

A INOVAÇÃO METODOLÓGICA COMO PROBLEMA NA PESQUISA EM JORNALISMO DIGITAL

METHODOLOGICAL INNOVATION AS A RESEARCH PROBLEM IN DIGITAL JOURNALISM

Carlos Eduardo Franciscato*

RESUMO:

Ao partir da constatação de que as recentes transformações do jornalismo contemporâneo guiadas por processos sócio-tecnológicos têm repercutido sobre as teorias que, ao longo do século XX, definiram as bases de compreensão do jornalismo, este artigo investiga o fator de “inovação” como problema empírico e conceitual das pesquisas em jornalismo digital. O texto é desenvolvido com base na perspectiva de progresso científico de Larry Laudan, no qual a ciência é compreendida como uma atividade de resolução de problemas. A velocidade das transformações na sociedade informacional, centradas na tecnologia da informação, tem estimulado um uso mais rico dos estudos sobre inovação. As discussões aqui propostas são conduzidas para pensar a “inovação metodológica” como uma possível resposta oferecida pelas pesquisas em jornalismo digital para construir novos aportes teóricos e, assim, auxiliar no avanço dos estudos de jornalismo. Este trabalho tem dois momentos: um teórico, com base em pesquisa sobre bibliografia de referência, e outro empírico, investigando trabalhos científicos publicados durante cinco anos (entre 2009 a 2013) em periódicos científicos brasileiros de Comunicação classificados com pontuação entre A1, A2 e B1 no sistema Qualis da agência CAPES. Foram analisados 30 periódicos de comunicação e localizados 67 artigos publicados por autores brasileiros que tiveram como tema o jornalismo digital. A pesquisa, do tipo exploratório, permitiu-nos descrever e analisar traços metodológicos dos trabalhos e formular uma compreensão de um possível modelo de inovação metodológica.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo digital, inovação metodológica, pesquisa em jornalismo.

* Professor da Universidade Federal de Sergipe (UFS), doutor em Comunicação. SERGIPE, Brasil. cfranciscato@uol.com.br

ABSTRACT:

Recent transformations of contemporary journalism guided by socio-technological processes have had repercussions on the theories that defined the bases of journalism studies during the 20th Century. One aspect of these transformation is the "innovation" as an empirical and conceptual research problem of digital journalism. The text is developed based on Larry Laudan's perspective of scientific progress, in which science is understood as a problem-solving activity. The speed of changing in an informational society, centered on an information technology, has stimulated productive uses of innovation perspectives. The discussions proposed here are led to discuss "methodological innovation" as a possible response offered by research in digital journalism in order to construct new theoretical contributions and add the improvement of journalism studies. This work has two moments: a theoretical one, founded on bibliographic research; and another, with empirical approach, based on scientific papers published during five years (2009 to 2013) in Brazilian scientific communication journals classified high scored in the Qualis system of research promotion agency CAPES. We analyzed thirty journals and located 67 articles published by Brazilian authors focused on digital journalism. The exploratory research allowed us to describe and analyze the methodological characteristics of the articles and formulate an understanding about a possible model of methodological innovation.

Keywords: digital journalism, methodological innovation, research in journalism.

INTRODUÇÃO

As transformações da atividade jornalística nas últimas décadas induzidas pela digitalização do tratamento e processamento da informação e das formas de interação por meio das redes sociais digitais têm demandado esforços para pensar novas abordagens e metodologias de pesquisa em jornalismo (NOCI e PALACIOS, 2008). Por um lado, referimo-nos aos modos como a tecnologia digital “trouxe mudanças radicais para o jornalismo e as instituições que ele serve” (PAVLIK, 2011, p. 94); por outro, à infraestrutura que possibilita trânsitos, conexões, encontros e trocas em redes digitais *on-line* (incluindo a sua versão mais recente, os dispositivos móveis), que têm se tornado a espinha dorsal das sociedades contemporâneas, conforme Castells (2003).

Esses novos padrões tecnológicos vêm desafiando as formas de pensar e investigar o jornalismo, particularmente se considerarmos que muitos modelos clássicos de estudo

constituíram-se no século XX para descrever e interpretar o jornalismo na forma como ele se manifestava nas mídias tradicionais, massivas, unidirecionais, analógicas e diferenciadas entre modalidades estáveis (jornal, revistas, rádio e televisão).

Embora a atividade jornalística venha sendo historicamente condicionada por estruturas e processos tecnológicos, o modelo de industrialização que se expande e se consolida a partir do século XIX no Ocidente articula a tecnologia a grandes volumes de capital com vistas à produção intensiva de bens para um mercado emergente e amplo. Assim, se por um lado este século será um divisor de águas para a constituição de um jornalismo de base social, será também o período para sua conformação como indústria e modelo de negócios que se tornará hegemônico no século XX. Desta forma, nesse encontro entre capital e tecnologia, é compreensível que o princípio de descoberta e invenção característico das primeiras décadas da Revolução Industrial tenha se direcionado para dentro das grandes organizações capitalistas, com seus departamentos de pesquisa e desenvolvimento e seus especialistas em inovação industrial, particularmente a inovação tecnológica - a face mais visível dos processos inovativos.

De maneira geral, o termo “inovação” ingressou na academia pelos caminhos das ciências de base tecnológica, como as engenharias, e das ciências sociais aplicadas, como a economia (TIGRE, 2006). Assim, toda a área de comunicação, mesmo sendo formalmente uma ciência social aplicada, tem uma tradição humanística em que a tecnologia é principalmente interpretada como um fenômeno social, não um conhecimento aplicado para resolução de problemas concretos. Em consequência, “inovação” apresenta uma baixa formulação conceitual, o que, de certa forma, realimenta sua condição de estar deslocada do campo comunicacional.

Exploraremos, nesse artigo, a dimensão da inovação no jornalismo sob a perspectiva dos atores acadêmicos, particularmente aqueles que, por meio da geração de conhecimentos especializados, venham a atuar como responsáveis pelo desenvolvimento de novos produtos ou processos produtivos que possam, de alguma forma, gerar uma melhoria qualitativa na atividade jornalística. Ou seja, faremos uma abordagem que inicialmente discutirá a apropriação dos estudos de inovação nas pesquisas em jornalismo, salientando suas peculiaridades, para, em seguida, nos determos sobre uma perspectiva que consideramos nova para a área: discutir a inovação do ponto de vista metodológico que os estudos de jornalismo digital têm trazido para conhecer o fenômeno.

