



HAL
open science

A evolução do método

Cristina Debora Lopez, Maritan Matheus

► **To cite this version:**

Cristina Debora Lopez, Maritan Matheus. A evolução do método: memória das pesquisas experimental e aplicada nos estudos brasileiros de jornalismo. Revista Observatório, 2015, v. 1 n. 3 (2015): V. 1 N. 3 (2015) Tema Livre / Free Theme / Tema Libre Setembro-Dezembro 2015, 1 (3), pp.41-61. 10.20873/uft.2447-4266.2015v1n3p41 . hal-01550459

HAL Id: hal-01550459

<https://hal.science/hal-01550459>

Submitted on 29 Jun 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**A evolução do método:
memória das pesquisas
experimental e aplicada
nos estudos brasileiros
de jornalismo**

The evolution of the method:
Memory of experimental and
applied research in Brazilian
studies journalism

La evolución del método:
Memoria de la investigación
experimental y aplicada en los
estudios de periodismo
brasileño

Debora Cristina Lopez^{1, 2}
Matheus Maritan^{3, 4}

RESUMO

Neste artigo estudamos, a partir da Análise de Conteúdo, os anais dos quatro principais eventos de comunicação brasileiros. Buscamos conhecer o perfil das produções sobre recepção, audiência, metodologia de pesquisa, pesquisa aplicada e pesquisa experimental e, a partir desta sistematização, traçamos uma memória dos estudos realizados, tentando estabelecer causalidades e relações entre os perfis de produção dos quinquênios 2000-2004; 2005-2009 e 2010-2014. Entre os resultados principais destacamos a complexificação do olhar sobre a audiência nos estudos de recepção e busca constante pela apresentação da relevância dos estudos que trabalham com pesquisa aplicada e experimental.

¹ Este artigo é uma versão revisada do trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo, integrante do 10º Encontro Nacional de História da Mídia, 2015.

² Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), mestre em Letras (Unioeste) e jornalista (UEPG). Atualmente desenvolve estágio pós-doutoral junto à UERJ. É professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Jornalismo da UFOP. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). E-mail: deboralopezfreire@gmail.com.

³ Graduando em Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto. Atualmente desenvolve intercâmbio na Universidad del Quindío (Colombia). Ex-bolsista de Iniciação Científica FAPEMIG. Membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). E-mail: matmaritan@yahoo.com.br.

⁴ Endereço de contato dos autores (por correio): Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Rua do Catete, 166, Centro, Mariana, MG, Brasil. CEP: 35420-000.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Pesquisa experimental; Pesquisa aplicada; Metodologia de pesquisa; Análise de conteúdo.

ABSTRACT

In this paper we study, through the content analysis, the annals of the four major Brazilian communication events. We seek to know the profile of the productions on the topics: reception, audience, research methodology, applied research and experimental research, and from this systematization, draw a memory of the studies, trying to establish causalities and relations between the production profiles of the following five-year periods 2000-2004; 2005-2009 and 2010-2014. Among the main findings we highlight the complexity of the looking over the audience in the studies of reception and the constant search for presentation of the relevance of studies that work with applied and experimental research.

KEYWORDS: Journalism; Experimental research; Applied research; Research Methodology; Content analysis

RESUMEN

En ese artículo estudiamos a través del análisis de contenido, a las memorias de los cuatro principales eventos de comunicación brasileños. Buscamos conocer el perfil de las producciones acerca de la recepción, audiencia, metodología de la investigación, investigación aplicada y la investigación experimental. A partir de esta sistematización, dibujamos una memoria de los estudios, intentando establecer causalidades y relaciones entre los perfiles de producción de los quinquenios 2000-2004 ; 2005-2009 y 2010-2014. Entre los principales resultados destacamos la complejidad de la mirada sobre la audiencia en los estudios de recepción y la búsqueda constante de presentación de la relevancia de los estudios que trabajan con la investigación aplicada y experimental.

PALABRAS CLAVE: Periodismo; Investigación experimental; Investigación Aplicada; Metodología de investigación; Analisis de Contenido.

Recebido em: 26.10.2015. Aprovado em 01.12.2015. Publicado em: 26.12.2015.

Introdução

O presente artigo traz os resultados parciais da primeira etapa do projeto de pesquisa “Conhecer o ouvinte-internauta: Um estudo sobre o perfil da audiência de rádio no cenário de convergência”⁵. Nesta fase, buscamos compreender o estado da arte da pesquisa em recepção e audiência no Brasil, assim como das pesquisas que exploram metodologias como a pesquisa aplicada e a pesquisa experimental em jornalismo. Trata-se de uma necessidade para a entender o cenário em que se inserem o objeto e a perspectiva metodológica adotados no projeto. Neste momento, apresentamos os resultados do primeiro mapeamento realizado junto aos bancos de dados de eventos científicos da área.

Um dos objetivos principais deste artigo é compreender de que maneira a pesquisa aplicada e a pesquisa experimental se colocam nos estudos de jornalismo brasileiros. Para isso, optamos por analisar os anais dos principais eventos de comunicação do país⁶, a saber: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)⁷; Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS); Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)⁸; Encontro Nacional de História da Mídia (Alcar).

