quando ele me falou sobre a possibilidade, de cara, eu fiquei muito encantada. Porque eu tinha vontade de fazer o mestrado, mas, poxa, será que eu vou e tal? Enfim, eu não tinha muito a... porque eu sempre fui muito voltada para o mercado e pouco para a pesquisa. Mas, quando ele me convidou para fazer o mestrado, eu vi que era um mestrado profissional. Óbvio que ele é também acadêmico, eu posso dar aula, né? Eu posso fazer pesquisa e tudo. Mas ele tinha esse viés de ser mais voltado para o mercado, né? Para que, de cara, já pudesse ter aplicações práticas para o mercado. Então, a minha pesquisa não seria diferente, porque o curso inteiro foi voltado para isso, né? Para criar soluções para o mercado. E quando a gente foi escrevendo, né? Alguns artigos ao longo do mestrado e tal. E que ele foi percebendo algumas práticas que eu tinha na atividade que eu já fazia, que era na

TV. Ele falou, nossa, você tem que documentar isso. Porque, o que acontece? Quando você trabalha numa emissora pequena, você tem que criar muita coisa. Não existem todos os processos pré-determinados, pré-definidos, muito organizados. Então, muita coisa você vai criando, né? Aquela coisa de trocar o pneu com o carro andando. Você vai identificando a necessidade e tentando criar a solução. Algumas soluções são viáveis, outras não. E aí, ou você muda de metodologia, ou você esquece, né? Aquela necessidade. Então, eu trabalhei como editora-chefe e apresentadora de um telejornal durante 10 anos. Aliás, 10 anos na TV Clube. Fora os 6 anos que eu tinha trabalhado antes na TV Tribuna. E desde a TV Tribuna, isso é muito bacana, assim. Desde a TV Tribuna, em... Vou te dizer a data. Eu comecei a apresentar em 2010. Eu lembro que eu estava grávida do meu filho. Então, eu comecei a apresentar com o barrigão. E fiquei até 2012. Foi quando eu fui para a Clube. Nesse período que eu trabalhei na Tribuna, eu criei as redes sociais da Tribuna. Numa época em que nenhuma emissora tinha rede social. Ah, não. Isso só vai dividir o público. Isso só vai atrapalhar, vai lhe dar mais trabalho e tal. Não, mas é uma forma de interação. É uma forma a mais das pessoas interagirem e tal. Na época, a interação principal era o Twitter. E o Facebook meio que estava ganhando força nesse período. Eu acho até que foi... O Facebook, na verdade, começou a ser bem utilizado em 2010. E a gente criou os perfis. Então, foi meio que na... Ah, o que é isso? O que é isso que está chegando aí? Rede social? Ninguém usava, primeiro de tudo. Ninguém sabia para onde ia. Ninguém sabia para que servia. Mas, como eu sempre fui muito curiosa, eu achava que tinha tudo a ver colocar aquilo no telejornal. E, realmente, deu super certo. Porque a gente tinha um... Eu apresentava um telejornal na hora do almoço, chamado Cotidiano. Ele não existe mais hoje. Mas era muito conhecido na Tribuna na época. E ele tinha só meia hora, mas a quantidade de interações que chegava pelo Twitter era absurda. Então, eu tinha informações sobre trânsito, eu tinha informações sobre acidentes, eu tinha informações sobre, sei lá, mil coisas. Até, eu gostei da sua roupa. Não, não gostei da sua roupa, não. Eu gostei do seu cabelo. Ah, manda um abraço para o seu filho que está aí na sua barriga. Então, tinha uma interação muito bacana. Mas tudo isso sempre foi no teste, no experimento.

Era como... Vamos experimentar. A emissora me dava essa liberdade e eu me dispunha a testar. E aí foi um caminho sem volta das redes sociais. Demorou muito para as emissoras entenderem o que se tratava. A própria Globo mesmo demorou muito tempo para entrar. Porque dizia, não, a gente assim vai dar espaço para as pessoas falarem mal, criticarem. A gente não quer expor e tal. E depois a própria Globo percebeu que não, é ok. A gente precisa realmente estar nesse ambiente. E eu fico muito feliz de ter feito parte desse passo de coragem, de experimentação. Bom, isso foi como eu me meti nessa história. Então, para falar bem a verdade, o meu objeto de pesquisa do mestrado, que eu concluí em 2020, ele já tinha começado a ser experimentado em 2010, quando eu criei as redes sociais lá da tribuna. Então, era realmente algo que eu já estava muito habituada, mas que eu achava que era coisa... Eu fiz no improviso, eu fiz de qualquer jeito, eu fiz de... Não é uma grande coisa. E meu professor disse, não, você está louca? Isso é ouro, porque você criou uma metodologia. E aí, sim, a gente realmente tinha uma metodologia de trabalho, um passo a passo, uma forma organizada, porque, no começo, era muito bacana pela interação. Mas, nos últimos anos, virou um perigo, porque a gente recebia muita informação das pessoas querendo jogar pegadinha na gente. Por exemplo, você mora onde, em que cidade?

Emanuela: Em Arco Verde. Conhece? Conheço, moro em Arco Verde

Entrevistada 2: quando era criança. Em Olinda, não sei se você conhece Olinda. Conheço. Olinda é muito pertinho de Recife. A tribuna fica em Olinda. Então, eu sempre morei... Eu sou de Garanhuns, por isso que eu ia muito a Arco Verde. Morei em Garanhuns. Mas, quando eu fui morar em Recife, eu sempre morei em Recife, mas trabalhei em Olinda, na época da tribuna. Então, eu passava muito por Olinda. E tinha uns caminhos que eu conhecia muito bem. Eu sempre fui uma pessoa muito ligada na questão geográfica. Então, eu sei muito... Por exemplo, quando a gente vai falar de trânsito, tal rua está engarrafada, então eu sei que a pessoa pode ir por tal outra rua. Eu sempre fui muito ligada na questão de logística. E as pessoas mandavam muitas fotos para a gente de alagamentos numa avenida chamada Presidente Kennedy, que realmente, historicamente, alagava muito. Era muito problemática para a população do bairro. E eu passava muito por ali. Eu já passei muito perrengue com alagamento por ali. E as pessoas me mandavam foto. Então,

teve um dia que me mandaram uma foto da Presidente Kennedy alagada. E, na hora, eu coloquei no ar. Presidente Kennedy está alagada, tal. E estava chovendo onde ficava a TV Clube. Nessa época, eu já trabalhava na TV Clube. E aí, outras pessoas de Olinda começaram a dizer onde é que tem esse alagamento, porque eu estou aqui na Presidente Kennedy e não está chovendo, não. Aí, opa! Aí, o que eu percebi? As pessoas mandaram uma foto que era verdadeira, porque era da Presidente Kennedy. Eu reconheci porque eu conhecia a rua. Mas essa foto não era daquele dia. Então, me fez dar uma informação errada, embora a foto fosse verdadeira. Então, foi quando eu comecei a estudar sobre as questões de fake news. Fake news não necessariamente é algo que é mentira. Mas, às vezes, é uma informação distorcida. Distorcida no tempo, distorcida no espaço, distorcida na época. Era uma foto verdadeira, mas não tinha sido daquele dia. Então, eu jamais poderia ter usado aquela foto para dizer que, naquele momento em que o programa estava ao vivo, aquela avenida estava alagada. Então, a partir disso, ou seja, apanhando, levando na cabeça, eu disse, não, espera aí, a gente precisa montar uma metodologia para isso. Não vamos colocar direto no ar. Então, o que a gente fazia? A gente tinha um método que era... A gente recebia as mensagens, aí tinha alguém que ficava com esse celular, às vezes eu mesma que estava no ar, ou alguém da produção, alguém que ficava responsável, jogava num grupo. Aí, desse grupo, várias pessoas diziam, ah, eu consigo apurar, deixa eu ver. Ah, não, isso aqui é verdade. Não, isso aqui de cara é mentira. Então, a gente meio que criou uma metodologia para fazer um primeiro filtro. E quando, digamos, ah, não, a foto é verdadeira, é na Presidente Kennedy, realmente a Presidente Kennedy sempre alaga, mas sempre tinha alguém que dizia, espera aí, deixa eu apurar se realmente é hoje. Aí tinha uma pessoa determinada que ia ligar para alguém, uma fonte na Presidente Kennedy, está chovendo aí? Está alagado? Você está na frente? Você está passando na frente de onde? Então, a gente criou essa fórmula, né? Depois de muito apanhar. Aí, quando o meu orientador disse, ou seja, isso é ouro, você tem um fluxograma de trabalho, de apuração, de checagem de notícia.

E, nessa época, estava se falando muito de fake news, de alfabetização media, etc. Então, ele disse, e eu estava pensando num trabalho bem difícil, uma pesquisa bem distante, uma coisa bem complicada. E não estava andando a minha pesquisa.

Aí ele disse, veja, você já tem o seu trabalho na mão. É só você montar um documento. Você vai, assim, mas isso é tão simples, isso é tão básico. Não, isso não é básico. Isso é o que qualquer emissora, menor do que a sua, a que você trabalha, precisa, as emissoras pelo interior do país, e emissoras de rádio também, emissoras de TV, quem estava começando ali na internet, precisam para poder ter um norte. Você vai estar facilitando a vida de quem não precisa passar pelos perrengues que você passou para desenvolver isso que você desenvolveu. Você só desenvolveu porque você passou por isso, mas outras emissoras não precisam passar. Você já tem um produto que pode ser oferecido para elas. E aí, foi tudo, deu esse estalo e disse, poxa, aí eu vi valor no que eu fazia, porque eu não dava valor. Então, na verdade, esse foi um projeto que não saiu da academia e foi para o mercado. Ele saiu do mercado, foi melhorado na academia e voltou para o mercado. Então, depois que esse trabalho foi feito, eu sei que emissoras do interior de Santa Catarina começaram a usar essa produção grande. E eu sei que emissoras em algum estado, no interior de algum estado do Nordeste, que eu não tenho certeza agora qual, porque foi meio que o meu orientador que comentou comigo e a gente acabou não aprofundando. Mas eu fiquei muito feliz, porque realmente foi algo que veio, fez esse caminho do mercado para a academia e de volta para o mercado e tem sido útil para emissoras de pequeno porte.

Emanuela: Perfeito. E é o que eu tenho visto, assim, em alguns entrevistados justamente isso, que eles, às vezes, estão no mercado e querem recorrer à academia para ir atrás de soluções, para aperfeiçoar alguma coisa da área que ele está atuando. Isso é muito bom. Então, no caso, o teu objetivo, assim, geral da pesquisa era qual?

Entrevistada 2: O objetivo a gente meio que focou bem em oferecer um passo a passo, realmente. É como se fosse um manual de instrução. Se você vai usar a rede social durante a transmissão do seu telejornal, como você consegue fazer isso de forma segura?