A premissa que conduz essa investigação é a de que, se no contexto contemporâneo do jornalismo, aspectos tecnológicos associados a novas práticas sociais têm acelerado transformações estruturais em várias etapas da atividade, é recomendável que os estudos em jornalismo refinem seus métodos de investigação, incorporem novas técnicas, formas e possibilidades de pensar o fenômeno. Em outras palavras, se a inovação é uma experiência multidimensional em expansão em um contexto altamente tecnológico, é razoável supor que, em algum grau, as pesquisas em jornalismo digital também sejam convidadas a experimentar novas formulações teórico-metodológicas. Mas, para executar esse deslocamento argumentativo e compreender o jornalismo digital como capaz de oferecer um ganho específico no tratamento investigativo do jornalismo, é necessário problematizar os modos pelos quais uma forma particular de construção do conhecimento científico se estabelece dentro de uma tradição, algo que faremos aplicando a interpretação de história das ciências de Larry Laudan.

O presente artigo combina, por um lado, uma pesquisa bibliográfica com base em literatura de referência sobre inovação, inovação metodológica e epistemologia científica e, por outro, um exercício de uso dessa discussão teórico-metodológica em um teste inicial empírico: realizamos uma análise da produção nacional da pesquisa em jornalismo digital, tomando como referência os artigos publicados durante cinco anos (entre 2009 a 2013) em periódicos científicos brasileiros de Comunicação classificados com pontuação entre A1, A2 e B1 no sistema Qualis dentro da área de Ciências Sociais Aplicadas I. Foram buscados 30 periódicos de comunicação e localizados 67 artigos publicados por autores brasileiros que tiveram como tema o jornalismo digital, os quais se tornaram o *corpus* final desta investigação.

APLICANDO AO JORNALISMO A IDEIA DE CIÊNCIA COMO RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS

Entender o surgimento de uma nova perspectiva de estudos denominado jornalismo digital¹ exige um duplo olhar, tanto para a dimensão fenomênica do objeto quanto para sua condição epistemológica. Como este artigo se move predominantemente na segunda dimensão, buscamos o aporte teórico de um importante e recente autor da história das ciências, Larry Laudan. A principal tese deste autor está expressa em sua proposta de que “A ciência é essencialmente uma atividade de solução de problemas” (LAUDAN, 2011, p. 17), entendendo-se por problemas tanto os empíricos quanto conceituais.

Desta tese, desdobram-se dois procedimentos lógicos: o primeiro é que uma teoria é testada por sua capacidade de oferecer respostas aceitáveis e satisfatórias a perguntas relevantes; o segundo é de que mérito da teoria é atribuído exatamente caso alcance soluções adequadas a problemas relevantes, em vez de sua capacidade de ser “verdadeira”, “corroborada” ou “bem confirmada” (OSTERMANN et al., 2008, p. 368-9).

Assim, a resolução de problemas é a unidade básica para identificar o progresso científico. A teoria é avaliada por sua efetividade global: “Há progresso se, e somente se, a sucessão de teorias científicas em um domínio mostra um grau crescente de efetividade na resolução de problemas” (OSTERMANN et al., 2008, p. 375).

Esta perspectiva indica um mecanismo de avaliação das teorias científicas: sua importância é medida pela capacidade em oferecer soluções adequadas aos problemas, eliminando ambiguidades, reduzindo irregularidades a uniformidades e demonstrando um potencial para prever os fenômenos (PESA; OSTERMANN, 2002). Isto significa que, para Laudan, a resolução de problemas é a base para avaliar o progresso do conhecimento científico. Uma teoria é apreciada pela quantidade e qualidade dos problemas empíricos e conceituais resolvidos. Nesta avaliação, devem ser considerados os pesos dos problemas resolvidos, sua prioridade e importância para a ciência e a sociedade.

Podemos aproveitar essas indagações e perguntar em que grau os estudos de jornalismo formulam perguntas relevantes e oferecem respostas aceitáveis e satisfatórias. Ao analisá-las, estaríamos avaliando o próprio potencial científico desses estudos. De início, é possível reconhecer que as manifestações concretas do objeto de estudo do jornalismo (o fenômeno jornalístico e suas relações no ambiente social) têm oferecido à academia a possibilidade de ser inquirido por problemas relevantes, principalmente em decorrência dos efeitos intensos que o jornalismo produz para a compreensão e ação no mundo por grande parte da população. Os estudos de jornalismo procuram, então, por meio de uma articulação própria de modelos e teorias, identificar com mais consistência problemas empíricos e conceituais e, a partir daí, gerar respostas que ampliem a compreensão do fenômeno.

Seguiremos esta linha de argumentação para propor abordar os avanços tecnológicos do jornalismo em sua construção histórica como um desafio teórico e prático para entender o fenômeno jornalístico. A partir da premissa de que os modelos de estudo do jornalismo foram desenvolvidos como tentativas de resolução de problemas conceituais

e empíricos em determinadas épocas, consideraremos que as sucessivas etapas em que o jornalismo é alterado substancialmente por mudanças na sua base tecnológica têm demandado ajustes, reformulações e novos desenvolvimentos teóricos. Compete a essas novas formulações um grau de adequação que possibilite explicitar os modos de ocorrência de um fenômeno. Laudan et al. (1993, p. 7) ressaltam a importância de se compreender “[...] como a ciência conduz sua tarefa de investigar, testar e finalmente aceitar ou rejeitar teorias”, defendendo a necessidade de se realizar um estudo sistemático dos processos de mudança e invenção de teoria na ciência.