O primeiro passo foi a realização de um estudo exploratório que nos permitiu selecionar os eventos citados e conhecer suas plataformas e bancos de dados. Desta primeira aproximação, assim como da revisão de literatura desenvolvida, surgiram as palavras-chave que nos permitiram reduzir a amostragem a ser analisada. Visando atender aos objetivos deste texto, buscamos artigos que contivessem, em suas

⁵ O projeto conta com financiamento (bolsas e/ou custeio) CNPq, Fapemig e UFOP.

⁶ Foram realizadas consultas através dos bancos de dados online de cada um dos eventos, como indicado nas referências deste artigo. Desta maneira, os artigos correspondem aos seguintes períodos: Alcar (2002-2012); Compós (2000-2014); Intercom (2000-2014); SBPJor (2003-2012).

⁷ Foram analisados somente os artigos integrantes das Divisões Temáticas e Grupos de Pesquisa. Os artigos do Intercom Júnior, assim como dos eventos paralelos ao principal não foram considerados na amostragem.

⁸ Assim como ocorreu com o Congresso da Intercom, foram desconsiderados os artigos que integram o Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo ou os eventos paralelos ao principal.

palavras-chave, as expressões “audiência”, “metodologia de pesquisa”, “pesquisa aplicada”, “pesquisa experimental” ou “recepção”. Como indicado anteriormente, embora o foco sejam as perspectivas metodológicas, o mapeamento pretende responder também a um projeto mais amplo, por isso a inserção das palavras-chave voltadas aos estudos de recepção. Aqui, elas são exploradas de modo a construir um cenário que permita uma leitura sobre a relação entre as pesquisas experimentais ou aplicadas e o debate sobre a audiência. Isso porque entendemos que hoje uma das principais demandas do mercado de comunicação brasileiro diz respeito à necessidade de conhecer e compreender a audiência e as estratégias possíveis para que os comunicadores e os produtos jornalísticos possam falar a estes sujeitos.

Em um primeiro momento, a amostra foi composta por 1.475 artigos, distribuídos da seguinte forma: Intercom (886); Compós (73); SBPJor (87); Alcar (429). Para um refinamento maior da sua composição, os resumos, palavras-chave e introdução dos artigos foram lidos e a amostra reduzida a 353 artigos, distribuídos da seguinte forma: Intercom (251); Compós (54); SBPJor (31); Alcar (17). Esta redução se deu eliminando textos que apresentavam as expressões citadas de forma secundária ou marginal, sem aplicar ou discutir os métodos / conceitos em questão. Observamos que a diferença entre a amostra inicial e a revisada se deve principalmente a questões semânticas que acabam por gerar distorções nos resultados oferecidos pelos bancos de dados utilizados para o levantamento, podendo ser refinados a partir da análise individual dos textos.

Para realizar a análise, seguimos os seguintes critérios: a) Mantidos textos que contivessem nas palavras-chave as expressões indicadas⁹; b) Retirados os textos em que a expressão audiência se referisse somente ao posicionamento de determinado meio de comunicação – citando-o por exemplo como líder de audiência – sem que o

⁹ Ainda que a ideia fosse fazer as buscas somente nos resumos e palavras-chave para a composição da amostra inicial, isso não foi possível devido aos sistemas. Nem todos apresentam esta possibilidade e, em alguns casos, a busca ocorria no texto completo.

texto apresentasse uma discussão sobre o tema; c) Mantidos textos que, mesmo não citando as expressões em questão nas palavras-chave, demonstrassem no resumo que tratavam dessas questões. As introduções foram utilizadas para dirimir eventuais dúvidas sobre a proposta ou direcionamento dos artigos¹⁰. Depois, como explicamos no início do item “Jornalismo como ciência aplicada: a memória dos estudos brasileiros”, realizamos a análise de conteúdo dos 353 textos selecionados a partir de um ferramental metodológico construído para dialogar com nossos objetivos.

Partimos da hipótese de que “as pesquisas em comunicação não priorizam metodologias experimentais ou aplicadas”. Sob uma perspectiva mais específica, apresentamos uma segunda hipótese: “as pesquisas em jornalismo não possuem caráter inovador em relação ao olhar sobre as audiências, com priorização de estudos que replicam fórmulas já existentes em detrimentos de olhares propositivos ou de ciência aplicada”. A partir destas hipóteses e do levantamento realizado buscamos desenhar uma memória dos estudos de recepção e das metodologias experimental e aplicada nos principais eventos de comunicação do país, identificando seus perfis a cada quinquênio. Achemos importante também pontuar que assumimos como premissa a consideração do lugar do jornalismo como uma ciência aplicada e as implicações que isso pode ter para os estudos de seus fenômenos, como discutiremos a seguir.

A pesquisa em jornalismo

O jornalismo é um campo relativamente novo e que luta ainda pela sua consolidação e pela criação de uma identidade de pesquisa. Essa realidade não é exclusivamente brasileira. Como lembra Machado (2010), faz pouco mais de um século que o jornalismo se estabeleceu como área científica, ainda que sejam encontrados registros de estudos na área na Alemanha e em Portugal já no século

¹⁰ Esta estratégia foi necessária principalmente nos textos mais antigos, que muitas vezes não seguiam um padrão comum e/ou não contavam com resumos e palavras-chave.