Então, tem o fluxograma ali de um passo a passo, de criar um grupo, de ter alguém disponível para ver o grupo, alguém disponível para interagir, ver as mensagens nas redes sociais, apurar. Porque, óbvio que as informações chegam de diversas

formas. Na minha época, quando eu comecei, chegava só por telefone. E hoje em dia chega por telefone, por e-mail, por rede social, por WhatsApp, por Instagram, pelo TikTok, pelo Facebook, enfim, chega de diversas formas. Só que são tantas formas que você precisa meio que afunilar para que a apuração dessas informações não fique tão solta. Você joga tudo o que a gente fez. Foi entender uma forma de jogar tudo num único grupo para que desse único grupo as pessoas envolvidas e pré-determinadas possam fazer uma apuração para entender primeiro se aquilo merece ir ao ar. Porque nem tudo vai ao ar. Mas, às vezes, é uma informação que gera uma reportagem posterior. Ou então, às vezes, é uma informação que realmente está acontecendo agora, eu tenho que postar isso aqui agora. Ou então, estou na dúvida, será que eu devo postar isso ou não devo? E dar aquela freada. Dizer, não, espera aí, a gente não tem a confirmação. Pode ser que outra pessoa dê na frente da gente, dê o furo. Mas é melhor a gente não dar o furo do que a gente soltar uma barriga, como a gente chama que é, dar uma informação errada. Então, a ideia foi criar um manual de instrução mesmo para que outros jornalistas que precisem e entendendo principalmente a situação de emissoras com poucos recursos. Porque tudo ali é gratuito. Eu criei uma metodologia, mas tudo o que você vai usar e que, claro, com o passar do tempo, com as novas tecnologias, com as novas redes sociais que chegam e vão chegar ainda, você pode adaptar todas essas redes, essas novas mídias àquele mesmo fluxograma para que você possa aproveitar a interatividade, a recepção daquelas informações, mas sem deixar de lado a segurança da informação, a veracidade da informação, que era uma coisa que a gente prezava muito. A gente não queria simplesmente dar a notícia em primeiro lugar, a gente queria dar a notícia desde que ela fosse correta e se fosse em primeiro lugar, ótimo. Melhor ainda. Corria para o tempo, mas ser o primeiro não era a nossa prioridade. A nossa prioridade era dar a informação correta. Então, assim, como a pesquisa aplicada parte de uma problemática, principalmente uma problemática do mercado, então a sua seria justamente esse, diminuir fake news, dar uma informação de qualidade seguindo esse fluxograma? Qual seria, então, de fato, a problemática? Na verdade, eu acho que a problemática seria dar uma ferramenta para emissoras de pequeno porte poderem seguir pulando etapas, digamos assim, que elas não tivessem que passar por todo esse processo para criar sua própria ferramenta. Então, o primeiro era

essa ferramenta. E, obviamente, o objetivo dessa ferramenta é evitar fake news, evitar notícias falsas. O objetivo da ferramenta era dar uma informação com mais segurança. Facilitar o trabalho do jornalista para que ele consiga aproveitar o que chega pelas redes sociais, porque ignorar isso que chega também é um pecado terrível. Porque, às vezes, você tem realmente...

As emissoras têm pouquíssimas pessoas à disposição. Então, é óbvio que não tem gente em todo canto para ver, para flagrar todas as notícias. Então, é muito importante você contar com alguém que está lá, naquele lugar, pegou o próprio celular, fez a imagem e me mandou. Você é riquíssimo. Mas, ao mesmo tempo, por mais que eu considere isso valioso, eu também não posso acreditar 100% que aquilo é verdadeiro. Tem que checar, tem que passar pela checagem. É, porque eu via muitos colegas fazendo assim Ah, chegou esse vídeo aqui, colegas de outras emissoras. E até da própria emissora que eu trabalhava na pressa de dar logo e tal, eu dizia, rapaz, isso está tão estranho. Será? Quando a gente ia apurar, não era bem assim.

Então, eu tentava, e contando para a minha equipe também, que eu não queria ter aquela pressa. Eu queria ter a segurança, mas a ferramenta me ajudou a ser mais ágil. A ferramenta me ajudou a fazer a chegar na segurança mais rápido. Então, era isso. E no caso dos desafios, a gente sabe que a pesquisa em si tem muitos desafios, principalmente quando se trata em pesquisa aplicada. Quais foram os principais desafios que você enfrentou nessa pesquisa? Olha, eu achava que eu enfrentaria mais, mas como a pesquisa foi baseada em algo que eu mesma criei e implantei e executava, então o desafio foi buscar referências daquilo que eu fazia e eu não encontrei naquela época referências de ferramentas semelhantes. Então, não tinha nada sobre isso. Tinha das coisas conceituais da época, a importância da apuração.

Aí, naquela época, já estava se falando muito no combate à desinformação, no combate às fake news. A gente já vinha sofrendo um pouco por conta das eleições, daquele período eleitoral, que, na verdade, desde 2016, com a eleição de Trump nos Estados Unidos, esse já era um tema que vinha sendo mais debatido. Eu, inclusive, fui convidada a participar de um programa nos Estados Unidos que era

justamente de combate à desinformação. E eu falei assim, quando eu fui, eu pensei, ué, mas o Trump espalha milhares de fake news. Como é que esse povo quer falar pra gente sobre o combate à desinformação? Contraditório. Foi o que eu achei a princípio. E aí, foi muito interessante porque era o seguinte, o programa não era da presidência e principalmente não era do presidente.

Era um programa do Congresso americano assumindo que as eleições de 2016 foram um bombardeio de desinformação para os Estados Unidos e que os Estados Unidos não estavam preparados pra isso. Então, foi um reconhecimento deles de que eles caíram em armadilhas que, por exemplo, hoje eu vinha ouvindo no rádio voltando pra casa coisas que eu ouvi naquela época, mas no tom da ideia. E hoje eu escutei no tom do fato. A notícia de fato. Que era, por exemplo, eles percebendo e interceptando interferências mediáticas de redes sociais de desinformação nas eleições americanas, que estão acontecendo hoje, nos Estados-chave. Aqueles Estados que são decisivos pras eleições. E aí, em tal Estado estava tendo muita interferência da Rússia, tal Estado estava tendo muita interferência do Irã.

Aí eu disse, caramba, me lembrei daquela época que eles disseram assim, poxa, a gente sabe que a Rússia interferiu no sentido de jogar os spans, digamos assim, as mensagens que eles não... Peraí, o que é isso? É como se fosse um tiro que você não sabe de onde está vindo. Você está sendo bombardeada, mas você não está vendo arma, você não está vendo bala, você não está vendo fogo. Sabe? Era como se fosse um bombardeio invisível. E aí, esse programa que eu participei foi em 2018. Ou seja, tinha dois anos das eleições do Trump. Então, nesses dois anos eles meio que pararam pra dizer, poxa, a gente se ferrou, erramos feio, e a gente quer mostrar pros outros países o que não fazer. Ou o que estar atento.

Então, de 2018, de 2016 em diante, começou a ter muita pesquisa relacionada a fake news, a combate à desinformação, que a desinformação não é só se é verdadeiro ou se é falso, é o conteúdo enganoso, é o conteúdo que confunde, é o conteúdo que leva ao ódio, é o conteúdo que leva a você ter uma opinião formada na sua bolha sobre determinado assunto que você não domina, mas a sua bolha toda odeia. Tem conteúdo. Então, quando eu fui pesquisar, eu não encontrei referências voltadas às ferramentas. Eu encontrei referências voltadas à

importância de se ter ferramentas como essa. Então, esse foi um dos desafios. Mas eu fiquei muito contente de saber que aquilo que eu fazia no improviso na verdade se tornou uma ferramenta importante para pequenas emissoras.

Emanuela: E precisou de algum recurso? Teve alguma ajuda financeira para o projeto?

Entrevistada 2: Não, não. Não foi necessário porque tudo já vinha baseado no que eu já tinha montado. Foi basicamente organizar o que eu já fazia na prática. Organizar a teoria do que eu fazia na prática. Muito bom.

Emanuela: E como está esse projeto hoje? Hoje ele tá servindo, então, pras empresas, como você falou, né? Esse método.

Entrevistada 2: Isso, ele continua sendo utilizado na TV Clube, que hoje se chama TV Guararapes. Ele continua sendo utilizado nessa emissora de Santa Catarina e também numa universidade de Santa Catarina como modelo, digamos assim, de estudo para os estudantes, né? Na cadeira de televisão. Na verdade, na cadeira de televisão, eu não sei como é que eles chamam a cadeira que estuda as mídias digitais, né? Mídias digitais.

Emanuela: Pelo menos o que eu tô estudando é mídia digitais mesmo, da disciplina.

Entrevistada 2: Pronto. Então, é utilizado nessas duas. Mas, assim, ele é mais utilizado a título de pesquisa mesmo, de estudo mesmo. Ele não foi, por exemplo, vendido, não foi uma ferramenta que foi vendida como produto mesmo, sabe? Foi mais na contribuição acadêmica mesmo. Até porque ele é uma ferramenta que é fácil de ser replicada. Então, não fazia sentido vender um produto que qualquer pessoa, olhando o projeto, poderia replicar.

Emanuela: E qual lacuna você diria que ele preencheu na área acadêmica do jornalismo?

Entrevistada 2: Eu acho que fazer os estudantes entenderem, é meio que na contramão que isso o jornalismo sempre teve, historicamente. Mas, com as mídias digitais, fica mais difícil. Quem tá hoje, quem tá na faculdade, saindo da faculdade

ou entrando na faculdade hoje, tá entrando na faculdade menos interessado nos veículos tradicionais e mais interessado nas mídias digitais. E as mídias digitais, elas têm essa característica da rapidez, do imediatismo. E o imediatismo, ele tem duas mãos, né? Ele tem a mão que facilita o seu trabalho, porque você tem acesso à informação mais rápido, mas ele também gera uma ansiedade pra você querer colocar aquilo no ar a qualquer custo. E, na verdade, você precisa apurar e a apuração demora. E, às vezes, a apuração ela nem dá resultado. Às vezes, você não consegue conferir se aquilo é verdade ou é mentira. E aí, gera um pouco de frustração por você não conseguir confirmar. E aí, vamos botar aí no ar e vamos ver no que dá. Só que aí isso pode gerar processo, isso pode gerar, inclusive, linchamento de inocentes. Então, é um risco que o jornalista precisa ter a consciência de que ele existe. E eu me preocupo muito com a juventude que chega na universidade hoje e que acha que... e que não tem o tempo, não quer ter o tempo de maturar, sabe? O assunto. Porque a rede social que a rede social entrega hoje é tudo muito superficial. Você não quer ver um vídeo de mais de 15 segundos. Você não quer parar pra ler uma legenda que tenha mais de um parágrafo. Você não quer ler um livro que tenha mais de 100 páginas. Então, e a rede social é aquela coisa de vi um, quero o próximo, quero o próximo, quero o próximo, quero o próximo. Então, você não se aprofunda, né? Então, eu acho que uma ferramenta como essa, ela ajuda o estudante e as próximas gerações de jornalistas ok, entendam a sua pressa, né? De apurar e tentar colocar aquilo no ar ainda durante o jornal que tá no ar. Porque hoje em dia, nenhum jornal, nenhum telejornal se sustentam só com notícias previamente gravadas, né? Feitas com muito tempo, feitas ontem ou semana passada. O ao vivo, ele é muito importante. Até porque a gente tem muito mais ferramentas de ao vivo pra se usar hoje. Então, é claro que o ao vivo é muito importante, mas o ao vivo, ele também precisa ser responsável, né? Se você tá ao vivo, seja o próprio repórter num lugar, ou seja, você pegando a informação que você recebeu da rede social e colocando no ar, você tem que ter segurança e confiança naquilo que você tá falando e tá mostrando. Porque você precisa entender que você pode colocar em risco vidas de outras pessoas, né?