Privilegiar os problemas de pesquisa como focos do pensamento científico não significa uma desconsideração das teorias. Estas são relevantes ao conhecimento, desde que forneçam soluções adequadas:

Se os problemas constituem as perguntas da ciência, as teorias constituem as respostas. A função de uma teoria é resolver a ambiguidade, reduzir a irregularidade à uniformidade, mostrar que o que acontece é inteligível e previsível; é a esse complexo de funções que me refiro quando falo de teorias como soluções para problemas (LAUDAN, 2011, p. 20)

A INOVAÇÃO COMO PROBLEMA EMPÍRICO E CONCEITUAL EM JORNALISMO

As transformações tecnológicas resultantes do novo padrão informacional da sociedade (CASTELLS, 2001, p. 38) vem gerando, então, tanto novos problemas empíricos a respeito das mudanças nos modos como a atividade jornalística se estrutura, é produzida e interage com seus públicos quanto novos problemas conceituais ao provocar uma discussão sobre a adequação das teorias existentes para explicar essas mudanças. Executaremos essa análise localizando um ponto do qual partiremos: a noção de inovação, tanto na sua dimensão prática no ambiente jornalístico quanto na dimensão teórico-metodológica de produção de conhecimento científico. Assim, se na experiência jornalística podemos falar em três tipos de inovação (tecnológica, organizacional e social), no âmbito conceitual optaremos por trabalhar com a ideia de inovação metodológica.

O problema empírico pode, então, ser recortado de um cenário complexo do jornalismo em que inovações tecnológicas coincidentes e sucessivas vem gerando uma reestruturação do modelo de produção e de negócios que caracterizou a “*mainstream media*” principalmente no século XX. Por um lado, há uma perda crescente de rentabilidade e

vendagem de produtos jornalísticos, mas, ao mesmo tempo, uma redução nos custos de produção de notícias. Novas rotinas de trabalho jornalístico são desenhadas para as organizações jornalísticas, tendo como foco a concepção de integração e convergência dos ambientes de trabalho jornalísticos (as ‘Redações’), com uma concepção de jornalista multitarefa e multimídia.

Por outro lado, as novas tecnologias da comunicação e da informação criaram condições para o estabelecimento de novas interações e redes sociais de trocas formais ou informais no jornalismo: espírito de livre acesso à informação; redefinição de papéis de leitor, usuário, público e audiência; multidões podendo atuar ativamente na produção, ‘mineração de dados’ e circulação de informações; novas possibilidades de interação entre audiências diversas, desde o leigo até o especialista; sistemas artificiais facilitando a compartimentação ou geração de conteúdos, entre outros.

Neste cenário ampliado, optamos, neste artigo, por fazer um recorte de um vasto problema empírico para concentrá-lo no aspecto da inovação como fenômeno e como problema conceitual. Tanto na dimensão empírica quanto teórica, a inovação tem sido objeto de investigação e revisão por diferentes autores e disciplinas (FAGERBERG, 2005; TIGRE, 2006), o que a torna objeto fecundo para investigação de processos interdisciplinares na construção do conhecimento científico.

Talvez a principal base de dados empíricos sobre inovação nas empresas no País seja o trabalho conduzido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e se denomina *Pesquisa de Inovação (Pintec)*, realizada desde 2000 com intervalos de dois a três anos. A mais recente foi publicada em 2013 e abrange os anos de 2009 a 2011. Nela, a inovação é definida pela implementação de produtos (bens ou serviços) ou processos novos ou substancialmente aprimorados, seguindo parâmetros do *Manual de Oslo*, documento que procura uniformizar internacionalmente definições e atividades inovativas.

Inovação é concebida, neste estudo, em dois aspectos: inovação de processo e de produto. “‘Produto novo’ é aquele cujas características fundamentais (...) diferem significativamente de todos os produtos previamente produzidos pela empresa” (PINTEC2011, 2013, p. 19). Já a inovação de processo se refere à introdução de métodos de produção ou circulação de produtos que sejam novos ou substancialmente aprimorados.

No aspecto teórico-metodológico, Pinheiro et al. (2014) investigaram a produção científica brasileira sobre inovação ocorrida a partir de 2005 até 2012. Um dos aspectos destacados foi a abordagem multidisciplinar das pesquisas.

O esforço principal desses estudos tem sido demonstrar que a inovação pode ser tratada como algo isolável empiricamente, assim como sistematizada por meio da análise de suas várias etapas e aspectos, sendo inevitável a geração de tipologias classificatórias das formas, graus e impactos da inovação nos processos produtivos e na sociedade. De qualquer forma, temos que concordar com Fagerberg (2005, p. 5) ao considerar a inovação como um processo contínuo e de que, ao apontarmos um fator como inovativo, não podemos esquecer que ele é resultante de uma cadeia prévia de desenvolvimentos incrementais e interações entre atores direta ou indiretamente envolvidos.

Desenvolvemos, em outro trabalho (FRANCISCATO, 2010), uma tentativa de compreensão e inserção do conceito de inovação no campo do jornalismo, à luz das possibilidades de produção de conhecimento acadêmico e aplicado neste campo. Sugerimos então que, no jornalismo, três dimensões da inovação podem ser consideradas:

a) Inovação tecnológica

Uma das faces mais visíveis da inovação é sua dimensão tecnológica, pois expressa o uso de um conhecimento sistematizado para um ganho na execução de uma atividade, associado a um desenvolvimento tecnológico da infraestrutura ou das ferramentas utilizadas, resultando provavelmente em uma melhoria do processo de produção ou do produto final, como por exemplo mais eficiência ou qualidade. Na base de dados empíricos da PINTEC2011 elaborada pelo IBGE, o diagnóstico baseou-se em uma série de indicadores de matriz tecnológica, procurando identificar setores de alta ou baixa intensidade tecnológica e sua participação na estrutura produtiva brasileira.

Se empiricamente o termo inovação tecnológica possa ter efeito redutor, ele ainda tem muita força em um uso mais geral, que vincula inovação à tecnologia. De maneira semelhante, em uma dimensão conceitual o termo ainda tem um uso frequente, particularmente quando se analisam os setores produtivos a partir do binômio tecnologia e sociedade.