XVII. O autor, ao analisar os manuais de orientação para pesquisa em jornalismo, destaca a escassez deste material e elenca cinco obras desenvolvidas até hoje com este objetivo, sendo somente duas delas nacionais e a primeira, “Estudos de Jornalismo Comparado”, de Marques de Melo, com foco maior na comunicação do que no jornalismo em si.

Esta realidade apresentada pelo autor reflete uma realidade do campo: a raiz de seus estudos está mais afincada nas Ciências Humanas do que nas Ciências Sociais Aplicadas. No Brasil, a comunicação e o jornalismo inserem-se na chamada grande área de Ciências Sociais Aplicadas (CSA), como definido pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), vinculada ao Ministério da Educação (MEC). Mas historicamente, ambos se desenvolveram com base em metodologias e aportes teóricos de áreas afins. Desta presença de práticas de pesquisa oriundas de outras disciplinas decorre uma predominância de estudos de caráter ensaístico e que muitas vezes não geram proposições metodológicas ou desenvolvimento de teorias próprias que propiciem o desenvolvimento da área (MACHADO, SANT’ANNA, 2014).

Franciscato (2006) chega a levantar o questionamento de se seria este, o das CSA, o espaço para a alocação do jornalismo, considerando-se a predominância da origem e apoio das pesquisas comunicacionais nas Ciências Humanas. No mesmo texto, entretanto, responde: “[...]o jornalismo é uma atividade social prática que necessita da pesquisa aplicada para o seu desenvolvimento” (p. 3-4). Assim como Medistch (2012), lembra que ainda que a história da configuração do jornalismo na academia vincule-o à comunicação e afaste-o do olhar sobre as práticas, é preciso estabelecer um diálogo entre o mercado e a pesquisa, permitindo que as demandas de um estimulem o outro em uma via de mão dupla. Para os autores, falta às universidades dar eco aos questionamentos advindos do mercado.

Falta, por consequência deste cenário que vincula o jornalismo mais às Ciências Humanas afastando-o de um olhar que busque construir uma teorização e

metodologia próprias, fôlego para a consolidação da área. Esta realidade não se restringe ao Brasil. A comunicação, de uma forma geral, ampara-se em grandes áreas (Sociologia, Antropologia, Ciência Política, Letras, entre outras) vistas como de maior cientificidade, para desenvolver-se. “Uma das dificuldades reside na insuficiência de formulação de um consistente aparato conceitual próprio que possa explicar a atividade” (FRANCISCATO, 2006, p. 3). Mas estes esforços acabam reverberando pouco no desenvolvimento das práticas de pesquisa comunicacionais em si e menos ainda nas jornalísticas. Como explica Stephen Lambe (2004, p. 86) “[...] despite the fact that many research methods used by journalists are intellectually rigorous and that some of those methods are the same as methods used in academe, there is no recognised academic methodology of journalism.”

Um dos problemas nesta indefinição em relação à criação de uma metodologia para os estudos de jornalismo (especificamente o desenvolvimento de pesquisas aplicadas), de acordo com Machado (2005), diz respeito à desconexão entre a criação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação e o desenvolvimento das pesquisas e demandas dos cursos de graduação em Jornalismo. “Como se o curso de graduação tivesse que se restringir a uma simples formação técnica, desprovida de teorias e a pós-graduação nada tivesse que contribuir para a sua melhoria, seja com novas teorias, seja com o estímulo à inovação tecnológica” (MACHADO, 2005, online). O autor destaca ainda que a pesquisa aplicada demanda altos investimentos em infra-estrutura laboratorial, o que dificulta a difusão do método no país.

Marconi e Lakatos (2002) definem a pesquisa aplicada como de interesse prático, permitindo aplicar seus resultados na solução de problemas práticos. Justamente por isso é um método adequado para estabelecer a conexão entre a academia e o mercado de jornalismo, respondendo às necessidades observadas pelos pesquisadores em seu contato com os comunicadores e os produtos que desenvolvem. Um dos grandes desafios apontados por eles é a definição dos passos

a serem dados neste caminho, isto é, quais seriam os métodos e os procedimentos para desenvolver uma pesquisa aplicada em jornalismo? Franciscato acredita que a união entre as pesquisas descritiva e experimental são uma opção eficiente. “[...] além de uma análise descritiva, a pesquisa deve contemplar uma análise interpretativa que envolva operações de síntese que levam à formação das inferências teóricas e da explicação do objeto, utilizando ‘métodos lógicos’ que são métodos de interpretação” (FRANCISCATO, 2005, p. 17). Para chegar a estas inferências, um caminho seria a adoção da pesquisa experimental e a possibilidade de manipulação das variáveis do estudo, permitindo lançar um olhar complexificado sobre problemas práticos da comunicação e do jornalismo.

