
**METODOLOGIAS DE PESQUISA
EM COMUNICAÇÃO**

OLHARES, TRILHAS E PROCESSOS

Conselho Editorial

Alex Primo – UFRGS
Álvaro Nunes Laranjeira – UTP
Carla Rodrigues – PUC-RJ
Cristiane Freitas Gutfreind – PUCRS
Edgard de Assis Carvalho – PUC-SP
Erick Felinto – UERJ
J. Roberto Whitaker Penteadó – ESPM
João Freire Filho – UFRJ
Juremir Machado da Silva – PUCRS
Michel Maffesoli – Paris V
Muniz Sodré – UFRJ
Philippe Joron – Montpellier III
Pierre le Quéau – Grenoble
Renato Janine Ribeiro – USP
Sandra Mara Corazza – UFRGS
Tania Mara Galli Fonseca – UFRGS

METODOLOGIAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

OLHARES, TRILHAS E PROCESSOS

2ª edição
ampliada e atualizada

Alberto Efendy Maldonado
Bruno Schmidt Alencastro
Carmem Rejane Antunes Pereira
Dafne Reis Pedroso da Silva
Fernanda Dalprá Becker
Graziela Bianchi
Jiani Adriana Bonin
Juciano de Sousa Lacerda
Lisiane Machado Aguiar
Maria Lúcia Patta Melão
Nísia Martins do Rosário
Rafael Foletto
Virgínia Sá Barreto



Editora Sulina

© Editora Meridional, 2006

Capa: Letícia Lampert
Projeto Gráfico: Fosforográfico / Clotilde Sbardelotto
Editoração: Clotilde Sbardelotto
Revisão: Mariane Farias
Revisão gráfica: Miriam Gress

Editor: Luis Gomes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Bibliotecária Responsável: Denise Mari de Andrade Souza CRB 10/960

M593

Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas
e processos / Alberto Efendy Maldonado [et al.]. 2ª ed. –
Porto Alegre: Sulina, 2011.
303 p.

ISBN 978-85-205-0616-5

1. Comunicação Social. 2. Jornalismo. 3. Comunicação Social –
Metodologia Científica. 4. Meios Eletrônicos – Comunicação. 5.
Comunicação – Novas Tecnologias. I. Alberto Efendy Maldonado.

CDU: 070
316.77:001.8

CDD: 070
302.23

A grafia desta obra está atualizada segundo o Acordo Ortográfico
da Língua Portuguesa de 1990, que entrou em vigor no Brasil em 2009.

Todos os direitos desta edição reservados
à EDITORA MERIDIONAL LTDA.

Av. Osvaldo Aranha, 440 – conj. 101
CEP: 90035-190 – Porto Alegre – RS
Tel.: (51) 3311-4082 Fax: (51) 3264-4194
sulina@editorasulina.com.br
www.editorasulina.com.br

Setembro / 2011

Impresso no Brasil / Printed in Brazil

Sumário

Prólogo à segunda edição / 7

Prefácio / 15

Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação / 19
Jiani Adriana Bonin

A via da complementariedade: reflexões sobre a análise de sentidos e seus percursos metodológicos / 43
Nisia Martins do Rosário

A pesquisa sobre recepção de cinema e a construção metodológica do conceito de *competências midiáticas* / 66
Dafne Reis Pedroso da Silva

Reflexões teórico-metodológicas para uma investigação das inter-relações entre jornalismo e cultura televisiva / 91
Virgínia Sá Barreto

Caminhos labirínticos para pensar os objetos tecnoinformacionais / 110
Juciano de Sousa Lacerda

Considerações sobre processualidade metodológica e a relação pesquisador-pesquisado / 131
Graziela Bianchi

Dos saberes e fazeres da pesquisa em comunicação:
reflexões sobre modos de mapear, de identificar e de escutar
os múltiplos universos da recepção televisiva / 153

Carmem Rejane Antunes Pereira

Aprendendo a olhar cientificamente um produto televisivo:
a experiência prática em televisão como um fator
configurador das dificuldades de percurso / 174

Maria Lúcia Patta Melão

Na trilha de Fernando Lugo: construindo processualidades
metodológicas para investigar as representações
do presidente paraguaio nas revistas semanais brasileiras / 190

Rafael Foletto

Por uma epistemologia transmetodológica
na realização de pesquisas em comunicação / 215