A inovação tecnológica indica, pelo termo, uma vinculação a procedimentos que envolvem geração ou aplicação de tecnologias no jornalismo. Exemplos de inovações

tecnológicas nos jornais impressos podem ser localizados em várias etapas do processo de produção, atingindo também a impressão. Um processo mais recente de inovação tecnológica, ainda em suas etapas iniciais, é a convergência de mídias, que indica uma transformação profunda na estrutura, ambiente e rotina de trabalho das redações (QUINN, 2005).

b) Inovação organizacional

As rotinas de organização por parte das empresas, de atuação no mercado e de relacionamento com seus clientes não eram vistas, do ponto de vista do desenvolvimento de ações inovativas, como alicerces sólidos para descrever a inovação dentro das empresas. Essa tendência começou a se modificar de modo mais significativo quando o *Manual de Oslo* trouxe, em 2005, uma ênfase à inovação organizacional e de marketing como indicadores seguros para auxiliar na construção de um cenário inovador. A pesquisa PINTEC incorporou, em 2008, esta mudança.

A pesquisa PINTEC caracteriza a inovação organizacional como a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas, visando melhorar o uso do conhecimento, a eficiência dos fluxos de trabalho ou a qualidade dos bens ou serviços (PINTEC2011, 2013, p. 25-6). No caso do marketing, considera-se inovação mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, bem como estratégias de promoção e reposicionamento de produtos, relacionamento com clientes e abertura de novos mercados (PINTEC2011, 2013, p. 26).

Podemos considerar a inovação organizacional como um segundo grau de inovação nas empresas jornalísticas. Barañano (2005, p. 68) considera que a gestão das empresas inovadoras deve ser suportada por uma estrutura organizacional que torne viável o esforço de inovação, caso contrário esta estrutura será uma barreira ou, pelo menos, atrasará qualquer iniciativa inovadora. Conforme Moreira e Queiroz (2006, p. 9-10), a diferença entre inovação tecnológica e inovação organizacional é de que esta última possui um caráter interativo.

As inovações organizacionais são mudanças nas rotinas de trabalho, com implantação de novos modelos de gestão, novos ambientes e as formas como inovações tecnológicas podem induzir à criação de novos processos. No jornalismo, as inovações organizacionais

englobariam deste o trabalho de apuração do repórter até os procedimentos de edição e finalização técnico-industrial do produto.

c) Inovação social

Além dos aspectos tecnológico e organizacional, avaliamos que as empresas jornalísticas alcançam um terceiro tipo de atitude inovativa, que alguns autores denominam como inovação social. Trata-se de um termo que indica os usos ou efeitos sociais dos processos interativos, bem como as interações que agentes sociais desenvolvem com as organizações jornalísticas. André e Abreu (2006, p. 124) consideram que a inovação social possui três atributos: satisfação de necessidades humanas não satisfeitas por via do mercado; promoção da inclusão social; e capacitação de agentes ou atores sujeitos a processos de exclusão/marginalização social.

A inovação social está ligada à ideia de desenvolvimento social, em uma perspectiva que amplia um foco mercadológico. Moreira e Queiroz (2001) consideram haver uma interação entre novas ideias, produtos e práticas, função social e estrutura. Para os autores, as inovações podem criar mudança social, e a subsequente mudança social trazer inovações adicionais que podem reagir sobre as estruturas e/ou funções alteradas que as fizeram existir ou influenciar outros aspectos da organização.

Uma análise mais detida da história do jornalismo nos dois últimos séculos mostra que o jornal foi, na verdade, o desenvolvimento combinado de sucessivas inovações tecnológicas, organizacionais e, também, sociais. Acreditamos que a noção de inovação, colocada em operação no ambiente da produção jornalística no modelo industrial, possa ser o elemento para conectar a dimensão empírica (prática) da atividade com sua dimensão teórica, conceitual, sistemática e reflexiva. Isto é decorrente, em boa parte, do alto potencial renovador trazido pelas tecnologias digitais em rede.

Mas, para que a academia ofereça respostas a esses problemas empíricos, ela terá que se deixar inspirar e ser desafiada pela riqueza da experiência prática do jornalismo digital. Arriscaremos trazer para a teoria o espírito inovador que habita seu objeto empírico. O caminho para nossa tentativa será operar com o conceito de “inovação metodológica”.

A INOVAÇÃO METODOLÓGICA NA PESQUISA SOBRE JORNALISMO DIGITAL

Se novas faces do fenômeno jornalístico vem sendo configuradas em virtude das mudanças contemporâneas no ato de produzir jornalismo em ambientes digitais, tomamos como hipótese que, para evitar um desencaixe entre o mundo fenomênico e os modelos interpretativos e de pesquisa, as investigações necessitam renovar suas metodologias de pesquisa. Sugerimos, então, que a questão metodológica possa ser classificada como um problema conceitual no qual, no âmbito do método lógico da ciência, seja refletida e adequada ao ferramental metodológico para a produção de conhecimento científico. Em outras palavras, indicamos que uma eventual inadequação entre a metodologia de pesquisa e as novas configurações do fenômeno jornalístico no ambiente digital possam constituir-se como problemas de pesquisa a serem enfrentados particularmente pela investigação em jornalismo digital.

Estudos sobre inovação metodológica são desenvolvidos e debatidos em fóruns específicos sobre pesquisa científica, os quais se constituem em lugares da ciência em que é possível exercer um esforço interdisciplinar (HUUTONIEMI et al., 2010), à medida que métodos de pesquisa tendem a ser transversais a disciplinas específicas, podendo, quando muito, receber aplicação particular em determinada área do conhecimento. O tema da interdisciplinaridade é, em si, um problema conceitual nos estudos de jornalismo. Isto porque é na articulação entre a perspectiva disciplinar e outras opções que estimulam o cruzamento de fronteiras (interdisciplinaridade, multidisciplinaridade, transdisciplinaridade) que vem se constituindo o pensamento acadêmico em jornalismo durante o século XX (LÖFFELHOLZ e ROTHENBERGER, 2011) e início do XXI: uma perspectiva busca a formação de um corpus específico de conhecimento sobre o jornalismo; outra estuda o jornalismo a partir de disciplinas ou abordagens consolidadas, executando movimentos transversais no tratamento do jornalismo como objeto de pesquisa.

Se, nos itens anteriores, o percurso feito acabou demonstrando uma fragilidade conceitual da noção de inovação aplicada à descrição e interpretação de fenômenos empíricos, em particular aos estudos de jornalismo, o uso da perspectiva da inovação para estudar elementos metodológicos da produção do conhecimento científico talvez alcance ainda maior dificuldade. Na prática, é menos custoso descrever formas mais características de processos ou produtos inovadores do que gerar um núcleo conceitual rigoroso.