Esta aproximação entre os dois setores – academia e mercado – é crucial para que a comunicação e o jornalismo se desenvolvam como ciência e permitam que os reflexos dos estudos realizados entre as paredes das universidades ultrapassem esses limites, contribuindo para a sociedade e para o próprio campo. No Brasil, entretanto, observamos iniciativas modestas e quantitativamente reduzidas de pesquisas que lancem mão destas perspectivas metodológicas, como veremos a seguir.

Jornalismo como ciência aplicada: a memória dos estudos brasileiros

Buscamos compreender a partir de uma metodologia pontual como os principais eventos de comunicação brasileiros reverberam esta vinculação da área com as Ciências Sociais Aplicadas e, por consequência, com a realização de pesquisas aplicadas e/ou experimentais ou ainda estudos que tenham uma vinculação mais direta com os problemas e fenômenos que emergem do mercado para a academia, e não no sentido contrário. Compreendemos que os dados que apresentamos não refletem o cenário completo da pesquisa nacional, por não contemplar, por exemplo, teses e dissertações defendidas em Programas de Pós-Graduação em Comunicação, mas se ocupa de um espaço fundamental para que se estabeleçam os intercâmbios entre pesquisadores: os eventos científicos. Indicamos também a importância da

expansão posterior deste estudo, contemplando alguns dos principais periódicos nacionais, para que este desenho se complete – esforço que se pretende empreender futuramente. Destacamos, no entanto, que a leitura por nós realizada aqui, principalmente no momento das inferências, é relativizado e relativizável em relação a este contexto. Trata-se de um fragmento organizado à luz da Análise de Conteúdo.

Partindo do olhar de Bardin (1977) sobre a análise de conteúdo, sistematizamos a análise a partir de duas categorias (resumos e textos) e nove subcategorias (que por sua vez subdividem-se em 30 unidades de registro a serem observadas nos artigos selecionados), como detalhado no quadro a seguir:

Categoria	Sub-categoria	Unidades de registro	Descrição
Resumos	Palavras-Chave	Incidência de "audiência"	Quantidade de resumos / palavras-chave com referência direta nas palavras-chave a estudos de audiência.
		Incidência de "pesquisa aplicada"	Quantidade de resumos com referência direta nas palavras-chave a estudos de pesquisa aplicada.
		Incidência de "pesquisa experimental"	Quantidade de resumos com referência direta nas palavras-chave a estudos de pesquisa experimental.
		Incidência de "metodologia de pesquisa"	Quantidade de resumos com referência direta nas palavras-chave a estudos de metodologia de pesquisa.
		Incidência de "recepção"	Quantidade de resumos com referência direta nas palavras-chave a estudos de recepção.
Textos	Orientação do texto	Revisão de literatura	Textos que apresentam ou buscam apresentar o estado da arte de uma das palavras-chave que norteiam este estudo.
		Proposição metodológica	Textos que buscam propor uma organização, uso ou avanço em uma das perspectivas metodológicas selecionadas para este estudo.
		Aplicabilidade de métodos / estudos de caso	Textos que realizam estudos em uma das perspectivas metodológicas que norteiam este estudo, sem no entanto afetá-las.
	Suporte	Rádio	Revisão de literatura ou estudo de caso de rádio.

contemplado na análise ou revisão	TV	Revisão de literatura ou estudo de caso de televisão.
	Impresso	Revisão de literatura ou estudo de caso de impresso.
	Mídias digitais	Revisão de literatura ou estudo de caso de mídias digitais.
	Múltiplos suportes	Revisão de literatura ou estudo de caso de dois ou mais suportes.
	Não aplicável	Textos que não tratem especificamente de um ou mais suportes.
Natureza da pesquisa	Pesquisa financiada	Textos financiados por agências de fomento nacionais ou estrangeiras, públicas ou não, referenciadas pelos autores. Não considera bolsas de estudo.
	Tese	Textos originários de teses.
	Dissertação	Textos originários de dissertações.
	Monografia de especialização ou graduação	Textos originários de monografias.
	Projeto de Iniciação científica	Textos que integram projetos de iniciação científica – financiados ou não.
	Produção isolada ou não identificado	Artigos desenvolvidos sem vinculação a projetos financiados ou não.
Pesquisa aplicada	Jornalismo	Estudos específicos do campo do jornalismo.
	Comunicação	Estudos do campo da comunicação.
Audiência	Jornalismo	Estudos específicos do campo do jornalismo.
	Comunicação	Estudos do campo da comunicação.
Pesquisa experimental	Jornalismo	Estudos específicos do campo do jornalismo.
	Comunicação	Estudos do campo da comunicação.
Recepção	Jornalismo	Estudos específicos do campo do jornalismo.
	Comunicação	Estudos do campo da comunicação.
Metodologia	Jornalismo	Estudos específicos do campo do jornalismo.

	de pesquisa	Comunicação	Estudos do campo da comunicação.
--	-------------	-------------	----------------------------------

Fonte: autoria própria

A tabela de análise foi aplicada a cada um dos textos selecionados para compor a amostragem e os dados resultantes foram organizados por evento e como resultados gerais para garantir tanto o olhar específico de cada um deles quanto o olhar mais amplo dos eventos de comunicação sobre o fenômeno. A ideia é partir do contexto para analisar estes dados, permitindo um diálogo entre o quantitativo e o qualitativo no estudo de fenômenos do jornalismo adotando como ferramental a análise de conteúdo (HERSCOVITZ, 2007). Assim, a partir do cruzamento dos resultados obtidos e da exploração do diálogo entre os perfis quantitativo e qualitativo presentes em uma análise de conteúdo híbrida (QUADROS et al, 2014), buscamos compreender a evolução dos estudos sobre consumo de meios de comunicação no Brasil – predominantemente olhando para os que adotam a pesquisa experimental e a pesquisa aplicada.