Lisiane Machado Aguiar

Iniciação Científica em Comunicação:
metodologia na prática / 239

Fernanda Dalprá Becker

Do álbum de fotos para a Internet: perspectivas
teórico-metodológicas para compreender
a reconfiguração da memória no ambiente digital / 256

Bruno Schmidt Alencastro

Pesquisa em Comunicação: trilhas históricas,
contextualização, pesquisa empírica e pesquisa teórica / 277

Alberto Efendy Maldonado

PRÓLOGO À SEGUNDA EDIÇÃO

O desafio de conhecimento que a pesquisa científica acadêmica em comunicação configurou nos últimos anos transformou esse campo de produção de conhecimentos em dimensão estratégica, crucial, na estruturação das sociedades contemporâneas. As mudanças socioculturais mais significativas têm acontecido no que, nesta conjuntura, podemos enunciar como a *cultura midiática*. Nas duas últimas décadas os processos de *informatização* e *convergências midiáticas* transformaram o mundo da vida, tanto no campo do trabalho e da produção de bens materiais quanto, e o que é delimitador para nós, na produção de dimensões simbólicas e bens culturais.

Os sistemas tecnológicos, em função dos requerimentos da lógica de geração de *mais-valia relativa*, no contexto capitalista de *globalização/informatização*, produziram um conjunto de estruturações que intensificou os processos produtivos, tornando a *força de trabalho* humana cada vez menos valorizada e (hiper) valorizando os sistemas peritos de controle e informação das sociedades. Esses processos, que tiveram sua geração e configuração, primeiro, nos campos militar e financeiro, pouco a pouco *invadiram* o conjunto dos campos sociais, situando-se de modo estratégico nas indústrias culturais e transformando-as em sistemas transnacionais globalizados de produção de cultura.

Os sistemas midiáticos contemporâneos são parte constitutiva e geradora do modo de vida ocidental globalizado, e ocupam um lugar central, hegemônico, na produção da cultura contemporânea nas sociedades latino-americanas, europeias e norte-americanas. No caso do Brasil, é histórica sua estruturação durante o século XX como uma *formação social* construída com a crucial participação dos meios de comunicação de massa, tanto públicos (*Rádio Nacional* na era Vargas) quanto privados (*Império Chatubriand* na mesma época; *Rede Globo* a partir dos anos 1960). As culturas de maior presença, penetrabilidade, circulação e abrangência no contexto Brasil são, e têm sido, as midiáticas já por quase um século. O processo de midiatização, não obstante, vai ter uma etapa de intensificação, primeiro a partir de 1965, quando o *modelo Globo* foi estruturando as condições de produzir cultura televisiva para a maior parte do território brasileiro e, numa segunda fase, a partir de 1994, quando a *informatização* da economia, da sociedade e da cultura foi adquirindo um caráter envolvente, estratégico e hegemônico.

Nesse processo, importantes e qualificados setores da juventude brasileira procuraram nos afazeres relacionados com a produção midiática seu modo de vida profissional. Os cursos de *publicidade, jornalismo, relações públicas, editoração, cinema* e as artes, relacionados com os processos de comunicação, tiveram uma explosão de demanda só comparável com a procura por cursos nas áreas biomédicas e eletrônicas. Esses fluxos, e essa demanda, continuaram em intenso crescimento, apesar das restrições ao mercado de trabalho em comunicações e artes que define o modelo comercial, anacrônico e concentrador, de mídias. Parece que as novas gerações, na sua afinidade técnica e cultural com os sistemas midiáticos, intuem que, nessa área, há condições de trabalho e transformação que vão muito além das propostas do restrito *mercado empresarial tradicional dos grandes meios*.

A pressão cultural/educativa da juventude por *saber* e *saber-fazer* na área da comunicação tem gerado necessidades de conhecimento, que poucas décadas atrás não existiam ou tinham uma pertinência secundária. Hoje trabalhar em processos de comunicação oferece amplas e produtivas possibilidades de fazer artístico, educativo, jornalístico, técnico e de pesquisa. Este livro pretende contribuir ao esclarecimento de problemáticas comunicativas, considerando os processos de midiaticização da sociedade como uma realidade que vai muito além das empresas e dos meios de comunicação industrial, dos *holdings* e das *redes* que continuam sob modos de administração, gestão e produção de bens com profundos defeitos estruturais. Seu objetivo é apresentar a investigação em comunicação como elemento formativo, reflexivo, suscitador, construtor e renovador dos processos produtivos tanto nas universidades quanto nos mundos do trabalho que vão sendo configurados nas novas condições (*tecno*) *culturais* contemporâneas.