Emanuela: Com certeza.

Entrevistada 2: Pessoas podem ser presas por engano, por um crime que não cometeram. Pessoas podem ser linchadas porque foram acusadas por algo que se espalhou na rede social. Ou coisas que talvez não interfiram na vida de ninguém, mas engana as pessoas, como é o caso do exemplo que eu citei do alagamento na via, né? Mas, sei lá, às vezes a pessoa, ah, não vou passar por ali, aí pega um outro caminho muito maior e pega trânsito, né? Enfim, se atrasa. São desde consequências mínimas a consequências muito graves. Com certeza. Então, eu acho que essa é uma ferramenta pequena, claro que ela é só uma parte do que é importante para o jornalista, mas é uma ferramenta que pode ser útil para que você possa conciliar a velocidade com a confiança.

Emanuela: Perfeito. E qual a importância dela para o jornalismo. Apesar que isso também responde, né?

Entrevistada 2: Mas, assim, resumo. Qual seria a importância dela para o jornalismo diário, prático mesmo? É dar mais segurança para o jornalista que tá ao vivo no ar. É dar mais segurança para as transmissões ao vivo, sejam elas nas redes sociais, sejam elas num programa de TV, né? Para que você possa ter segurança e velocidade.

Emanuela: E hoje em dia, né? Velocidade, querendo ou não, tá muito imediatismo, né? O jornalismo. A gente, quanto mais poupar tempo, a gente ganha tempo, né? É, lógico.

Entrevistada 2: Exatamente, exatamente. E entrega o que as pessoas precisam, né?

Emanuela: Pois, eram essas as perguntas que eu tinha para fazer, que respondeu muito bem.

E eu agradeço muito, vai ajudar muito para a minha discussão, que eu vou fazer um capítulo de discussão falando justamente sobre a questão como foi para o mercado de trabalho, as pesquisas, pela visão de vocês, tendo a experiência de vocês, como é que está no mercado. Então, assim, vai ser maravilhoso. Eu agradeço muito, muito mesmo pela disponibilidade.

Entrevistada 2: Ai, eu que agradeço.

Emanuela: E quando estiver pronto o TCC, eu também lhe mando.

Entrevistada 2: Por favor, te agradeço demais. Tenha um boa noite. E qualquer coisa, se precisar, também estou por aqui, viu? Ah, Jo, eu vou saber.

Emanuela: Obrigada, viu? Obrigada. Tchau, abraço.

APÊNDICE D – Entrevistado 3

Emanuela: Qual foi o objetivo, principal do teu projeto?

Entrevistado 3: Então... A pergunta principal que eu queria responder é como é que a gente faz uma reportagem especial transmídia, né, com a reportagem transmídia. Esse recorte de especial a gente foi trabalhando porque o doutorado é um desdobramento do meu TCC e do mestrado, então é uma linha um pouco contínua, né. No TCC eu me interessei pelo tema transmídia e analisei uma reportagem, que foi uma reportagem bem emblemática da Folha de São Paulo, né, consegui caracterizar a partir dos elementos teóricos enquanto reportagem transmídia segundo o referencial teórico que a gente estava fazendo. Como essa reportagem não foi uma única produzida pela Folha, foram sete, né, a gente analisou, foi no mestrado avaliar um pouco mais e tentar ver se os elementos...no sentido fechado, mas uma espécie de modo em que a Folha trabalhava essas reportagens. E aí, no mestrado, a gente conseguiu colocar como parâmetro o desdobramento temático como um ponto necessário, como um critério necessário para a caracterização transmídia. Ou se a gente vai falar...E aí envolve todos os conceitos entre transmídia, narrativa transmídia, enfim. Mas o que a gente propunha, simplificando um pouco, que se num texto mais ficcional...ou avançar a narrativa do futuro ou de personagens, como aconteceu, por exemplo, na novela em que o personagem depois foi para o cinema e virou filme. No jornalismo a gente via, sobretudo na reportagem, no tipo de reportagem que a gente viu da Folha, a gente via que não era isso muito bem, não casava muito essa ideia. E casava com uma distribuição mais temática, a partir de aspectos temáticos ou de desdobramentos temáticos, de assuntos, se a gente quiser resumir assim. Quais seriam os tópicos desse assunto? Se eu vou discutir uma coisa, vou discutir isso em quê? E isso, claro, transformado em narrativa, em personagens, em espaços, em caracterização, em descrição, através dos elementos da linguagem. Mas, no fundo, a dissertação tem muito essa base a partir da semiótica, da semiótica discursiva, era perceber que todo discurso se estrutura a partir de temas, ele fala de alguma coisa. Estou falando muito com

minha orientadora, a gente trabalhava muito nessa parceria de dialogar bastante. A gente já tinha pensado em pensar um capítulo que pudesse não só ser analítico, mas também como fazer. Só que mestrado são dois anos, a gente não deu conta disso. E aí, de fato, a gente colocou isso para uma proposta de doutorado. E foi aí que entrou a metodologia da pesquisa aplicada. Porque a gente já tinha mais ou menos uma hipótese que estava referendada na dissertação, que a gente já tinha comprovado e mostrado através dos elementos gráficos, como era esse desdobramento de temas entre as mídias. E aí a gente queria pensar, se isso funciona para a gente olhar um produto, isso também pode funcionar para a gente pensar um produto. Ter essa mesma ideia que a gente teve para olhar aqueles sete produtos da Folha, se a gente organizar isso em um esquema e transformar esse esquema numa espécie de ferramenta, num fluxograma mais abstrato, isso dá para a gente pensar os desdobramentos para as diversas mídias. E pensar, sobretudo, uma coisa importante numa narrativa transmídia e não repetir as abordagens, e não repetir os conteúdos, os temas. Mas em cada mídia é tratada uma coisa diferente e, ao mesmo tempo, autônoma. Então foi aí que a gente pensou que a gente poderia tentar experimentar e tentar testar isso com estudantes de graduação de jornalismo. Porque também a gente estava num período de pandemia e a ideia também era testar com profissionais, mas a gente não conseguiu chegar nesse ponto, justamente por causa das limitações que a gente teve também, contextuais do período histórico em que a gente estava. Então, basicamente, a tese tenta fazer isso. Como é que eu produzo? Como é que eu vou ter isso? Se eu quero simplificar, como é que eu planejo uma...

Emanuela: No caso que a pesquisa aplicada parte de uma problemática, né? Deixa eu ver se eu entendi direito. Então, a problemática seria, esse desdobramento de temas que você acha que não tinha tanto esse desdobramento de temas nesses trabalhos que você estava realizando?

Entrevistado 3: Tinha, mas não era visto dessa forma, assim. Dos produtores, não através de entrevista, mas de depoimentos que eles tinham dado sobre o fazer jornalístico, a gente conseguia ver que havia muito esse modo de organização, de como era organizado em capítulos, em temas, mas isso não estava posto, não estava explícito, não era um conhecimento assim dado, entendeu? A organização,

não existia esse pensar, apesar de ser uma coisa muito intuitiva, muito prática dos jornalistas que fizeram essas reportagens, mas, do ponto de vista de ter um conhecimento apurado, organizado e fundamentado teoricamente, a gente conseguiu fazer isso na dissertação, do ponto de vista analítico. E aí, na tese, o desafio era se isso serve para a gente olhar, identificar que é assim que se organiza uma reportagem, que já foi a hora, que já foi publicada, isso também pode servir, esse mesmo modo de olhar pode servir para a gente olhar...de uma hipótese que já tinha uma fundamentação, que era a dissertação, então é difícil até você compreender a minha tese sem ter todo esse processo da dissertação, mas eu recupero na própria tese para tentar explicar um pouco isso, mas elas são, é uma continuidade, E aí, como a gente já tinha isso um pouco consolidado, do ponto de vista, a gente apostava, a gente via, enquanto pesquisadores...um tipo de reportagem que a gente chamou de reportagem argumentativa, que é um tipo que a gente acabou tentando caracterizar como um tipo de reportagem que parte de você discutir uma temática, porque pode existir um outro tipo de reportagem em que você seja um pouco mais narrativo, um pouco mais tipo neo-jornalismo, novo-jornalismo, o jornalismo gonzo, que é feito muito mais livre, não tem essa preocupação em abordar um tema, ele vai ser muito fluido. É o tipo de reportagem que diz assim, nós vamos falar sobre aborto, nós vamos falar sobre tal coisa, ou seja, é um tema. As reportagens abordam um tema, apesar de serem com base na história de fulano, ciclano, beltrano, mas elas partem de um tema. E esse tema, normalmente, é desdobrado. Então, quando os estudantes foram falar de autismo, e eles definiram o tema para falar sobre isso, eles pensaram, o que eu posso abordar de autismo? Causas, tratamento, impacto social. Então, essas denominações, elas vão quase que automaticamente, mas a gente viu que tinha um método que não era determinado e que a gente precisava comprovar isso. Porque o processo de criação, sobretudo no jornalismo, inclusive eu falo isso na tese, jornalista, normalmente, tende a dizer que não tem método. Que faz muito pela intuição. Mas, de fato, existem vários métodos. A gente acaba criando o nosso próprio método com base em métodos que a gente já viu, com adaptações, existem. E aí, a gente queria propor esse método para roteirizar. E aí, roteirizar é no sentido não restrito da palavra, não no sentido de dizer que vai ser assim, mas de ter um projeto de planejamento, de como eu vou apurar. Porque, como se trata de uma

narrativa complexa, com diversos pontos para diversas mídias, em diversas linguagens, eu preciso ter o mínimo de organização para saber como é que eu vou gravar, como é que eu vou captar de mídia. Precisa ter, no mínimo, pensado isso, ainda que isso possa mudar.

Emanuela: Então, o teu incentivo pra fazer uma pesquisa aplicada foi justamente pra você dar continuidade à pesquisa que você tinha no mestrado, mas pra trazer um resultado mais concreto?