Assim, os dados que tratam de recepção e audiência são apresentados mais brevemente, na tentativa de desenhar este cenário que dialoga com o mercado de comunicação nacional para, desta forma, podermos analisar e questionar o espaço da pesquisa aplicada nos estudos de comunicação/jornalismo brasileiros e, mais especificamente, ao lugar desta metodologia no conhecimento da audiência de comunicação. Da sistematização destes dados e de sua interface com a discussão teórica que a precede, buscamos desenhar uma periodização das pesquisas desenvolvidas a partir destes dois métodos, sejam elas de estado da arte, de proposição metodológica ou empíricas, como apresentado a seguir.

A transcrição dos dados é uma etapa fundamental da pesquisa. Após todos os artigos passarem pelo segundo processo de filtragem, ficaram apenas os elementos que são capazes de oferecer um suporte para compreender as diferentes formas pelas quais as pesquisas aplicada e experimental são colocadas no jornalismo. Ao

observarmos os eventos da área, conseguimos desenhar um panorama dos estudos em audiência e recepção e também da adoção das metodologias citadas.

Na categoria Resumo/Palavra-chave foi identificada a incidência da expressão "Audiência" em 56 artigos, sendo cinco artigos da Alcar, quatro da Compós, 42 do Intercom e cinco da SBPjor. Além desses, alguns textos apresentavam duas ou mais unidades de registro. No total, 25 artigos apresentam as expressões¹¹ "Audiência e Recepção" em seu Resumo/Palavra-chave, sendo um artigo da Alcar, dois textos da Compós e 22 do Intercom. Na unidade de registro "Recepção" foram totalizados 252 artigos, sendo que dez artigos pertencem ao evento Alcar, 48 à Compós, 179 ao Intercom e 15 ao SBPjor. Além desses, na SBPjor identificamos um artigo com incidência das expressões "Audiência" e "Recepção" em seu Resumo/Palavra-chave.

Na unidade de registro "Pesquisa Aplicada" quatro artigos foram totalizados, sendo um do Intercom e três do SBPjor. Os anais da Alcar e Compós não registraram nenhum item. Na terceira unidade de registro, incidência da expressão "Pesquisa Experimental" não houve registro em nenhum dos eventos analisados. Já a expressão "Metodologia de Pesquisa", contou com 12 artigos, sendo um artigo da Alcar, seis do Intercom e cinco do SBPjor. Além disso, um artigo do Intercom apresenta as expressões "Metodologia de pesquisa" e "Recepção" (o mesmo ocorre em um artigo da SBPjor) e as expressões "Metodologia de Pesquisa" e "audiência" foram identificadas em um artigo da SBPjor.

Consideramos, a partir do que foi discutido anteriormente, que a incidência de estudos sobre pesquisa aplicada e pesquisa experimental é baixa nos estudos de comunicação, refletindo a tradição apresentada pelos autores de reduzida vinculação às Ciências Sociais Aplicadas. Já o baixo número de artigos que tratam de metodologia de pesquisa permitem inferir a existência de uma despreocupação da

¹¹ Embora tenhamos identificado a incidência de mais de uma unidade de registro em alguns textos, consideramos que este cenário não gera alterações na compreensão do objeto. Por isso, estes dados são apresentados ao leitor, mas não alteraram o olhar que se lança aos resultados finais.

área com o desenvolvimento e consolidação de propostas metodológica e de prática de pesquisa nos estudos de jornalismo e comunicação. Esta despreocupação, em certa medida, pode ser vinculada à tradição do campo de se apropriar de bases teórico-metodológicas de outras áreas do conhecimento, como indicamos anteriormente, para se desenvolver.

Uma das categorias que no decorrer da análise revelou-se como fundamental foi a Orientação do texto. Nos resultados, destacamos a presença de "textos de revisão de literatura", com 85 artigos, sendo dois da Alcar, 26 da Compós, 50 do Intercom e sete ao SBPJor. O direcionamento destes artigos variam, sendo organizados por recorte de conceito (ESCOSTEGUY, 2003) ou por período (SCHRAMM, 2005) ou ainda pela releitura do posicionamento de autores (BRAGA & GASTALDO, 2009; MEDITSCH, 2003). Foram encontrados textos que categorizamos como "revisão de literatura", mas que efetivamente não compõem um estado da arte da questão. Nestes casos, por não haver uma pesquisa empírica ou proposição metodológica, a categoria que mais se aproxima é a revisão de literatura, embora não se apresente completa e/ou atualizada, a depender do texto em questão.