Acreditamos que a noção de inovação metodológica sofre dessas limitações. Em nossa pesquisa bibliográfica, tivemos dificuldade em encontrar conceitos de maior fôlego, com maior poder de generalização, o que poderia já ser considerado um problema conceitual a ser enfrentado. Carrington et al. (2016, p. 1) localizam, na metade da década passada, a concentração de esforços para sedimentar o termo inovação metodológica vinculado a compromissos de uso de novas técnicas e materiais de pesquisa social (por exemplo, elementos visuais, em áudio e digitais), assim como a combinação de perspectivas metodológicas que transcendessem a distinção entre métodos qualitativos ou quantitativos.

Bengry-Howell et al. (2011, p. 2) consideram que as aplicações da ideia de inovação ao campo metodológico das ciências referem-se, muitas vezes, a adaptações feitas nos métodos existentes ou à transferência e adaptação de métodos de outras disciplinas. Pensar a inovação metodológica significaria problematizar: o processo de desenvolvimento metodológico; sua originalidade; a "propriedade" e o controle que os desenvolvedores têm, e querem ter, sobre suas inovações; métodos de difusão dessa inovação entre as comunidades científicas; e a aceitação das inovações entre diferentes disciplinas. Pensar uma inovação metodológica nas ciências demanda perguntar por que o método foi desenvolvido: suas origens, sua racionalidade, seu desenvolvimento e sua disseminação (processos de aceitação ou adaptação no interior de comunidades ou atravessando suas fronteiras).

Os autores citam fatores que parecem influenciar as formas como as inovações são recebidas pelas comunidades científicas:

- a) tempo - dispêndio de tempo para as inovações se infiltrarem nas correntes de pesquisa dominantes em uma disciplina;
- 2) oportunidade - as inovações precisam estar alinhadas às questões correntes do seu tempo e adequadas às tendências atuais em pesquisa;
- 3) acessível e viável - os pesquisadores precisam ser capazes de entender como as inovações podem ser usadas e de colocá-las em prática
- 4) maturidade - alcançada através do processo de revisão crítica pela comunidade científica;

5) estratégias de disseminação - decisões estratégicas que os inovadores podem fazer na divulgação de uma inovação para intensificar sua aceitação (BENGRY-HOWELL et al., 2011, p. 21-2).

A inovação metodológica é, seguindo nossa linha de raciocínio, uma resposta a um problema científico: a inadequação das metodologias em relação ao desafio de compreender realidades empíricas. Ou seja, ela é uma resposta a uma demanda indicada pelas circunstâncias da pesquisa. Taylor e Coffey (2008, p. 7), ao estudarem os métodos de pesquisa qualitativa nas ciências sociais, identificaram que o fator inovativo residiu na necessidade de dar uma resposta a dados cada vez mais ricos e complexos disponíveis para a compreensão do mundo social. Há, nos autores, uma ênfase da inovação metodológica como parte de um processo social dentro de uma comunidade em que participam vários tipos de atores sociais, entre eles o cientista inovador, seus usuários e seus críticos. Há, então, movimentos relacionais de disputas de poder simbólico (capitais simbólicos como autoridade e prestígio, por exemplo, e seus correlatos recursos materiais) característicos da percepção da ciência como um campo científico (BOURDIEU, 2004).

Observar essa dimensão relacional do campo científico, suas formas de construção de consensos e dissensos e, ao mesmo tempo, a fragilidade conceitual do termo inovação tornam, em consequência, mais desafiadora a tarefa de definir ou caracterizar em que momento novas ideias trazidas por uma pesquisa representam realmente ideias inovadoras. Em um sentido amplo, a inovação é um processo contínuo, e a tarefa dos metodólogos da ciência talvez seja a de definir condições, estágios ou graus em que as mudanças consolidem novos modelos metodológicos de pesquisa.

Taylor e Coffey (2008, p. 12-3) oferecem ao menos duas possibilidades de montar critérios para investigar a inovação metodológica nas ciências. A primeira opção, de caráter eminentemente qualitativo, se refere à análise do grau de inovação metodológica por meio do próprio trabalho de pesquisa. Três elementos seriam considerados:

- 1) Novas técnicas utilizadas: novos modos de coletar ou sistematizar dados, novas técnicas de análise dos resultados ou novas formas representacionais dos resultados;
- 2) Produção de novos conceitos: desenvolvimento de novos modos de pensar sobre o processo da pesquisa, assim como a proposição de novos conceitos metodológicos;

3) Novos procedimentos: concepção de novas abordagens dos objetos de pesquisa, proposição de novas combinações entre metodologias existentes, execução de pesquisa que executem novas formas de cruzamento de fronteiras disciplinares e obtenção de respostas que deem conta dos cenários de pesquisa em transformação.

Os autores sugerem agregar uma segunda possibilidade de qualificação de um estudo como dotado de inovação metodológica: o estudo do seu grau de difusão ou impacto na comunidade científica. Esta segunda possibilidade poderia ter uma aplicação qualitativa, utilizando métricas como a bibliometria para identificar as citações de um trabalho científico por outros membros da comunidade. A difusão da inovação científica poderia ser vista, então, como dotada de quatro estágios:

- 1) Procedimentos iniciais para apresentação de uma nova ideia a uma comunidade científica;
- 2) Utilização desta ideia pelos primeiros pesquisadores que a adotam;
- 3) Utilização da ideia por segundos pesquisadores, em um nível que associa críticas e revisões do trabalho direcionadas para uma comunidade mais ampla;
- 4) Utilização mais ampla pela comunidade (TAYLOR e COFFEY, 2008, p. 14).

A INOVAÇÃO METODOLÓGICA EM SITUAÇÕES DE PESQUISA NO JORNALISMO DIGITAL

A discussão feita até aqui foi a de considerar o modelo analítico da “inovação metodológica” como um problema conceitual, o que, na perspectiva de Larry Laudan, seria um fator capaz de conduzir uma reflexão sobre a fecundidade de novos estudos. Ou seja, a busca por respostas a problemas empíricos e conceituais induziria os estudos de jornalismo ao progresso científico, e as pesquisas em jornalismo digital seriam um exemplo de como enfrentar um problema recortado temporalmente.