O campo midiático e a midiaticização se bem estão condicionados e hegemonzados por poucas empresas e famílias, não estão reduzido a essas realidades. A cultura produzida por esses meios tem múltiplas utilizações e resistências; ao mesmo tempo, a *contradição fundamental do sistema econômico*, que obriga as empresas a diminuir os preços dos produtos industriais para ampliar os mercados e ser competitivas, possibilita a democratização do acesso às tecnologias (a queda dos preços dos computadores na última década é demonstrativa disso).

Constata-se atualmente um fluxo contínuo de produção audiovisual, musical, plástica, imprensa e radiofônica que está fora do circuito das grandes redes e, em alguns casos, alcança níveis de expansão consideráveis. O fato é que as novas condições de produção de cultura comunicativa possibilitadas pelos suportes digitais, e a Internet, mudaram de maneira estrutural profunda, não a lógica do capital, mas sim os processos produtivos no cam-

po da comunicação e no conjunto dos campos sociais (político, educativo, religioso, econômico, militar, jurídico e, principalmente, científico).

A produção de conhecimento científico na comunicação social continua sendo considerada como algo secundário. Nas instituições responsáveis de organizar e sistematizar a produção de pesquisa e formação científicas, ministérios e agências de fomento, a *comunicação* é algo menor num conjunto menor, as chamadas *ciências sociais aplicadas*. Nessa realidade, a hegemonia *positivista* continua outorgando aos campos físico, biológico e, em geral, das ciências da natureza e dos sistemas formais um lugar privilegiado. Isto é assim porque esses campos têm uma trajetória histórica maior e alcançaram níveis de organização e de inter-relação com os complexos produtivos mundiais que valorizaram e funcionalizaram seus conhecimentos.

O campo da comunicação, apesar de sua “juventude”, apresenta uma força singular que se fundamenta no aproveitamento da experiência das trajetórias já realizadas por outros campos de conhecimento. A *Comunicação*, como campo científico em constituição, aparece quase um século depois das ciências sociais e humanas, estruturadas a partir de meados do século XIX na Europa Ocidental e nos Estados Unidos. As investigações, filosofemas, argumentos, teorias, fundamentações e formulações que têm como objetivo produzir conhecimentos em comunicação têm só décadas de existência, no Brasil e na América Latina, meio século de atividades. Essa realidade explica as limitações próprias de uma trajetória curta, que ainda não amadureceu seus processos de formação científica. Mostra, também, a necessidade de produzir uma vida cultural intelectual que permita aperfeiçoamentos; e, ao mesmo tempo, torne possível pensar a pertinência de situar o *campo da comunicação* numa encruzilhada de crise epistemológica (não de poder prático) do modelo positivista. Nesse campo vai configurando-se nessa contradição e diversidade,

por uma parte busca estabelecer delimitações necessárias, por outra, precisa dar conta dos desafios problematizados pelas epistemológicas dialéticas, hermenêuticas/críticas/culturais e históricas/críticas.

A mitificação do modelo *iluminista* do *progresso* tocou fundo com *entropia* gerada pelos modelos industriais na maioria das sociedades mundiais e, principalmente, com a queda das estruturas do chamado *socialismo real* na Europa oriental e Ásia. O caso de América Latina é patético, os *modelos positivistas de sociedade* têm sido programados e aplicados quase por dois séculos, gerando uma situação de extrema pobreza, instabilidade econômica e exclusão social. Essa história comprova como estruturas anacrônicas de poder (patriarcais, caudilhistas, latifundiárias, escravocratas) têm afinidade com a instauração e funcionamento de “planos de desenvolvimento” que não têm conseguido avanços significativos no campo educativo e social.