Entre os "Textos de proposição metodológica" foram categorizados 34 artigos, sendo que um da Alcar, sete da Compós, 17 do intercom e nove do SBPJor. A proposição metodológica dialoga, em diversos textos, com as mídias digitais e produtos de inovação (LOPES, 2011; FREIRE, 2007; TEIXEIRA, 2007). Um elemento de destaque diz respeito à afiliação dos artigos. O que predomina são os afiliados a outras áreas (ARAÚJO, 2009; FIGARO, 2004; PAULINO, 2006), com somente três deles dialogando com propostas de pesquisa experimental ou aplicada (FRANCISCATO, 2006; GUERRA, 2007; CABRERA GONZÁLEZ, 2008). Estas iniciativas, vale ressaltar, dialogam com as poucas produções teóricas sobre pesquisa aplicada e experimental, desenvolvidas por Elias Machado e Carlos Franciscato.

Na terceira unidade de registro "textos de aplicabilidade de métodos pré-construídos / estudos de caso" 226 artigos foram localizados. Destes, 12 pertencem ao

evento Alcar, 18 à Compós, 183 à Intercom e 13 ao SBPJor. Esta parecer ser a abordagem mais utilizada pelos pesquisadores de comunicação. Acreditamos que em grande medida isso se relacione com a predominância de textos desenvolvidos especialmente para os eventos, sem vinculação direta a projetos de pesquisa maiores (no total, 39 artigos eram provenientes de pesquisa financiada, enquanto 271 não tinham nenhum tipo de identificação, sendo classificados como produções específicas para os eventos. Além disso, dez eram parte de teses doutorais, cinco de dissertações de mestrado e 28 de projetos de iniciação científica). Em relação ao desenvolvimento dos estudos de caso gostaríamos de destacar a predominância de estudos que envolvem mídias digitais a partir de 2007, assim como o fortalecimento, pós-2010, dos estudos que tratam da representação do receptor nos meios de comunicação e da figura da audiência em espaços de participação e colaboração. Observamos tentativas de aproximações teórico-conceituais entre as discussões sobre composição de produto e caracterização da audiência e a reverberação maior de estudos que tratam direta ou indiretamente do conceito de recepção midiática, como é o caso de Castro (2011).

Na unidade de registro "Perspectiva histórica" oito artigos foram totalizados, sendo dois da Alcar, cinco da Intercom e um da SBPJor. Este olhar sobre os textos nos parece especialmente interessante, já que um dos eventos analisados é especializado em história da mídia e, ainda assim, as revisões de literatura apresentadas organizavam-se predominantemente pelo conteúdo e não pelo avanço histórico. Neste evento, é importante destacar, predominam os estudos de caso com apresentação de percursos históricos de sujeitos e/ou meios de comunicação em detrimento deste olhar sobre o desenvolvimento histórico dos conceitos.

Na sub-categoria "suporte contemplado na análise ou revisão" predomina a televisão com 120 artigos, sendo dois na Alcar, oito na Compós, 106 na Intercom e quatro no SBPJor. O rádio é abordado em 30 textos, sendo seis da Alcar, 23 da Intercom e um da SBPJor. Impresso aparece como objeto de 16 artigos, seis da Alcar,

um da Compós, nove da Intercom e quatro do SBPJor. As mídias digitais são exploradas em 19 e os múltiplos suportes em dez artigos. Além disso, destaca-se o número de textos sem referência específica a um suporte, com 158 artigos, sendo quatro da Alcar, 41 da Compós, 98 da Intercom e 15 do SBPJor. Em quase todas as expressões estudadas observamos a predominância de pesquisas de comunicação em detrimento do jornalismo. A exceção é a pesquisa aplicada, que tinha quatro artigos sobre jornalismo e um sobre comunicação em todos os eventos. Outra relativização a ser feita refere-se aos textos da SBPJor, que por motivos óbvios apresentam predominância de estudos de jornalismo em relação à comunicação.

A partir dos resultados da análise de conteúdo realizada propomos aqui uma periodização dos estudos sobre audiência e pesquisa aplicada nos eventos de comunicação brasileiros. A organização se estabelece por quinquênio, a saber: 2000-2004; 2005-2009; 2010-2014. O primeiro quinquênio destaca-se pela predominância de estudos de comunicação em detrimento dos de jornalismo e pelo tratamento da audiência em uma perspectiva isolada da produção. Podemos afirmar que o olhar dos pesquisadores sobre os estudos de recepção era unilateral, sem considerar como este consumo dos meios de comunicação reverbera no produto. Ainda em relação à recepção e audiência, é no segundo quinquênio que se destacam as proposições metodológicas. Acreditamos que este período revela o início de uma preocupação com a relativização do olhar sobre os processos de recepção, buscando construir novos *modus operandi* e propor cruzamentos entre perspectivas teórico-metodológicas. Mas o que observamos como a real inovação nos estudos de recepção e audiência analisados se apresenta no terceiro quinquênio. É neste momento que as pesquisas se revelam como uma via de mão dupla. Enquanto incorporam elementos dos períodos anteriores, como o apuro na elaboração de revisões de literatura e a busca por novas abordagens metodológicas, diferenciam-se ao considerar o processo de consumo de informações e a audiência como elementos centrais na definição e composição do produto comunicacional. É também neste

terceiro quinquênio que se observa a predominância de objetos centrados nas mídias digitais e a interface das discussões de recepção, participação e consumo.