Um passo final que daremos na discussão desse artigo será produzir uma interlocução com dados empíricos de pesquisa em jornalismo digital, aqui trazidos de forma ilustrativa, como parte de um programa de pesquisa mais amplo. O *locus* dos dados empíricos foram os periódicos científicos em Comunicação publicados no Brasil, e a unidade de pesquisa foi o artigo científico publicado por pesquisadores brasileiros sobre jornalismo

digital. O recorte temporal consistiu em um intervalo de cinco anos (2009 a 2013), período considerado representativo da produção brasileira na área.

Focamos nos periódicos mais bem qualificados na área com base na avaliação executada pelo programa QUALIS/CAPES. Foram selecionados todos os periódicos científicos classificados no sistema Qualis dentro da área de Ciências Sociais Aplicadas I, considerando os seguintes critérios: a) ter pontuação entre A1, A2 e B1 no período da publicação dos artigos; b) ser um periódico brasileiro; c) apresentar a comunicação como um de seus focos temáticos principais. Foram encontrados 30 periódicos com este perfil nos estratos A2 e B1 (não existiam periódicos A1 na época da pesquisa). Uma das revistas (*Caligrama*) ficou fora do *corpus*, pois ela estava indisponível durante os meses de execução da pesquisa em 2014.

Para identificar os artigos, utilizamos o sistema de indexação de cada periódico, buscando-se os termos “jornalismo online”, “jornalismo digital” ou “webjornalismo” no título do artigo, no seu resumo ou nas palavras-chave. Foram localizados 67 periódicos, distribuídos por revista e por ano de publicação conforme as tabelas 1 e 2.

Tabela 1 –Número de artigos encontrados em periódicos científicos

Periódico	Qualis	Nº artigos
E-Compós	A2	2
Galáxia	A2	6
Intercom	A2	1
Matrizes	A2	2
Famecos	A2	4
Revista Alceu	B1	1
Revista Animus	B1	3
Brazilian Journalism Research	B1	6
Caligrama	B1	-----
Revista Comunicação & Sociedade	B1	0
Comunicação & Inovação	B1	1
Comunicação, Mídia e Consumo	B1	0
Conexão	B1	2
Contemporânea	B1	1
Contracampo	B1	0
Culturas Midiáticas	B1	2
Devires - Cinema e Humanidades	B1	0
Discursos Fotográficos	B1	1
Doc On-line	B1	0
ECO-POS	B1	3
Em Questão	B1	1
Revista Eptic Online	B1	1
Revista Estudos em Jornalismo e Mídia	B1	20
Intexto	B1	5
Líbero	B1	2
Logos - Comunicação e Universidade	B1	1
Lumina	B1	2
Organicom	B1	0
Revista Compolítica	B1	0
Revista Comunicação Midiática	B1	0
Total		67

Fonte: pesquisa de campo

Tabela 2 – Artigos publicados entre 2009 a 2013

2009	2010	2011	2012	2013	Total
16	15	10	21	5	67

Fonte: pesquisa de campo

MODALIDADES DE ESTUDO DO JORNALISMO DIGITAL

O passo seguinte foi a análise qualitativa dos 67 trabalhos selecionados. Procuramos fazer uma concentração temática e foco de trabalho, que denominamos como “Modalidades de estudo do jornalismo digital”. Estamos apresentando nove modalidades, que foram construídas a partir de uma sistematização inicial feita por Noci e Palacios (2008). Ao conduzi-las como sinalizadores dessas temáticas para analisarmos os artigos dos periódicos científicos, optamos por reformular parte delas e acrescentar novas.

A Tabela 3 expressa, numericamente, a presença dessas nove modalidades nos artigos pesquisados. É sensível a concentração de duas temáticas, jornalismo participativo e convergência, como indicativos de duas fortes tendências de reconfiguração do jornalismo no padrão digital em rede.

Isso se torna mais visível na Tabela 4. Nesta, o esforço foi tentar compreender que tipo de produto científico são esses 67 artigos. A constatação é de que praticamente dois em cada três artigos (64,1%) debruçam-se sobre a realidade jornalística para melhor compreendê-la: a principal forma de pesquisa foi a empírica, identificada em 43 trabalhos. Trabalhos de natureza teórica ou ensaística dividem o outro terço. Interessante que nenhum artigo executou pesquisa aplicada, metodologia que seria útil para o desenvolvimento de processos e produtos jornalísticos em um ambiente constantemente reestruturado pelas tecnologias digitais.

Tabela 3 – Modalidades de jornalismo digital nos artigos científicos

Modalidades	Total	Percentual
Jornalismo participativo	14	20,8%
Convergência de mídia	14	20,8%
Rotinas de produção e atividade profissional	9	13,4%
Linguagens e narratividade	8	11,9%
Formatos e gêneros textuais jornalísticos	7	10,4%
Visualidades e jornalismo audiovisual	7	10,4%
Estrutura, arquitetura, compartilhamento e banco de dados	5	7,4%
Ensino de jornalismo online	2	2,9%
Transformações do conteúdo jornalístico	1	1,4%
Total	67	100%

Fonte: pesquisa de campo

Tabela 4 - Tipo de pesquisa realizada

Empírica	Teórica	Aplicada	Ensaio	Total
43	11	0	13	67

Fonte: pesquisa de campo

CONSTRUÇÕES METODOLÓGICAS NOS ARTIGOS CIENTÍFICOS

O passo seguinte foi investigar as metodologias e técnicas de pesquisa empregadas. A Tabela 5 traz uma listagem ampla de todas as metodologias e técnicas de pesquisa consideradas aplicáveis em um ambiente de estudo do jornalismo digital. Na coluna da direita está a indicação da quantidade de vezes em que esta abordagem metodológica foi aplicada. Houve situações em que mais de um método ou técnica foi localizado, enquanto, em quatro artigos, não foi possível reconhecer uma metodologia de pesquisa.