Entrevistado 3: Isso, porque a gente precisava mostrar como se faz. Então, exigia uma metodologia pragmática, exigia uma coisa do fazer, né? Mesmo que fosse um fazer projeto de reportagem, né? Já que a gente se baseia nesse sentido de que é um roteiro. O roteiro é nada mais do que um projeto de reportagem. Se eu vou propor pra um edital de bolsa reportagem, eu preciso fazer um projetinho, né? Pra concorrer. Então, o roteiro é nada mais do que isso. Temático que foi um fluxograma, a gente tinha feito um fluxograma para desenhar e depois foi deixando o básico, as mídias, né, o que a gente, mídias ou plataformas, a necessidade de, nesse mapa, nesse chão dessa mídia, colocar os temas que vão ser discutidos, que vão ser apurados, né, e essa interligação entre o digamos, abarca um pouco mais a temática e outros que complementam, que estão ali no entorno, que estão orbitando. E também, e aí um diferencial que a gente propunha para facilitar esse desdobramento, as funções jornalísticas, que não são exclusivas do que a gente propôs na pese, mas que são já uma indicação. Então, eu me perguntava, como é que determinado aspecto que está na mídia tal, ele pode ser aprofundado na outra mídia? E aí a resposta poderia ser atualizando, contextualizando, opinando, explorando. Essas respostas que vieram da pesquisa anterior e outra que foi surgida também a partir de sugestão dos próprios estudantes, já no percurso de construção da tese, a gente conseguiu ver que essas formas facilitam o processo de pensar desdobramentos, porque quase sempre a gente fica pensando na contextualização como aprofundamento. Mas eu posso desdobrar em outra mídia, oferecendo conteúdo mais de orientação, de serviço. Eu posso desdobrar em outra mídia, oferecendo mais um conteúdo opinativo, de debaixo, de discussão sobre aquele assunto, que pode envolver outros elementos novos para contextualizar, mas foca muito mais no debate, na discussão de ideias. Essa coisa que é tão

necessária ao jornalismo. Outra possibilidade é de experimentar a partir dos novos recursos. conteúdo de vídeo 360 graus, a gente acabou não utilizando...fazer a audiência ter uma experiência mais sensível, né?

Emanuela: A imersão, né?

Entrevistado 3: Oi? De imersão. De imersão, ligada à imersão. Ou, por exemplo, se a gente propõe uma exposição pra que uma pessoa pudesse, a partir da temática da reportagem, né? Então, alguma coisa que partisse muito pra essa...Então, se é uma reportagem sobre alguma coisa de alimento, talvez uma experiência gastronômica pudesse ser uma experiência imersiva, presencial, enfim, poderia ser pensada diversas coisas como forma de expansão. A pensar outras formas, porque quase sempre a única forma é, eu vou aprofundar, ou seja, eu vou trazer mais informação, mas não é só trazer mais informação do ponto de fato, de dados.

Emanuela: Os diversos gêneros jornalísticos e formatos para isso, né? E a gente sabe que a pesquisa aplicada, ela busca muito diminuir o distanciamento entre o ensino e o mercado. No caso do jornalismo, esse distanciamento existe, é um distanciamento histórico. Que é difícil a gente quebrar essa barreira entre o ensino e o mercado. E a pesquisa aplicada está aí para isso. Aí, no caso, como tu achou que tua pesquisa poderia contribuir em diminuir esse distanciamento?

Entrevistado 3: Do ponto de vista como a gente pensou, a partir da formação dos estudantes, né? Porque a gente acabou se restringindo pela limitação, de fato, do contexto em que a gente estava, de testar somente, de fazer a aplicação do jornalismo, né? Com estudantes. Então, os estudantes que passaram por isso, e a gente fez a avaliação também com eles, depois do... de cada experiência, né? Eu acredito que tem, terão outras...não quero trabalhar com isso porque isso é complexo e pensar como uma coisa pode complementar a outra sem ter que necessariamente se repetir E aí eu acredito que a contribuição que tem do ponto de vista da pesquisa imediata foi essa Mas o método...pode ser aplicado em redações. Na verdade, eu estou tentando fazer um experimento agora...As populações, assim, é um jornal mais tradicional, que não tem um portal ainda de notícias e tal, é um jornal pertencente ao governo do Estado, mas tem uma rádio,

então a gente está articulando conteúdos entre o jornal impresso e a rádio. Inclusive, vai sair nesse final de semana o Caderno. Por isso que eu estava nessa correria toda de apuração, de fazer um pouco desse meio de campo, porque não existe essa cultura dentro dessa empresa, que é a empresa Paraibano de Comunicação. E eu acredito que não existe também, em boa parte, o máximo que as redações tentam fazer, é de um conteúdo extra, uma coisa assim, mas para uma grande produção, como é o projeto da tese, uma grande reportagem, isso tem diminuído significativamente no jornalismo como um todo, e se pensa em uma grande reportagem transmídia, que dá mais trabalho ainda, isso também tem sido visto de forma também pouca, que exige um trabalho de investigação. Não somente falar sobre ele, mas discutir, colocar ele em pauta, isso contribui bastante para a credibilidade do jornalismo. Isso, eu acho que dá um start, que a coisa começa a se tornar mais rotineira e o método, inclusive, pode ser e deve ser, inclusive, redefinido pelos próprios profissionais. A lógica, ela pode continuar, mas a forma com que cada um trabalha e os formatos, ele é muito autônomo nesse sentido. Ele não tem formas, nem camisas de forças francesas. Precisa ser assim, essa mídia tem que ir aqui, tem que ir... Depende de cada configuração, depende de cada... Então, nesse sentido, a gente acredita que pode contribuir bastante para o mercado. no mercado de jornalismo independente.

Emanuela: Você acha que tem mais interesse de transmídia?

Entrevistado 3: No sentido de que é um tipo de reportagem especial em profundidade, sabe? Talvez não tenha o potencial de outros conglomerados.

necessidade de discutir uma temática tão grande. Enfim, a gente vê a crise em que o jornalismo tradicional vem passando, crise de publicidade, modelo de negócios, tudo isso. E, às vezes, fica bem mais restrito isso. Então, eu acredito que o jornalismo independente tem muito mais interesse por conta dessa vocação, pelo menos, apesar de ter maior dificuldade em ter diversidade de plataformas, mas eu acho que também é uma possibilidade de inovar pensando em parcerias, não significa que pode ser feito por um único veículo. Então, uma TV pública junto com um veículo de jornalismo digital, pode pensar uma proposta transmídia. E aí, eu acho que tem o potencial também de inovação, estimular a inovação nesse sentido.

Inovação, parceria, porque é como tu falou, sendo jornalismo independente, acho que para ter várias mídias, só se fosse um jornalismo independente bem desenvolvido, uma empresa já bem desenvolvida para ter várias mídias.

Os conteúdos para diversas mídias, elas precisam se fragmentar. Mas eu acho também que, assim, quando você falava do jornalismo independente, eu acho que não é tão difícil assim, não. Porque a gente tem plataformas de streaming de áudio, a gente pode pensar áudio com site, com texto, né? E pode pensar também outros formatos menos digitais também, como essas experiências mais de debate. Eu achava interessante, por exemplo, na experiência da Folha de São Paulo, eles fazerem um debate na redação sobre o tema presencial, né? Então, eu acho que tem essas possibilidades também de que o jornalismo não fique restrito somente aos meios, mas possa circular, que é o que a gente fala de outras. Pode gerar talvez uma exposição, pode pensar uma peça de teatro, alguma coisa que estimule isso, enfim, um debate público. Então, eu acredito que tem possibilidades para além. Além de pensar...fazer isso, serializando também, um ponto importante, que é a serialização do conteúdo. Se você pega uma grande causa, uma grande questão que você possa discutir...O máximo de público é diferente. Então, se você vai para um meio, para uma plataforma e você remete esse usuário para outro, você está fazendo a temática chegar, de alguma forma, a diferentes usuários. Esse é o objetivo final do Transmedia também.

Emanuela: No caso do teu projeto, quais os principais desafios que você poderia citar para fazer esse tipo de pesquisa?

Entrevistado 3: A pesquisa aplicada, o primeiro desafio é entender a pesquisa aplicada. Então, a gente não tem tantas referências, a gente tem algumas noções e a gente acabou também buscando algumas coisas. Quando a gente pensou assim, vamos ter que testar, a primeira ideia foi essa. Nem no projeto de tese não estava posto que servia a pesquisa aplicada. No decorrer do processo, a gente foi vendo que precisava ter um pouco essa metodologia. E aí, o primeiro desafio específico foi a pandemia.A gente...Então, esse foi o primeiro desafio que a gente teve. Então, a gente levou a noção...se organiza uma reportagem de como ela pode ser. E aí a gente foi também atrás de elementos...público era esse. Pode falar.

Outro desafio que a gente teve nas suas primeiras experiências, a gente não chegou a concretizar o projeto. A gente fez apenas um planejamento, e isso foi apontado também como desinteressante para os estudantes.

Emanuela: Como assim? Fez só o planejamento do projeto?

Entrevistado 3: É, não fez a reportagem. A gente estava em pandemia, a gente estava em ensino remoto, e aí a gente fez, elaborou, discutiu, fez todo o projeto, marquei o que poderia, mas eles mesmo colocavam de fato isso era um trave, pensar uma reportagem e não fazer a reportagem, ficar pelo caminho. Isso foi específico do projeto que a gente teve muito a ver com isso. Aí no terceiro caso que a gente fez, a testagem, a gente conseguiu fazer isso, que foi justamente na Universidade Federal de Alagoas. A gente fez o projeto, a primeira parte da disciplina, e na segunda a gente desenvolveu com os estudantes os projetos de reportagem. Eles foram apurar, foram produzir, e aí foi bem mais interessante porque ajudou a ver o que na fase do planejamento não estava dando certo. E estava propondo. A gente ia e voltava com algumas coisas, com o que estava vendo, Ah, isso não dá certo, é melhor desse jeito. Vamos tentar fazer assim. Então, houve de fato essa dificuldade no início. Outro desafio foi, assim, do ponto de vista nosso de esquematizar que a gente não tinha recurso para pensar em um mapa e os alunos, a maioria não gostaram de Excel. Teve alguns que gostaram, mas teve outros que não se adaptaram. E aí depois a gente foi procurar uma plataforma, a gente acabou utilizando o modelo na plataforma Figma, mas adaptado também. O ideal seria que a gente tivesse uma parceria, pudesse tentar, e aí a gente não conseguiu fazer isso. Durante o doutorado, pensar em desenvolver uma espécie de software, ou alguma coisa assim, que tivesse um apoio mais tecnológico para formatar a ideia que a gente tinha, inclusive facilitar também. Concretizou a reportagem, produziu a reportagem, fez o planejamento e produziu. Porque a gente não tinha um programa, uma coisa, então a gente fazia documentos, essa coisa muito mais amadora mesmo. Mas se a gente tivesse uma espécie de software de alguma coisa assim que aquilo que a gente tinha desenhado ali pudesse ser colocado conteúdo, que pudesse ser gerenciado...A gente acabava utilizando, eles inclusive, os estudantes, utilizavam o que mais conheciam. Alguns utilizaram trevas para fazer essa organização, e aí a gente não teve isso. Que a gente deixou em