A classificação por quinquênios, especificamente em relação às metodologias de pesquisa adotadas nos estudos analisados, revela um cenário crescente. A pesquisa experimental acabou não sendo contemplada nos dados analisados, já que não aparecia como elemento central dos artigos nas suas palavras-chave. Ainda assim, ressaltamos que dialoga com algumas pesquisas, como a proposição metodológica realizada por Franciscato (2005), que indica a união entre pesquisa descritiva e experimental como uma fórmula possível e eficiente para conduzir uma pesquisa aplicada em jornalismo. Importante destacar também a pesquisa de Josenildo Guerra (2007), que trata de Produção Experimental Monitorada ao propor uma metodologia para pesquisa aplicada em jornalismo. Estes dois artigos são os principais representantes do segundo quinquênio da nossa organização a partir da metodologia. Entre 2000 e 2004 não foram encontradas produções que tratassem de pesquisa aplicada ou experimental, representando um vácuo nos estudos nacionais – pelo menos no que diz respeito aos eventos científicos analisados.

Já entre 2005 e 2009 duas perspectivas de produção foram identificadas: a) a apresentação dos métodos e a defesa de sua aplicabilidade aos estudos de jornalismo e b) a proposição metodológica e os esforços para contribuir para o desenvolvimento da pesquisa aplicada no jornalismo e sua aceitação pela comunidade acadêmica. Já no último quinquênio observamos uma mudança de direção nas produções específicas da área. Predominam nos artigos textos que buscam compreender a relação destes métodos com o jornalismo, principalmente a partir da argumentação do vínculo da comunicação com a grande área das Ciências Sociais Aplicadas e o que isso pode significar para a sua concepção de pesquisa.

Considerações finais

A análise de conteúdo desenvolvida neste estudo nos permitiu compreender

como tem evoluído a relação dos pesquisadores brasileiros com seus objetos e perspectivas teórico-metodológicas no que tange à recepção, audiência, pesquisa aplicada e experimental. Pudemos estabelecer duas propostas de periodização ou de organização da memória destes estudos. Observamos quase uma causalidade entre os estudos desenvolvidos, como se a cada quinquênio novas perspectivas surgissem respondendo a demandas do anterior. Uma estrutura comum à organização acadêmica, pode-se pensar, mas que nem sempre consegue ser construída em subáreas de investigação.

Em relação à audiência, os estudos brasileiros têm uma primeira fase mais tradicional, que isola o consumo da produção; depois busca novos caminhos teórico-metodológicos, propondo interfaces e métodos de análise que acabam por derivar em uma terceira fase, também influenciada pelo cenário das tecnologias, que considera o processo de recepção como agente no processo de produção do conteúdo. Finalizamos a proposição com um olhar mais complexo sobre a recepção, considerando uma audiência mais ativa na construção da mensagem transmitida e inserindo questões como a participação no eixo central do debate.

Já a organização que diz respeito às metodologias de pesquisa aplicada e experimental em jornalismo partem da ausência de abordagem no primeiro quinquênio para um período introdutório, em que se busca ao mesmo tempo conhecer os procedimentos e propor adaptações da metodologia ao jornalismo para o último período em que parece ser necessário dar um passo atrás para ser aceito na comunidade científica. Nesta etapa os estudos pretendem detalhar a pesquisa aplicada, mostrar seu vínculo com o jornalismo e deste com as ciências sociais aplicadas. Parece ser um momento de convencimento e argumentação, em que as pesquisas aplicada e experimental buscam demarcar seu espaço e sua validade na área.

Nossa hipótese principal de que “as pesquisas em comunicação não priorizam metodologias experimentais ou aplicadas” foi comprovada. Consideramos que na

última década iniciou-se um movimento que busca inserir estas metodologias entre os estudos de jornalismo, mas observamos também que estes esforços concentram-se na produção de poucos autores, o que demonstra ainda uma reduzida aceitação desta perspectiva metodológica entre os pares. Talvez este seja o motivo para a mudança de posicionamento dos textos analisados entre o segundo e terceiro quinquênios.

Foi possível comprovar também a segunda hipótese apresentada: “as pesquisas em jornalismo não possuem caráter inovador em relação ao olhar sobre as audiências, com priorização de estudos que replicam fórmulas já existentes em detrimento de olhares propositivos ou de ciência aplicada”. Esta hipótese comprova-se tanto pela predominância de estudos que replicam métodos pré-existentes sem realizar mudanças ou adaptações devido às especificidades do objeto quanto pelo reduzido percentual de textos que efetivamente proponham novos olhares metodológicos para os estudos de audiência. Consideramos aqui a necessidade de relativizar os dados apresentados, já que muitos dos estudos que se identificavam como de proposição metodológica não o faziam efetivamente, mas acabavam por replicar fórmulas anteriores. Além disso, o baixo número de pesquisas aplicadas ou que reverberem o caráter de ciência aplicada do jornalismo, estabelecendo diálogo entre a ciência e os problemas práticos da profissão entre os analisados para este artigo nos ajudam a comprovar nossa hipótese.