Nesta tabela, não tivemos a preocupação em diferenciar métodos em um sentido mais denso, como conjuntos teórico-metodológicos interpretativos da realidade, de técnicas de pesquisa, como ferramentas de coleta de dados². Entendemos que essa indiferenciação não interfere nos propósitos desta pesquisa.

Tabela 5 – Principais métodos e técnicas de pesquisa em artigos científicos

Métodos e Técnicas de pesquisa	Presença
Pesquisa bibliográfica	19
Análise de conteúdo	17
Análise da narrativa	9
Estudo de caso	8
Observação	4
Análise de discurso	3
Entrevista	3
Pesquisa exploratória	2
Mapeamento (cartografia)	1
Análise de hipertexto	1
Análise de sistemas (fluxos e processos de produção, armazenamento, indexação, recuperação e gestão da informação)	1
Análise semiótica	---
Estudo de redes sociais	---
Etnografia	---
Grupos de discussão	---
Pesquisa documental	---
Pesquisa experimental ou Laboratorial (aplicada)	---
Questionário	---
Técnicas de monitoramento de uso (legibilidade, usabilidade, acessibilidade)	---
Tratamento estatístico de dados	---

Fonte: pesquisa de campo

CONSTATAÇÕES SOBRE INOVAÇÃO METODOLÓGICA NA PESQUISA EM JORNALISMO DIGITAL

Retornaremos à proposta de análise da inovação metodológica conforme apresentada por Taylor e Coffey (2008) para dialogar com os dados coletados nos 67 artigos sobre jornalismo digital. A seguir listaremos algumas observações influenciadas pelos argumentos dos autores e pela oferta de questões surgidas na leitura dos trabalhos:

a) Os dois autores destacam, inicialmente, o critério qualitativo da adoção de novas técnicas de pesquisa, seja na coleta, na análise ou na representação dos dados. A Tabela 5 indica que os trabalhos analisados apresentam uma alta concentração de métodos e técnicas de pesquisa já conhecidos e aplicados tradicionalmente em pesquisas sociais. Praticamente dois terços dos trabalhos utilizaram apenas duas técnicas clássicas nas ciências humanas: a análise de conteúdo e a pesquisa bibliográfica. Se há uma alta concentração, obviamente estamos indicando uma baixa variedade de metodologias empregadas. Mesmo técnicas recorrentes, como a observação e a entrevista, são reduzidas (cerca de 10% dos trabalhos). Também foi constatado um reduzido uso de metodologias consolidadas nas pesquisas em Comunicação, como a análise do discurso, análise semiótica e etnografia.

b) Abordagens metodológicas inovadoras no campo da Comunicação, como as cartografias, estudo de redes sociais ou a pesquisa aplicadas, são quase inexistentes. O fato de a Tabela 4 indicar a inexistência de pesquisa aplicada nos 67 artigos é sintomático da ausência de um esforço de interdisciplinaridade metodológica com áreas menos conceituais situadas no ambiente das ciências sociais aplicadas.

c) Podemos também reconhecer que há um esforço, entre os autores de artigos em jornalismo digital pesquisados, de uma presença mais significativa da metodologia de análise da narrativa. Estudos nessa linha tem potencial para inovar em procedimentos, combinações e cruzamentos de fronteiras disciplinares. Foi possível localizar o uso ampliado da noção de narrativa, englobando, em algumas situações, estudos associados a análises de estruturas, sistemas, fluxos informativos ou de formas narrativas.

d) O ambiente digital que estrutura formas novas de jornalismo não foi suficiente ainda para indicar, no período pesquisado, a busca por metodologias mais específicas das áreas computacionais. Constatou-se a quase ausência de metodologias e técnicas específicas

para estudo de ambientes digitais, tais como uso de softwares de pesquisa para análise de sistemas, tratamento de monitoramento de uso, análise de hipertexto ou tratamento estatístico de dados de uso e navegação no ambiente digital.

e) Apesar de o jornalismo participativo ser um tema emergente e atrativo para as pesquisas em jornalismo digital, isso não se refletiu em uma mudança de posicionamento do pesquisador para dar mais centralidade ao leitor nos estudos de jornalismo. O leitor foi tratado preferencialmente em discussões teóricas e ensaísticas, mas registrou-se uma baixa presença de pesquisas de recepção e grupos de discussão, opções que seriam inovadoras ao campo do jornalismo.

f) O esforço metodológico restrito limitou as possibilidades de o pesquisador produzir respostas tanto a problemas empíricos complexos quanto a problemas conceituais. Pareceu-nos que uma eventual execução de procedimentos metodológicos inovativos poderia oferecer maiores condições para formulação de novos modos de pensar o jornalismo, assim como a proposição de novos conceitos e abordagens metodológicas do objeto.

g) Os artigos analisados expressaram, também, uma pouca inovação nos recortes dos objetos empíricos. É perceptível a adoção do estudo de caso como opção de recorte. Isso, no entanto, tirou fôlego para eventuais possibilidades de recortar objetos que tivessem abrangência nacional. Sem essa lente mais extensa, o olhar do pesquisador não conseguiu abarcar problemas empíricos mais complexos nem propor respostas que incorporassem o fator da espacialidade como expressão da diversidade de experiências no País.

h) Não foi possível realizar a proposta de Taylor e Coffey (2008) de analisar a inovação metodológica executando um estudo do grau de difusão ou impacto, na comunidade científica, dos trabalhos de grupos e líderes de pesquisas que tivessem sido autores ou referências citadas nesses 67 artigos. De fato, a bibliometria poderia suprir parcialmente essa intenção de pesquisa, mas, a partir dos objetivos propostos, optamos pelo estudo unicamente qualitativo sobre as metodologias, não sobre as referências bibliográficas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo foi construído com base na premissa de que os novos estudos de jornalismo precisam adequar-se às transformações por que vem passando a atividade nos últimos tempos, tendo como principal fator de mudança o novo ambiente informacional aliado à digitalização e na comunicação em redes digitais móveis. Como essas alterações estão em curso e se intensificam passo-a-passo, as experiências que se abrem tornam-se problemas empíricos a serem enfrentados pelas pesquisas contemporâneas. A busca pelo termo ‘inovação’ é uma das tentativas de explicação deste fenômeno, multidimensional, mas com forte componente tecnológico.