aberto ao final da tese como avanço da pesquisa, né? Isso, então, assim, a gente fala da importância de recursos, né, para uma pesquisa aplicada, que justamente é o que a gente tem debatido e vê nos artigos, nos poucos, que, como tu falou, é uma dificuldade ter, se entender pesquisa aplicada, porque não se tem muitas coisas falando, muitos artigos, nem muito estudo falando sobre pesquisa aplicada, mas a falta de recurso é uma das dificuldades, então, assim, vocês não receberam nenhum recurso, né? Não, a gente nem... a primeira parte da pesquisa tinha que conciliar com o trabalho, né, e assim, a gente também não teve muito, assim, porque também, assim, nem a gente tinha pensado inicialmente no projeto, né, que era a pesquisa aplicada, mas também o contexto em que a gente estava das universidades públicas naquela época. Uma pandemia, né? Foi o governo Bolsonaro. As áreas de humanas, elas acabam sendo bem mais prejudicadas, né? Ciências sociais aplicadas, como é o caso do jornalismo e da comunicação. E aí a gente não tinha, a gente tentou fazer parcerias e começou a pensar, né? Mas também o acúmulo de coisas, né? alguém da área de tecnologia da informação, que pudesse somar, que pudesse ser um projeto também interdisciplinar, a gente vê a vocação disso para a interdisciplinaridade, não pega somente o jornalismo de alguma coisa, né? Por conta do recurso, né? Acabou usando menos que eu queria.

Emanuela: Como é que tá teu projeto atualmente? Você deu o andamento, ele, pelo que tu me falou, ele não foi aplicado no mercado, foi isso: Ele tem potencial de ser aplicado no mercado, pelo que eu vi, pelo que tu me falou. Mas, como é que ele está? Você vai dar andamento? Como ficou?

Entrevistado 3: É, a gente tá pensando, eu confesso que, assim, tem muita, a proposta O que é um é nesse caso uma alma médica que tá ali na onde estava que falta E, como eu disse, dentro das limitações, eu estou tentando introduzir a temática, a minha tática tem sido, assim, onde eu estou trabalhando, mostrar que é possível, porque os veículos da mesma empresa não se conversam no conteúdo, entende?eu estou fazendo sozinha, um pouco para mostrar que é possível fazer isso, para ver se gera um pouco de interesse. E ver o que é possível tentar, a gente não tem possibilidade de começar a conversar com outros veículos para tentar, como eu disse, essa proposta dos veículos independentes. É uma aposta também que a gente tem, a gente está em projeto de transformar em livro ainda a tese para

publicar nesse sentido uma proposta de possibilidade, né. Tem aqui também, como eu tô chegando na Paraíba agora, então foi no final de março que eu defendi a tese, mudança de local, aqui tem um programa de educação em jornalismo, que é um mestrado profissional. E aí talvez seja a possibilidade de levar também isso, sabe, pra uma oportunidade de desenvolver algum projeto de pós-doc ou alguma coisa do tipo. A gente tem muitas frentes aí pra serem abertas, mas eu confesso que por esse ano, depois de uma jornada de doutorado, eu acabei parando um pouco mais pra me organizar. Descansar, realmente. Pra o ano que vem tentar ver um pouco algumas coisas dessas, né. Tanto o projeto do livro, de tornar a tese bem mais didática, enxugar bastante as coisas que tem na tese pra ficar uma linguagem bem mais acessível, assim, pra estudantes e profissionais lerem, terem todo aquele caramasso que tem a tese, né, que você precisa provar por A mais B. E essas propostas de pensar isso articulado com uma plataforma também. A gente ainda fica muito pensando isso, né, de desenvolver o template, uma coisa assim mais específica, né, e aí envolve recurso, envolve pensar outras áreas do conhecimento, né, como tecnologia da informação. E essa testagem também com a redação, né, com a redação, que é isso também que eu tô tentando mostrar que é possível aqui, né, onde eu tô trabalhando, que é uma relação mais complicada também, assim, no sentido de que...uma espécie de pesquisa ação, né? Porque eu, enquanto professor, eu também estava com pesquisador, né? E aí, isso não foi negligenciado e nem omitido em nenhum momento, mas acaba tendo a repercussão no resultado, né? E se a gente faz um experimento um pouco mais isolado, a gente pode ter outros resultados também favoráveis, inclusive, não somente no sentido de pensar outras propostas, pensar o desenvolvimento e desdobramento do método, enfim.

Emanuela: Com certeza. Então, você acha que a tua pesquisa preencheu lacunas na área acadêmica, jornalística?

Entrevistado 3: Essa do fazer, da prática de transmídia, assim. A gente pesquisou, inclusive, tem uma parte na tese, a gente foi atrás e vê se já existe algum método, sabe? ou seja, passos que a gente pode estruturar. A primeira faz isso, a segunda faz isso. Que é um modo pedagógico, apesar de pode parecer que é...jornalismo é mais difícil, né? Então, eu acredito que a contribuição foi essa, a gente pensar um método, mas não só teorizado, não só, ah, pode fazer isso, como a gente viu, por

exemplo, inclusive, a gente tem muitas referências em relação ao jornalismo entre as mídias, com o Kevin são pistas assim, ó, pode fazer isso, pode fazer aquilo, pode fazer aquilo, no nosso caso, a gente mostrou que, de fato, é possível fazer assim. nos passos, o que pode ocorrer, e as experiências também relatadas acabam também ajudando bastante em suprir o...certas questões que podem aparecer no processo, né? Uma primeira questão é, em qual mídia eu coloco qual conteúdo? E aí, o fazer a testagem, a pesquisa aplicada foi se deparando com essas coisas e não existe uma resposta pronta para isso. Porque depende do veículo que eu estou, do meu público, da minha linha editorial, então eu não posso dar uma resposta uniforme para todos. E aí, se a gente tem pouco pra produção, inclusive quando eu fui pesquisar...abriu um horizonte para pensar o todo e aí a ferramenta que a gente pensou que é o mapa midiático temático, ela ajuda bastante nisso, ela ajuda a organizar o pensamento, ajuda a organizar as ideias que a gente tem, a gente pode colocar as ideias lá e depois reorganizar, mexer um pouquinho né, para ficar da melhor forma que a gente acredita que pode ser o desenho da produção que a gente quer fazer. Ótimo, aí no caso a relevância que tu dirias, a tua relevância para o jornalismo, da tua pesquisa? Para o jornalismo eu acredito que é no sentido de pensar um tipo de inovação como eu diria, robusta de qualidade jornalística que envolve a questão do conteúdo, de fato. Por muito tempo se entendeu transmídia como pensar um jogo ou pensar uma coisa tecnológica de novidade e aí a relevância que eu acho que a pesquisa dá é de pensar que pauta uma certa realidade necessária de ser discutida. E eu acredito que ainda tem também um facilitador que é o método, se ele for apropriado pelo mercado, ajuda também a cortar caminho, ajuda o repórter a não se debater, ajuda o produtor a não se debater, ajuda todo mundo a ver o projeto e a saber quais são as nossas funções. De otimizar a produção, otimizar os diversos profissionais, seja da área de fotografia, de vídeo, de áudio, enfim.

Emanuela: Muito bom, muito bom mesmo. Quando a gente se deparou, assim, com o teu projeto no levantamento, a gente viu que envolver tantas questões que podem preencher essa lacuna jornalística da atualidade, que indo para o mercado, de fato, pode contribuir muito, porque a gente sabe que, hoje em dia, essa questão, principalmente de transmídia, não é nem só questão de ser debatido, sabe? Mas é

estar presente nos meios jornalísticos e, assim, o importante não é só estar presente, é vir com qualidade, né? E ele chamou bem a atenção mesmo.

Entrevistado 3: não vou fazer isso no trabalho onde eu vou, no estágio que eu estou, a gente não faz essa grande reportagem, professor". Eu dizia, tá, mas se você sabe como você vai linkar um conteúdo do site com um podcast, pode ser que lá na frente você queira linkar um conteúdo de uma notícia com a rede social, você vai saber que uma coisa foi colocada diferente de uma coisa em outra. Então, não necessariamente a pesquisa foca isso, mas pode desenvolver competências, a partir desse trabalho do método, que podem servir para o jornalismo diário, né. Então, eu acho que é isso que se falou, de que hoje a gente está impregnado de uma cultura transmídia nas organizações, né, a partir de estratégias transmídias que não precisam ser em torno de uma grande produção, como foi a tese que a gente propôs, mas pode ser de conteúdos mínimos.

E o que a gente pode ver, às vezes, nesses conteúdos é que um QR Code que é passado, ele repete aquilo ou transcreve apenas aquilo que já está na outra mídia, né. E aí, quando se pratica isso, eu acredito que o profissional que começa a trabalhar nessa dinâmica, ele começa a abrir horizontes para perceber, de modo muito mais rápido, possibilidades de expansão, que é o que a gente chama estratégia de expansão, de uma notícia, por exemplo, sem ter um trabalho maior. Então, eu penso isso assim, por exemplo, eu escrevo para o profissional que estava lá. eu poderia pensar em alguma coisa para o rádio. Trechos da entrevista que eu não utilizei. Então, são coisas que, assim, no dia a dia a gente pode começar a praticar. O foco da tese não é isso, mas eu acho que abre essa janela também, sabe, para esse horizonte também. Com certeza.

Emanuela: Exatamente

APÊNDICE E – Entrevistado 4

Emanuela: Diante de todos os tipos de pesquisa que a gente sabe que existe, principalmente a pesquisa básica, que é maior o número, comparada à pesquisa aplicada, por que você escolheu uma pesquisa aplicada?

Entrevistado 4: Então, a minha ideia era justamente essa, né? Eu sempre acreditei no jornalismo como ferramenta de inclusão social. E no meu dia-a-dia eu percebia muito, como eu trazia a população em situação de rua, eu percebia que ela nunca falava. E quando falava, era uma fala terceirizada, uma fala que era passada para os órgãos oficiais. Um benefício que a prefeitura fez, que alguém ajudou, por exemplo, mas nunca era visto como um protagonista. Então, eu queria entender o que é que isso provoca, o que é que isso causa. Por que eu, enquanto profissional, não consigo fazer isso? O que é que me distancia? É o jornalista Anderson que não tem afinidade com o tema? É o veículo que não permite que o tema seja tratado? É um problema, é um câncer social que acaba indo da sociedade e também entrando nas redações os meus colegas jornalistas e também estudantes de comunicação, para que a gente encontrasse uma forma de unir esses dois mundos e melhorar a cobertura, fazendo, de fato, um jornalismo de inclusão social, um jornalismo social como a gente sabe que é a função do jornalismo, mas que, infelizmente, com o tempo foi se perdendo e eu vejo muito o lado comercial, pela audiência, mas o conteúdo está se perdendo. Então vale, por exemplo, você falar da roupa que Neymar está usando do que falar de um morador em situação de rua, por exemplo, que não tem uma roupa para se vestir, que não tem um local para dormir adequado, que não sabe o que vai se alimentar nas próximas horas. Então quando eu busquei foi isso, tentar entender porque existe tanto preconceito na temática da população vulnerável, com foco na população de rua. Então eu fui com esse propósito, quero ir para a academia para entender esse processo e, de alguma forma, estudando isso, o meu trabalho, a minha pesquisa possa voltar para o mercado e aí a gente entendendo esse processo, eu preciso ouvir mais, eu preciso fazer um jornalismo mais humanizado, como o Cremil da Medina mesmo fala dessa questão de você dar esse olhar mais sensível, um jornalismo mais sensível. Então era a minha proposta, era trazer essa dor que eu percebia no dia a dia, é falar

sobre, não falar com, essa coisa mais prática, de não só terceirizar a fala, mas dar o protagonismo às pessoas que de fato precisam. Então foi mais isso que me levou a buscar o mestrado e a voltar a estudar principalmente.

Emanuela: É, a buscar de fato uma pesquisa aplicada, voltada para uma pesquisa mais aplicada. Aí no caso, então, do teu projeto, pode resumir o objetivo dele?

Entrevistado 4: O objetivo é exatamente o que eu fui para a faculdade ou o projeto hoje?

Emanuela: Não, o do mestrado.

Entrevistado 4: O do mestrado, ele acabou sendo observar como as assessorias de imprensa, o site da Prefeitura de Aracaju, produzia as matérias com foco na população de rua e como essas matérias repercutiam nos sites comerciais. Se havia silenciamento, se a população era de fato ouvida, ou se outras pessoas falavam por elas. Basicamente era isso.

Emanuela: Perfeito. No caso, a gente sabe que a pesquisa aplicada, ela busca resolver algum problema, né? Procurar uma solução. Então, qual era esse problema que você estava querendo resolver na sua pesquisa?

Entrevistado 4: Então, o problema era justamente o fato de verificar que não havia tanto... os veículos de comunicação não conseguiam fazer uma comunicação de fato humanizada. O que eu busquei muito, trabalhar também nesse mestrado, na dissertação, a questão do jornalismo humanizado, da redação humanizada. Colocando a população, o pessoal, o entrevistado, como foco, como protagonista. Para que ele pudesse, de fato, falar sobre os seus problemas e não ser tratado como um estereótipo. Meu problema, em resumo, vou tentar resumir aqui. O problema era justamente...a população não tinha tanto espaço e a pesquisa de fato comprovou...silenciamentos, esse é o problema principal.

Emanuela : Perfeito. E quais os os principais desafios?

Entrevistado 4: O maior desafio mesmo foi a questão, logo no início, quando eu parti para, o que eu queria, como eu falei, eu queria estudar os veículos comerciais,

o site G1 e a Infonet, que seria como eles fazem a cobertura da temática, que eu achava que era um pouco tema e de fato era isso, ou quando havia, era mais um colocando a população vulnerável em uma condição de marginalização, então eu queria entender isso, como eu falei, e quando eu...Então, ele tinha outra visão, uma gente que pesquisa, e eu pensava diferente. Aí começou a bagunçar a pesquisa. Eu me perdi, então foi a primeira barriga. A universidade entender qual era a proposta da minha pesquisa. Que era justamente trazer um problema do mercado para a academia resolver. E isso foi o principal problema que eu tive. E não conseguir fazer essa ponte do mercado com a universidade. O segundo problema foi, apesar de ser um...Eu tinha pouca experiência em pesquisa, eu não sabia mesmo pesquisar. Pouca experiência acadêmica, né? Que é normal. Zero. Ainda hoje eu sou muito fraco. Foi a maior dificuldade que eu tive. Foi a questão mais de orientação, de dar um norte. Eu tinha ideia, mas não sabia para onde ir. Outra dificuldade, eu não conseguia a liberação para fazer entrevistas com as pessoas em situação de rua, porque eu falava tanto em como essas pessoas são colocadas e eu precisava ouvir. Mas aí eu tentei várias vezes a liberação da universidade e eles não me liberaram porque os questionários que têm que preencher várias, esqueci o nome do formulário que preenche agora, mas é uma liberação lá, que inclusive não é da comunicação, é da área da saúde, então eu tinha que justificar as perguntas porque aquilo, então eu fiz várias vezes e aí não deu tempo. Como eu fiz muito em cima, não consegui, então ficou essa lacuna de ouvir a população. Outra dificuldade foi conciliar também o trabalho com a universidade, porque durante esses dois anos eu estava no trabalho das 5 da manhã até as 10h30, então a faculdade era tarde. Então era muito cansativo eu sair da universidade, ou do trabalho, ter que embarcar na pesquisa, ter que fazer a pandemia. As aulas eram virtuais, a gente não tinha aquele computador durante um ano, um ano e meio mais ou menos. Até para ter uma produção mais firme do que eu estava fazendo. Assim, eu não tive essa questão também da pandemia, pesou bastante frustrando, né? E vim com a ideia que eu tinha, que era com as minhas dúvidas, os meus questionamentos do mercado, que eu não consegui responder no mestrado. Então, assim, isso foi bem doloroso.

Emanuela: Imagino.... As dificuldades. E é uma coisa que a gente nem para assim pra se deter, né? Na questão de que tem pessoas que estão vindo do mercado pra academia e precisa de um certo preparo. Porque fica difícil mesmo.

Entrevistado 4: Assim, é aquela coisa, né? A gente tenta distanciar, diminuir esse distanciamento, mas é tanta pedra que impede que acabam ficando na estaca zero, né? Não saindo do lugar. Eu digo assim, por exemplo, eu queria fazer um trabalho que impactasse no mercado, que trouxesse...E continua com a dor, porque ele continua vendo os mesmos problemas, as mesmas faltas de... E eu falo assim, a população de rua, mas também se enquadra em outros temas, se acaba focando muito em uma única temática, por exemplo, agora mesmo, a questão da... A gente, na pandemia, usava muito o virtual e continua, só que a gente deixou de ter mais gente, mais mãos pra comunidade, como tinha antes, reduziu. Então você tem menos gente trabalhando e mais trabalho pra se fazer com menos gente. Então a precarização foi muito grande.

Emanuela: Imagina... E a tua pesquisa precisou de algum recurso? Você recebeu algum recurso financeiro?

Entrevistado 4: Não, não recebi nada. Eu fiz tudo por conta própria.

Emanuela: Mas precisava de algum recurso?

Entrevistado 4: Eu queria, eu queria, pensava, porque, assim, diante disso, eu queria também produzir um guia com orientações pra imprensa. Então eu queria produzir um manual. Então, na fase final, eu iria precisar...começando, iniciei, na verdade, o guia e não concluí o filme, que é um dos últimos capítulos, mas eu não utilizei por isso, não cheguei a solicitar por isso, ele entendeu que era melhor não fazer. A pesquisa e o guia em outro momento, doutorado, se fosse o caso.

Emanuela: Ah, entendi. No caso, a tua pesquisa, ela gerou resultados que podem ser aplicados no mercado jornalístico?

Entrevistado 4: Então, a metodologia dele, professor...que é do Qualijor, o nome do programa dele é Qualijor, de certa forma ele acaba ajudando a gente ao mercado

a se... a se... a preparar melhor, fazer uma cobertura mais equilibrada da temática, né. Claro que tem uns temas que vão pesar mais, então ele usa lá umas métricas que são interessantes pra gente, pra você enquanto entrevistador a avaliar, então o meu trabalho vai lá por cima disso, mas acho que a maior contribuição para o mercado é justamente de repensar mesmo, é como se você... como falar de uma população que está excluída socialmente, tem pouco acesso aos meios de comunicação e é marginalizada na sua forma de ser informada sobre a sua vida, né, de forma estereotipada, inclusive noticiada, então esse trabalho faz do mercado, do profissional, pensar um pouco nessa cobertura a ser mais humanizada, né, como é que eu posso funcionar melhor na minha cobertura? Eu acho que essa dissertação faz pensar nisso, eu acho que a contribuição que ela traz para o mercado e tentar fazer não só a minha temática de população de rua, mas dá pra se encaixar pra população vulnerável no geral, como eu posso melhorar a cobertura desse tema? Principalmente tratando da questão minorizada, ouvindo as histórias, fazendo uma escuta qualificada, sem se deixar levar pelo deadline, pela correria de ter que voltar para a redação, então eu acho que a contribuição do mercado é essa, esse fazer pensar, é fazer pensar a forma de noticiar o tema.

Emanuela: Ah, e no caso deu continuidade à pesquisa, como é que tá agora, assim, tem algum fruto dela?

Entrevistado 4: É, o meu trabalho...Eu quero tentar justamente compreender essas lacunas que na comunicação eu não consegui entender. Esse processo de silenciamento que não resolveu aqui, que pra mim vai ser assim, a dissertação faz você pensar a forma como se faz o trabalho, mas entender como esse trabalho é negado...E como eu já senti a falta da temática no meu trabalho e na imprensa aqui em Sergipe, eu resolvi contar histórias desses moradores. Então eu gravava vídeos e colocava no YouTube. De certa forma, o meu trabalho também está impactando nisso, nessa página eu tento dar esse protagonismo para essas pessoas. Não é ser modelo porque eu estou sozinho, então fica mais difícil fazer as coisas, mas, por exemplo, recentemente eu fui chamado por um site aqui também alternativo chamado Mangureira. Dos editores do Alternativo, me conta na imprensa comercial, mas nos veículos mais alternativos, nas escolas, porque eu acho que isso é bacana também, é a base. Então, se o aluno está no nível, no ensino mérito, está tendo

esse contato com o material que chama para ser mais sensível, se ele for seguir para uma temática, seja jornalismo ou outra área, ele vai pensar um pouco mais nessa hora, de ser mais advogado. Então, eu vejo esses resultados, de falar para alguns grupos específicos, estudantes em especial, de ser convidado para fazer reportagens sobre a temática, e agora dando continuidade no doutorado, que é o que eu como fazer se for passar, é justamente fazer esse guia de fato, e colocar frente a frente população de rua, de imprensa, e os dois tentarem tô tentando levar.

Emanuela: Vai dar certo...

Entrevistado 4: eu gosto dessa questão do jornalismo humanizado, eu acho que hoje em dia tem que ser tem que ser feito um jornalismo humanizado e tem que ser mais retratado, sabe, fugir um pouco desse viés de objetividade de pirâmide invertida de líder até porque por exemplo, hoje com a concorrência das redes sociais que ninguém mais vê televisão ninguém vê o material aprofundado eu quero. Foi o que justamente me levou a criar o canal, porque eu queria entender como é que aquela pessoa preparar a instalação de rolê, quais os problemas que ela teve, quem é aquela pessoa primeiro o que levou e aquilo me impactou tanto na minha vida que me fez pensar mais e isso foi aumentando o desejo de fazer mais esse tipo de coisa e por incrível que pareça, eu falei que na imprensa aqui não é tão aberto, mas as pessoas hoje acabam me vendo aqui como o cara dos pop o defensor, né? o porta-voz e ao mesmo tempo fazem críticas porque eu defendo demais, mas não é defender, é porque não tem quem pare você não faz uma escolha qualificada, você vai entrevistar o dia a dia na objetividade, é porque o headline é o que você tem que fazer.

Emanuela: Também sou apaixonada pelo jornalismo humanizado. Então, me diz uma coisa, quais as lacunas que você acha que o seu projeto preencheu dentro da academia, dentro da pesquisa acadêmica?

Entrevistado 4: Eu tentei, enquanto pesquisador, justamente tentar trazer esse olhar da academia pra mostrar para o profissional os pontos que ele não podia, que ele se distanciou do jornalismo e deveria fazer esse caminho de volta. Vamos lembrar que o jornalismo é social, ele é cidadão, ele precisa... não se faz jornalismo

sem ouvir. Como eu falei, a pergunta é importante, mas é preciso saber ouvir. Então, essa lacuna, de certa forma, ele começou a ser preenchida, começou a ser preenchida essa lacuna de tentar trazer essa aproximação, de fazer universidade e mercado de trabalho pensar um pouco mais sobre o que é produzido, sobre aquele produto. Então, esse foi o objetivo principal, né, e eu acho que eu comecei metade, pelo menos. Pensar, eu vi muitas matérias que tinham, teoricamente, problemas não técnicos, que a técnica era aplicada, agora sim, problemas de respeito mesmo ao cidadão, uma escuta mais qualificada, que acaba impactando na qualidade que você entrega. Então, eu acho que nesse ponto, a dissertação conseguiu chegar a essa intervenção de que é preciso dar uma parada, dar uma analisada, refletir mais antes de escrever, antes de colocar a notícia no ar. Eu acho que nesses três pontos, a dissertação, pelo menos, conseguiu trazer de contribuição essa reflexão, de repensar a forma, refletir sobre como um produto, ele chega, a essência do jornalismo, que eu acho que é fundamental, desde a faculdade, até a academia.

Emanuela: Então, a importância dele para o jornalismo, tu resumiria como a importância desse projeto?

Entrevistado 4: É uma dissertação voltada para se repensar a forma de produzir jornalismo margem, o jornalismo pode ser um caminho também de possibilitar que a cidadania se faça presente, de fazer com que as pessoas sejam ouvidas, que elas gritem, jornalismo seja essa ponte para que elas possam acessar direitos. Então acho que a dissertação, ela segue por esse caminho, não de dar voz, mas de possibilitar que essa voz seja escutada e que o profissional tenta, que é preciso refletir sobre a forma como ele está produzindo esse conteúdo, que ao invés de incluir, está criando um abismo. Então ou ele para, observa, ele faz a rota no sentido de analisar a forma de fazer essa comunicação ou vai continuar fazendo jornalismo de qualquer coisa, que não é social, é jornalismo de qualquer coisa, não precisa ser jornalismo, é uma forma de preencher o espaço do telejornal, do site, mas você não está possibilitando que o jornalismo privado exerça a sua função social.

Emanuela: Acho que esse é um ótimo ponto: mas anteriormente que eu esqueci de comentar, tu falou do Qualijó, é de Josesildo Guerra?

Entrevistado 4: Isso, ele é fantástico.

Emanuela: Aí no caso é para a questão de accountability, que eu acho que chama, é isso?

Entrevistado 4: Isso.. E Franciscato, você conhece? Já leu alguma coisa do Franciscato? A gente lê demais, dá pra pesquisar a aplicada. É sensacional, ele foi meu professor também.

Emanuela: Eu conheci o Franciscato no SBPJOr, ano passado, lá em Brasília.

Entrevistado 4: Tem que gravar por ele, mas o cara é super inteligente Ele é Ele escreve e você diz, caramba, ele é apaixonante, é o lado dele. E Guerra também. O Qualijor funciona assim. Porque ele funciona assim, pra você analisar o desempenho de uma empresa de jornalismo E aí a gente tá dando muita atenção a tal tema, vamos dar uma equilibrada aqui, o que é que tá faltando, sabe? Então, teria isso, no teu projeto teve isso? Que havia alguma coisa relacionada a isso? O que foi que eu fiz? O número que eu coloquei, o qualijor, eu só fiz praticamente o levantamento das matérias que o site da prefeitura produzia E aí eu fiz uma avaliação com a quantidade de matérias de saúde, de ação social, de assistência, de esporte, e havia um disparato. As matérias de assistência social com população de rua foram mínimas. Pra você ter uma ideia...Quando essas matérias apareciam, elas não davam voz à população em situação de rua. Quem é que falava? Era o secretário da agência social, era algum líder de movimento. Quando elas apareciam, era apenas para dizer assim, ah, foi muito bom, essa ação foi muito boa, agradeço à prefeitura, porque hoje eu consegui me alimentar, se não fosse a prefeitura, eu não estaria, sabe, obrigado a prefeitura por isso. Então, a fala deles era para cancelar uma ação da prefeitura, mas em nenhum momento mostrava quem era aquela pessoa, por que ela estava ali, o que é que levou aquilo. Então, era mais uma ação social do que um jornalismo para possibilitar que mostrasse quem humanizar. Era algo normal, né? Então, aí, dessa parte, o Qualijor, ele me ajudou a fazer seu agendamento de números. Dizem, não, foram poucas matérias, e aí eu trouxe Bardam para tentar mostrar, olha, ao invés de colocar a população para falar, na matéria mais importante, que foi no dia da população em situação de

rua, quem falou foi a secretária sobre as ações da população, e não a população. Então, assim, houve um tipo de versão. Aí, quando eu falava sobre a questão de você, desse olhar sensível, quer dizer, você terceiriza a fala ao invés de colocar a pessoa, é como se você dissesse, ah, é muito difícil, eu sei que é muito difícil, você passar um dia inteiro sem comer, dormir na rua e não ter que comer. eu não sentia isso. Então, o que o Coalizão me trouxe foi isso, essa quantidade, esse disparato de reportagens, falando mais.. e também população de vôo ficou lá atrás. Então o Qualijó me deu essa possibilidade, só de verificar essa quantidade de matérias.

Emanuela: O Qualijor é um exemplo bem prático de pesquisa aplicada em jornalismo. A gente debateu assim no grupo de pesquisa um pouco sobre o Qualijor

Entrevistado 4: É muito bom mesmo

Emanuela: Bem, Anderson, eram essas as perguntas. Eu fico muito grata por tua disponibilidade nessa correria.

Entrevistado 4: Eu que agradeço, se precisar de mais algo me fala.

Emanuela: Obrigada.

APÊNDICE F – Entrevistada 5

Emanuela: Bem, vamos começar... gostaria de saber primeiramente qual o objetivo principal dessa tua pesquisa, desse teu produto?

Entrevistada 5: Eu sempre quis fazer um livro-reportagem. Eu trabalhei duas áreas, né, que é letras e jornalismo, então uma coisa que uniria as duas coisas seria exatamente um livro-reportagem. E meu interesse era unir a área da gastronomia com o jornalismo e fazer um produto que pudesse ser acessível, as pessoas, que as pessoas conhecessem. No caso, que foi do meu, da minha dissertação final, é o meu personagem, que é um chefe de cozinha, que é daquele Paraíba, e ele é muito bom, muito reconhecido nacionalmente, mas que muita gente aqui não sabe, não sabem, não sabem, né, quem ele é, o que ele faz, e a minha intenção foi que ele se tornasse conhecível, mais conhecível, aqui, localmente. É o chefe Arnaldo Rocha, é isso? O Nildo, o Nildo Rocha. Ah, isso, o Nildo Rocha.

Emanuela: Muito bom...E o que te chamou a atenção nessa questão de jornalismo gastronômico?

Entrevistada 5: Primeiro, porque nem todo mundo aceita a gastronomia como parte do jornalismo, né? O jornalismo gastronômico, eu enfrentei muita dificuldade, desde a seleção do mestrado, até lá dentro mesmo, porque algumas pessoas não aceitavam, né? A gastronomia ainda é uma área nova e ainda não tem o seu lugar muito bem definido na academia, vamos dizer assim. E a junção com o jornalismo, para mim, eu achei perfeito, eu achei que era uma forma de, como eu te falei, de fazer essa divulgação. Para quem está fazendo um TCC, ele de graduação mesmo, é muito pouco tempo, mas já no mestrado a gente pode trabalhar mais, a gente foi muito incentivado lá no programa que eu fiz.. Ele é um programa profissional, então ele incentiva bastante se os trabalhos têm algum produto, seja um podcast, seja um livro-reportagem, um vídeo-reportagem. Então, essa parte prática, durante todo o mestrado, a gente é muito incentivado. Entre eles, eu preferi o livro-reportagem, né? E trabalhar com a gastronomia já era a minha intenção desde que eu entrei no programa. Eu tive que mudar um pouco o meu projeto, porque eu entrei em 2019,

e aí eu fiz o primeiro ano, 12 disciplinas, ou metade das disciplinas, algumas disciplinas, nem lembro mais, mas fiz todas no primeiro ano. E aí veio a pandemia. O meu projeto sempre foi ser um livro-reportagem, só que, a princípio, eu ia fazer um livro-reportagem sobre as comidas e as superstições no Sertão da Paraíba. Aí, com a pandemia, sem poder mais viajar, sem poder mais ir para o interior, eu mudei, continuei com o livro-reportagem, continuei com gastronomia, só que eu escolhi um personagem, que no caso foi o Omid.

Emanuela: A pesquisa aplicada ela vem para solucionar algum problema. Você acredita que o seu projeto, seu produto no mercado, ele estando no mercado jornalístico, ele vai ajudar a solucionar algum problema ou preencher alguma lacuna jornalística?

Entrevistada 5: Sim, eu acredito muito. Esse livro quase que ele foi publicado, mas eu estava negociando com o próprio Aníbal, que tinha interesse em publicar, mas ele foi se embora para São Paulo, ele está num projeto lá já faz desde a época que antes eu concluí ele já foi para lá. Mas qual é a minha ideia do livro reportagem e qual a importância de fazer um livro reportagem durante uma pós-graduação? Porque o jornalismo hoje em dia ele está tão imediato, ele até porque ele está tão instantâneo, está tão curto, né? São frases, são postes, são tweets de 140 caracteres, coisa muito seca e muito pouca. Então um livro reportagem dá a chance do jornalista poder elaborar mais o texto, fazer um texto melhor elaborado, mesclando a literatura e o jornalismo e isso faz com que se aproxime mais as pessoas do público, mais do que se igualando a qualquer pessoa que posta alguma coisa na internet.

Emanuela: É, isso é verdade.

Entrevistada 5: Aí, no caso, trazendo essa temática gastronômica, acredito que um dos objetos, eu entendi assim, que um dos objetivos era fazer as pessoas também conhecerem mais essa área, não é isso? Isso, o jornalismo gastronômico, o jornalismo cultural de uma maneira geral, especificamente o jornalismo gastronômico, porque a gente sabe que a gastronomia sempre esteve presente nos meios de comunicação, desde a televisão, ali, início da televisão, início dos rádios,

sempre teve aqueles programas culinários, né, na TV, que hoje tem até reality shows, mas, mais além disso, uma forma do jornalismo de mostrar a cultura e a culinária local, né, que, no meu caso, a intenção era essa. Esse chefe de cozinha, além de ser paraibano, de ser muito bom, reconhecido e premiado internacionalmente, ele faz questão de utilizar os produtos locais, então ele participa de prêmios lá na Europa, como o rapadura, por exemplo, e ninguém que está aqui, a pessoa está sabendo que ele ganhou um prêmio lá na Europa, então essa é a função do jornalismo também, divulgar a cultura de um povo, né, e a gastronomia faz parte da cultura.

Emanuela: Perfeito, isso mesmo. E quais foram os principais desafios para fazer esse produto?

Entrevistada 5: Os principais desafios, como sempre, é entrevistar todo mundo que você quer entrevistar, né, eu fiz um planejamento para o meu livro reportagem, que tinha que entrevistar várias pessoas, e algumas não são de João Pessoa, apesar de a pandemia ter feito essa facilidade de prover recursos como esse que a gente tem, aqui em Unite, né, mas, mesmo assim, são pessoas muito ocupadas, então, o mais difícil para mim foi entrevistar todo mundo, e depois que entrevistar, transcrever as entrevistas todas.

Emanuela: E como se deu o processo da produção desse livro? Foi justamente entrevistas, tudo mais?

Entrevistada 5: Isso, a primeira é a concepção, né, trabalhar o que é que eu queria escrever, né, quais eram as etapas que eu queria colocar no meu livro, para eu ter uma ideia do roteiro dele todo, e, a partir do roteiro dele todo, buscar as informações que eu precisava, e as informações que eu precisava vinham através dele, do que eu entrevistava, e das pessoas próximas a ele que eu consegui entrevistar, e outras que eu não consegui, mas que me deram alguma informação.

Emanuela: Entendi. E precisou de algum recurso para poder colocar para frente esse projeto? Algum recurso financeiro?

Entrevistada 5: Só em relação às viagens, né, eu desloquei a Recife, Campina Grande, para entrevistar pessoas que não quiseram fazer virtualmente, e desfiquei numa cidade aqui do interior da Paraíba, onde ele tem uma horta, que ele passa lá com o agricultor, e planta exatamente do jeito que ele quer. Aí eu tive que fazer essas três viagens, vamos dizer assim, mas o resto, eu mesma que fiz aqui a editoração, a transcrição, essas coisas mais tecnológicas aqui do computador, eu fiz sozinha mesmo. Imagino do trabalho que não deve ter dado.

Emanuela: No caso, gerou resultados aplicáveis ao mercado, no sentido de que conseguiu publicar o livro, como foi finalizado? Em que passo ele está agora?

Entrevistada 5: A gente não publicou, mas ele autorizou, a princípio, como a gente disse, ia publicar, mas a gente não publicou, mas ele autorizou que a gente divulgasse, então o que eu fiz foi divulgar com várias pessoas, tanto no meio jornalístico, quanto no meio gastronômico, e para que pudessem ter, o meu objetivo foi atingido, que era fazer com que as pessoas conhecessem o trabalho dele. Então, tanto no lado jornalístico, tanto no lado de uma pessoa mesmo, as pessoas conhecerem ele como chefe de cozinha, eu acho que eu consegui. Mas, se tivesse verbas suficientes para publicar de verdade o livro, eu acho que teria sido melhor.

Emanuela: No caso, então, ele foi feito, né? Toda a produção aí falta agora. Ainda tem pretensão de publicar?

Entrevistada 5: Agora, acho que mais não. Depois que passa um tempinho, passa outro. E assim, a gente já divulgou, tipo, em PDF, né? Uma versão digital dele. Quando a gente decidiu que não ia mais, porque eu sempre quis ele ter impresso. Feito ele impresso e não era nem para vender, era para distribuir. Mas aí, ele, o Nildo, se interessou e disse que ia pagar pelas impressões, mas depois, quando foi chegando no final, aí, como eu te falei, ele assumiu um projeto muito grande lá em São Paulo. Aí, ficou inviável a impressão, então a gente divulgou ele como PDF.

Emanuela: E, no caso, você acha que esse produto preenche alguma lacuna dentro da academia, né, dentro das pesquisas? Porque a gente sabe que, mesmo sendo produto, tem uma parte teórica, né, que a gente busca entender, busca publicar também. Preencheu alguma lacuna dentro da academia?

Entrevistada 5: Sim, porque quase nada se escrevia e se escreve pouco sobre jornalismo gastronômico, né? Então, eu acho que, pelo menos, um cantinho nessa lacuna, ele preenche. Você não veio atrás de mim por causa do jornalismo gastronômico, mas já umas três ou quatro pessoas já vieram atrás de mim por causa do jornalismo gastronômico. Ou seja, é uma dissertação que eu fiz e que sei que tem jeito de ir me procurando para falar sobre ela. Já teve outra menina aqui que fez o texto assim dela também, sobre jornalismo gastronômico, me convidou a ser participada para um cabelo. Então, assim, eu acho que, se tivesse muitos trabalhos, acho que ninguém chegava até mim. Então, acho que o fato de ser um assunto que não é muito tratado, quando alguém quer falar em jornalismo gastronômico, sempre chega na minha pesquisa.

Emanuela: É, e eu achei muito diferente. Quando eu vi, assim, o título comercial, eu disse, caramba, nunca tinha visto. A última pergunta. Qual a importância, desse seu produto para o jornalismo, para o mercado jornalístico? É justamente essa questão de conhecer essa área?

Entrevistada 5: Isso. Consolidando uma área que, como eu te falei, sempre teve espaço nos meios de comunicação, de uma forma ou de outra. Eu já vi pesquisas falando sobre as receitas mesmo, que antigamente vinha nos jornais, no rádio. E, hoje em dia, a gente vê na televisão muitas matérias, reportagens, falando sobre a gastronomia de um lugar e unindo o jornalismo e a gastronomia. Então, acho que a maior importância do meu trabalho é exatamente de divulgar e defender o jornalismo gastronômico.

Emanuela: Perfeito. Aí, no caso, esse chefe Ornildo Rocha, ele tem uma importância cultural aí na Paraíba?

Entrevistada 5: No Brasil todo, na verdade. Ele é, como eu te falei, um chefe que ganhou vários prêmios internacionais, só que ele não era e não é muito conhecido aqui em João Pessoa. Porque eu fiz o livro, o mestrado, ele tinha acabado de abrir um restaurante aqui em João Pessoa, bem grande, as pessoas estavam começando a conhecer ele aqui em João Pessoa. E aí, quando eu estava terminando o mestrado, ele recebeu uma proposta para ir para São Paulo e aí ele

falava muito isso, que sentia que ele não tinha um reconhecimento na própria terra dele. Então, hoje ele não está aqui. Mas, pelo menos, conhecer e saber quem ele é, eu fiz a minha parte para divulgar, né?

Emanuela: Justamente. Ótimo. Então, eram essas as perguntas que eu tinha para fazer. Como eu falei, realmente é uma entrevista breve, que é mais para a gente situar o projeto dentro do produto, da importância que ele tem no mercado jornalístico para a gente divulgar nessa questão da importância que as pesquisas aplicadas têm, né? Que poucas pessoas ainda têm conhecimento dessa importância. Então, , eu te agradeço muito, muito mesmo.

Entrevistada 5: Por nada. Estou à disposição.

Emanuela: Eu agradeço muito, tenha uma ótima noite.

Entrevistada 5: Você também

APÊNDICE G - Entrevistado 6

Entrevistado 6: O que me impulsionou foi criar um produto que pudesse contar uma história que, apesar de existente e vasta, ainda não havia sido documentada e corria o risco de ser perdida em parte.

Entrevistado 6: Resgatar e contar a história da cobertura política no Bom Dia Paraíba, um telejornal que tem a política no DNA desde a sua criação.

Entrevistado 6: Busquei compreender a evolução da cobertura ao longo de 30 anos. As transformações provocadas pelo tempo e pelas novas tecnologias.

Entrevistado 6: Era um período de pandemia de Covid-19. Pelo menos duas vezes precisei parar a pesquisa. Os entrevistados eram pessoas idosas. Com alguns tive contato por telefone. Eles faleceram pouco tempo depois, sendo um deles por Covid-19. Nada relacionado ao trabalho obviamente. Considero que fiz uma das últimas documentações do que essas pessoas queridas para o jornalismo disseram.

Entrevistado 6: Em razão da pandemia, que eclodiu pouco tempo depois de iniciada a pesquisa, os recursos utilizados na pesquisa foram limitados, em alguns momentos, de modo que precisei interrompe-la duas vezes. Mas nada disso impediu o avanço do trabalho. De forma geral, fiz entrevistas com os jornalistas políticos que passaram pela bancada do Bom Dia Paraíba. Algumas tiveram que ser feitas por telefone, é o caso de Otinaldo Lourenço. Outras, porém, ainda fiz presencialmente, com Nonato Guedes e Chico Maria, por exemplo. Também recorri ao Cedoc (Centro de Documentação da TV Cabo Branco) e a materiais disponíveis na Internet, além de falar com outros profissionais envolvidos com a criação do referido telejornal.

Entrevistado 6: Sim, o produto "Bom Dia Paraíba, um telejornal que já nasceu político", cujo conteúdo resgata histórias, estilos e formatos da cobertura política na TV Cabo Branco. Foi um resgate de uma história que poderia ser perdida.

Felipe Nunes 7: Como dito anteriormente, não havia um trabalho sobre a história da cobertura política no telejornalismo paraibano, estruturado como esse. Eu desconheço qualquer iniciativa parecida. Foi um resgate histórico sobre a cobertura

política num dos principais telejornais do estado, sob a visão de alguns dos seus protagonistas.

Entrevistado 6: O trabalho mostra-se relevante na medida em que ousa fazer um resgate histórico de 30 anos, documentando situações que muitos sequer saberiam da existência. Um trabalho para a posteridade, que espero que novos pesquisadores deem continuidade. As dificuldades que enfrentei no processo impediu que eu publicasse a obra, mas tenho planos de fazer isso futuramente.