O Censo de Educação Superior do IBGE constatou que a população jovem que estava nas universidades aumentou de 6,9% para 13,9% entre 1999 e 2009. Esse resultado mostrou uma tendência de crescimento importante, que está em sintonia com os esforços realizados em nível governamental, em especial nos últimos oito anos, promovendo a interiorização do ensino federal; o aumento da cobertura educativa universitária de 114 municípios (2003) para 234 (2011); a fundação de 14 novas universidades federais e de cem novos *campi*. Não obstante tudo esse esforço, as carências de quadros técnicos, profissionais e de cientistas é alarmante; os investimentos em ciência e tecnologia não alcançam os requerimentos básicos de uma formação social que busca alcançar o desenvolvimento em meio prazo e, o que é mais importante, transformar a vida educativa, sociocultural e científica do país.

Na atual conjuntura de intensas mudanças técnicas, culturais e educativas, o *campo da comunicação* tem, e terá, uma

importante participação estruturadora da *formação social* brasileira, tanto pela qualificação comunicativa dos processos produtivos em todos os campos sociais quanto pelo seu poder de atração sobre dezenas de milhares de jovens, que intuem na sua múltipla dimensionalidade e posicionamento estratégico possibilidades de exercícios artísticos, informativos, comunicativos, institucionais, grupais, comunitários, alternativos, empresariais e científicos, tanto expansivos quanto transformadores.

A segunda edição do livro *Metodologias de Pesquisa em Comunicação/Olhares, trilhas e processos* busca aperfeiçoar e dar continuidade ao trabalho de reflexão metodológica, formação em pesquisa e proposição de novas condições de produção de investigações para o campo. Nessa perspectiva convidamos quatro novos autores, que mostram percursos instigantes de investigação em comunicação e representam bem parte de nossas pesquisas.

Dafne Pedroso apresenta o texto *A pesquisa sobre recepção de cinema e a construção metodológica do conceito de competência midiáticas*, a autora investigou a recepção das mostras itinerantes de cinema, buscando compreender os sentidos, os usos e as apropriações que os receptores realizam das exibições, bem como as mediações que configuram o processo. A noção de metodologia com a qual operou abarca todo o processo de tomada de decisões para o desenho de uma investigação e não só a definição de técnicas de coleta de dados ou de amostras a serem estudadas. O público dessas mostras é formado por receptores, em geral, pertencentes a classes populares, caracterizadas pela educação formal precária, vivência em bairros, vilas e conjuntos habitacionais periféricos, empregos de baixa remuneração, entre outros. A autora vai mostrar a inter-relação mídia-públicos na sua complexidade sociocultural e os arranjos metodológicos que possibilitaram uma aproximação enriquecedora aos processos comunicativos.

Rafael Foletto participa com o texto *Na trilha de Fernando Lugo: construindo processualidades metodológicas para investigar as representações do presidente paraguaio nas revistas semanais brasileiras*, o autor problematiza as relações mídia-realidades políticas latino-americanas, vinculando os contextos históricos concretos das relações Brasil-Paraguai e as produções midiáticas sobre o atual presidente do Paraguai. São esclarecedores no texto os papéis metodológicos das pesquisas: documental, histórica, contextual, discursiva e midiática.

Lisiane Machado Aguiar contribui com o texto *Por uma epistemologia transmetodológica na realização de pesquisa em comunicação*, alargando a problemática metodológica mediante uma reflexão profunda das inter-relações entre *pesquisada-pesquisa* e desafios epistemológicos. Realiza uma síntese elucidativa importante sobre possibilidades de experimentação teórica e metodológica, oferecendo um conjunto de argumentos relevantes sobre a realidade da pesquisa *cartográfica* em comunicação no Brasil.

Bruno Alencastro apresenta o texto *Do álbum de fotos para a Internet: perspectivas teórico-metodológicas para compreender a reconfiguração da memória no ambiente digital*, mostrando as significativas possibilidades de crescimento investigativo em nível de iniciação científica, abordando a transformação comunicativa que acontece nas novas de condições de produção de imagens mediante um agir metodológico que problematiza os usos e apropriações da fotografia na migração do mundo analógico para a dimensão digital. O autor combina pesquisa histórica, pesquisa midiática, pesquisa teórica e documental de modo suscitador.

A excelente acolhida que os estudantes, professores e pesquisadores brindaram a nossa primeira edição gerou este projeto renovado, tanto na argumentação dos textos metodológicos e na inclusão de diferentes pesquisadores quanto no

compartilhamento de processos, conhecimentos, saberes e vivências que, esperamos, sejam suscitadores de novas aventuras de conhecimento e de investigações desestabilizadoras dos modos conservadores de trabalho intelectual.

Alberto Efendy Maldonado