A hipótese que este artigo trabalhou foi a da insuficiência dos estudos tradicionais em jornalismo para descrever e interpretar essas novas formações sociotecnológicas da atividade jornalística, abrindo espaços, então, para um desenvolvimento robusto e rigoroso de novas vertentes de investigação, como o jornalismo digital. Mas, então, como as pesquisas em jornalismo digital conseguem avançar no aspecto teórico e metodológico para dar conta do problema empírico dado pelo cenário contemporâneo? Este artigo tomou como problema conceitual de pesquisa a compreensão das transformações metodológicas nos estudos em jornalismo para dar conta das novas complexidades. Adotamos, então, o modelo analítico da “inovação metodológica” para discorrer sobre esse problema teórico.

Após a consulta aos 67 artigos sobre jornalismo digital, constatamos um reduzido esforço de inovação metodológica nesses estudos. Houve a predominância de trabalhos que optaram por metodologias já consolidadas e eficientes nas ciências humanas. Poucas experiências avançaram fronteiras epistemológicas, metodológicas ou disciplinares, apesar da complexidade que o jornalismo no ambiente digital aparenta demandar.

Acreditamos que alguns ajustes no recorte e na metodologia deste trabalho possam contribuir para análises mais detalhadas e precisas. Entre elas, a ampliação do período de cinco para dez anos de pesquisa, presumindo, assim, que se possa captar tendências e movimentos internos de inovação metodológica, assim um olhar mais acurado sobre as formas de interação dos pesquisadores como membros de grupos e comunidade científica.

REFERÊNCIAS

- ANDRÉ, Isabel; ABREU, Alexandre. **Dimensões e espaços da inovação social**. Disponível em Internet: http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2006-81/81_06.pdf. Capturado em 5 fev. 2008.
- BARAÑANO, Ana María. Gestão da Inovação Tecnológica: Estudo de Cinco PMEs Portuguesas. **Revista Brasileira de Inovação**. Vol 4, Nº 1 Jan./Jun., p. 57 a 96, 2005.
- BENGRY-HOWELL, A. et al. **A Review of the Academic Impact of Three Methodological Innovations: Netnography, Child-Led Research and Creative Research Methods**. ESRC National Centre for Research Methods: University of Southampton, jul. 2011.
- BOURDIEU, Pierre. Para uma sociologia da ciência. Lisboa: Edições 70, 2004.
- Carrington et al. What does it mean to be innovative? **Methodological Innovations**. Volume 9:1, p. 1, 2006.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 2003.
- _____. **A Sociedade em rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura** (vol. 1). São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- FAGERBERG, J.. Innovation: a guide to the literature. In: FAGERBERG, J.; MOWERY, D. C.; NELSON, R. R. (eds.). **The Oxford Handbook of Innovation**. New York, USA: Oxford University Press, p. 1-26, 2005.
- FERNANDES, Florestan. **Fundamentos Empíricos da Explicação Sociológica**. São Paulo: Editora Nacional, 1972.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Ano VII, nº1, p. 8-18, 2010.
- LAUDAN, L. **O progresso e seus problemas: rumo a uma teoria do crescimento científico**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.
- LAUDAN, Larry et al. Mudança científica: modelos filosóficos e pesquisa histórica. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 7, n.19, p. 7-84, 1993.
- LÖFFELHOLZ, Martin; ROTHENBERGER, Liane. Continuum eclético, disciplina distinta ou subdomínio dos estudos de comunicação?: considerações teóricas e conclusões empíricas a respeito da disciplinaridade, multidisciplinaridade e transdisciplinaridade dos estudos de jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 7, n.1, p. 7-31, 2011.
- MOREIRA, Daniel; QUEIROZ, Ana Carolina. Inovação: conceitos fundamentais. In: _____ **Inovação Tecnológica e Organizacional**. São Paulo: Thomson Learning, p. 01-22, 2006.

NOCI, Javier; PALACIOS, Marcos (orgs.). **Metodologia para o Estudo dos Cibermeios - Estado da arte & perspectivas**. Salvador (BA): Edufba, 2008.

OSTERMANN, Fernanda et al. Tradição de pesquisa quântica: uma interpretação na perspectiva da epistemologia de Larry Laudan. **Revista Electrónica de Enseñanza de las Ciencias**, Vigo (Espanha), v. 7, n. 2, p. 366-386, 2008.

PAVLIK, John. A Tecnologia Digital e o Jornalismo: as implicações para a Democracia. **Brazilian Journalism Research** - Vol 7, Nº 1, p. 94-118, 2011.

PESA, Marta A.; OSTERMANN, Fernanda. La Ciencia como actividad de resolución de problemas: la epistemologia de Larry Laudan y algunos aportes para las investigaciones educativas en ciencias. **Caderno Brasileiro do Ensino de Física**, Florianópolis, v. 19, n. especial, p. 84-99, jun. 2002.

PINHEIRO et al. A produção científica sobre inovação: análise da base SciELO no período de 2005 a 2012. **Estudos Tecnológicos em Engenharia**, 10(1). São Leopoldo (RS): Unisinos, janeiro-junho, p. 36-48, 2014.

PINTEC2011 - PESQUISA DE INOVAÇÃO. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Rio de Janeiro: IBGE, 2013.

QUINN, STEPHEN. **Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting**. New York: Peter Lang Publishing, 2005.

TAYLOR, C.; COFFEY, A. **Innovation in Qualitative Research Methods: Possibilities and Challenges**. Cardiff: Cardiff School of Social Sciences, dez. 2008.

TIGRE, Paulo B. **Gestão da Inovação - A Economia da Tecnologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

NOTAS

- 1 Neste artigo, usamos como sinônimo os termos “jornalismo digital”, “jornalismo on-line”, “webjornalismo” e “ciberjornalismo”. Optamos pelo primeiro em decorrência do seu caráter mais abrangente, centrado na dinâmica da digitalização da sociedade.
- 2 Aceitamos a distinção feita por Florestan Fernandes 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” (1972, p. 13).

Artigo recebido: 15 de fevereiro de 2017

Artigo aceito: 13 de março de 2017