Defendemos, assim como Franciscato, Machado e Meditsch, que este diálogo se estabeleça, que o jornalismo ocupe seu espaço como ciência social aplicada e que adote métodos que lhe permitam desenvolver-se como ciência – junto à comunicação ou em paralelo a ela. Acreditamos que é fundamental que, mesmo que a afiliação teórica dialogue também com outras áreas, não deve restringir-se a isso, mas complementar esse olhar buscando construir sua identidade, um passo de cada vez.

Referências

ARAÚJO, Elyenay. Etnografia da Recepção: que contribuição esse recurso metodológico pode dar aos estudos sobre a recepção? **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Curitiba, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1979.

BRAGA, Adriana; GASTALDO, Édison. O Legado de Chicago e os estudos de recepção, usos e consumos midiáticos. **Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Anais... 2009.

CABRERA GONZÁLEZ, Maria Angeles. La metodología experimental en el estudio del tratamiento visual del la información periodística. **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. São Bernardo do Campo, 2008.

CASTRO, Paulo César. Jornalismo participativo e midiaticização da recepção: A domesticação dos leitores na seção "Eu-repórter" do Globo Online. **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Rio de Janeiro, 2011.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção dos anos 90. **Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Anais... 2003.

FIGARO, Roseli. O desafio metodológico nas pesquisas de recepção. **XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Porto Alegre, 2004.

FRANCISCATO, Carlos. Considerações metodológicas sobre a pesquisa aplicada em jornalismo. **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Porto Alegre, 2006.

_____. Jornalismo e inovação: aproximações conceituais entre academia e setor produtivo. **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. São Bernardo do Campo, 2008.

_____. O modelo de desenvolvimento tecnológico no UOL Bolsa Pesquisa e seu potencial para pensar a pesquisa aplicada em jornalismo. **9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Rio de Janeiro, 2011.

FREIRE, Marcelo. Análise de Recepção em reportagens webjornalísticas: abordagens metodológicas. **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Aracaju, 2007.

GUERRA, Josenildo. Monitoramento de Cobertura e Produção Experimental Monitorada: pesquisa aplicada voltada para a qualificação de produtos e processos jornalísticos. **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Aracaju, 2007.

HERSCOVITZ, Heloisa G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. (Orgs.). **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 123-142.

LAMBLE, Stephen. Documenting the methodology of journalism. **Australian Journalism Review**. Vol 26, Num 01, 2004. p. 85-106.

LOPES, Maria Immacolata V. Uma agenda metodológica para a recepção transmidiática da ficção televisiva. **Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Anais... 2011.

MACHADO, Elias. Metodologias de Pesquisa em Jornalismo: uma revisão histórica e perspectivas para a produção de manuais de orientação. **Brazilian Journalism Research**. Vol 06, Num 01, 2010.

_____. Pesquisa aplicada ao desenvolvimento. **Observatório da imprensa**. Edição 324, 11 de abril de 2005.

_____; SANT'ANA, Jéssica. Limitações metodológicas na pesquisa em Jornalismo: Um estudo dos trabalhos apresentados no GT de Jornalismo da COMPÓS (2000-2010). **Revista Pauta Geral: Estudos de Jornalismo**. Vol 1, num 01, 2014. p. 29-45.

_____; _____. Limitações metodológicas na pesquisa em Jornalismo: Um estudo dos trabalhos apresentados no GT de Jornalismo da (COMPÓS, 2000-2005). **10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Curitiba, 2012.

_____; ROSA, Tainara Silva. Metodologias de Pesquisa Aplicadas ao Jornalismo: Um estudo dos manuais de referência (1970-2007). **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Foz do Iguaçu, 2014.

MARCONI, Marina; LAKATOS, Eva. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. A Compreensão da mensagem no radiojornalismo: uma abordagem cognitiva. **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Belo Horizonte, 2003.

_____. **Pedagogia e Pesquisa para o Jornalismo que está por vir**. Florianópolis: Insular, 2012.

PAULINO, Roseli Figaro. Estudo de Recepção e Ergologia: novos desafios teórico-metodológicos. **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Brasília, 2006.

QUADROS, Mirian. R. de; ASSMANN, Gabriela; LOPEZ, Debora. C. A análise de conteúdo nas pesquisas em comunicação: aplicações e derivações. In BARICHELLO, Eugenia; RUBLESCKI, Anelise (Orgs). **Pesquisa em comunicação**: olhares e abordagens. Facos/UFSM: Santa Maria, 2014.

SCHRAMM, Luanda. Comunidades interpretativas e estudos de recepção: Das utilidades e inconveniências de um conceito. **Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Anais... 2005.

TEIXEIRA, Tattiana. Metodologias de Pesquisa sobre Infografia no Jornalismo Digital – uma análise preliminar. **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Aracaju, 2007.

Acesse esse e outros artigos da **Revista Observatório** em:

