

33

EPISTEMOLOGIA E METODOLOGIAS EM COMUNICAÇÃO
EPISTEMOLOGY AND METHODOLOGIES IN COMMUNICATION

Editoras | *Editors*
Sandra Marinho e Miguel Vicente Mariño

Diretor | *Journal Editor*
Moisés de Lemos Martins

CECS
centro de estudos de comunicação e sociedade
PUBLICAÇÃO



COMUNICAÇÃO
E SOCIEDADE

33

EPISTEMOLOGIA E METODOLOGIAS EM COMUNICAÇÃO

EPISTEMOLOGY AND METHODOLOGIES IN COMMUNICATION

Editoras | *Editors*
Sandra Marinho e Miguel Vicente Mariño

Diretor | *Journal Editor*
Moisés de Lemos Martins

CECS
centro de estudos de comunicação e sociedade
PUBLICAÇÃO

COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE Nº 33 | 2018 WWW.REVISTACOMSOC.PT

Título | ***Title*:** Epistemologia e metodologias em comunicação | *Epistemology and methodologies in communication*

Diretor | ***Journal Editor*:** Moisés de Lemos Martins

Diretor Adjunto | ***Associate Editor*:** Manuel Pinto

Editores Temáticos | ***Volume Editors* n.º 33 – junho 2018** | ***June* 2018:** Sandra Marinho & Miguel Vicente Mariño

Conselho Editorial | ***Editorial Board***
Alain Kiyindou (*Universidade de Bordéus 3*), Ana Cláudia Mei Oliveira (*Pontifícia Universidade Católica de São Paulo*), Anabela Carvalho (*Universidade do Minho*), Annabelle Sreberny (*London Middle East Institute*), Barbie Zelizer (*Universidade da Pensilvânia*), Cláudia Álvares (*Universidade Lusófona de Lisboa*), David Buckingham (*Universidade de Loughborough*), Cláudia Padovani (*Universidade de Pádua*), Divina Frau-Meigs (*Universidade de Paris III - Sorbonne*), Fabio La Rocca (*Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien - Sorbonne*), Felisbela Lopes (*Universidade do Minho*), Fernanda Ribeiro (*Universidade do Porto*), Filipa Subtil (*Escola Superior de Comunicação Social, do IPL*), Gustavo Cardoso (*ISCTE-IUL*), Hannu Nieminen (*Universidade de Helsínquia*), Helena Sousa (*Universidade do Minho*), Immacolta Lopes (*Universidade de São Paulo*), Isabel Ferin (*Universidade de Coimbra*), Ismar Oliveira Soares (*Universidade de São Paulo*), Janet Wasco (*Universidade de Oregon*), José Manuel Pérez Tornero (*Universidade Autónoma de Barcelona*), Lídia Oliveira (*Universidade de Aveiro*), Madalena Oliveira (*Universidade do Minho*), Maria Michalis (*University of Westeminster*), Maria Teresa Cruz (*Universidade Nova de Lisboa*), Muniz Sodré (*Universidade Federal do Rio de Janeiro*), Nélia del Bianco (*Universidade de Brasília*), Nelson Zagalo (*Universidade do Minho*), Paulo Serra (*Universidade da Beira Interior*), Raúl Fuentes Navarro (*Instituto Tenológico y de Estudios Superiores de Occidente, Gualadajara*), Rosa Cabecinhas (*Universidade do Minho*), Sara Pereira (*Universidade do Minho*), Sonia Livingstone (*London School of Economics*), Teresa Ruão (*Universidade do Minho*), Tristan Mattelard (*Universidade de Vincennes - Paris VIII*), Vera França (*Universidade Federal de Minas Gerais*), Vicenzo Susca (*Universidade Paul Valéry - Montpellier III*), Xosé López García (*Universidade de Santiago de Compostela*), Zara Pinto-Coelho (*Universidade do Minho*).

Conselho Consultivo | ***Advisory Board***
Aníbal Alves (*Universidade do Minho*), António Fidalgo (*Universidade da Beira Interior*), José Bragança de Miranda (Universidade Nova de Lisboa), Margarita Ledo (*Universidade de Santiago de Compostela*), Michel Maffesoli (*Universidade Paris Descartes - Sorbonne*), Miquel de Moragas (*Universidade Autónoma de Barcelona*), Murilo César Ramos (*Universidade de Brasília*).

Diretor Gráfico e Edição Digital | ***Graphic Director and Digital Editing*:** Pedro Portela

Assistente Editorial | ***Editorial Assistant*:** Zara Pinto-Coelho

Assistente de Formatação Gráfica | ***Graphic Assistant*:** Ricardina Magalhães

Indexadores | ***Indexers and Catalogues:*** SCOPUS | SciELO | ERIH PLUS | Qualis Capes (B1) | MIAR (ICDS 9.7) | Latindex | Academia Search Premier | BASE | CEDAL | DOAJ | Journal TOCs | MLA | RevisCOM | PlatCom | Open Media Scholarship | COPAC | ZDB | SUDOC | OAIster | RepositoriUM | EZ | RCAAP

URL: www.revistacomsoc.pt // **imagem da capa** | ***cover image*:** Alain Phame

Edição: *Comunicação e Sociedade* é editada semestralmente (2 números/ano ou 1 número duplo) pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), Universidade do Minho, em formato bilingue (português e inglês). Os autores que desejem publicar artigos ou recensões devem consultar o URL da página indicado acima.
The journal *Comunicação e Sociedade* is published twice a year and is bilingual (Portuguese and English). Authors who wish to submit articles for publication should go to URL above.

Redação e Administração | ***Address*:**
CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Universidade do Minho, Campus de Gualtar
4710-057 Braga – Portugal

Telefone | ***Phone*:** (+351) 253 601751 // **Fax:** (+351) 253 604697 // **Email:** cecs@ics.uminho.pt // **Web:** www.cecs.uminho.pt

ISSN: 1645-2089 // **e-ISSN**: 2183-3575
Depósito legal | ***Legal deposit*:** 166740/01

Cofinanciado por:

Financiado pelo COMPETE: POCI-01-0145-FEDER-007560 e FCT - Fundação para a Ciência e Tecnologia, no âmbito do projeto: UID/CCI/00736/2013.
Supported by COMPETE: POCI-01-0145-FEDER-007560 and FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia within the Project Scope: UID/CCI/00736/2013.

Sumário | Contents

Uma paisagem da Epistemologia e Metodologia em Comunicação 7
Sandra Marinho & Miguel Vicente Mariño

A landscape of Communication Methodologies and Epistemology 15
Sandra Marinho & Miguel Vicente Mariño

Artigos temáticos | Articles 23

Apontamentos para epistemologia e métodos na pesquisa em Comunicação no Brasil 25
Cicilia M. Krohling Peruzzo

Notes on Communication research epistemology and methods 41
Cicilia M. Krohling Peruzzo

Cartografias da pesquisa-ação: em busca de deslocamentos da epistemologia do Sul 57
Lumárya Souza de Sousa & Thaiane Oliveira

Cartographies of action research: searching for displacements of the epistemology of the South 83
Lumárya Souza de Sousa & Thaiane Oliveira

1989, o ano que não terminou: epistemologia e metodologia da pesquisa em Comunicação e Política no Brasil 107
Francisco Paulo Jamil Marques & Edna Miola

1989, the year that never ended: epistemology and methodology of the research in Political Communication in Brazil 129
Francisco Paulo Jamil Marques & Edna Miola

Epistemologia, métodos e teorias da comunicação na era do *Big Data*: panorama crítico da pesquisa em mídias sociais 151
Ana Thereza Nogueira Soares

Epistemology, methods and theories of communication in the Big Data Era: a critical panorama of social media research 167
Ana Thereza Nogueira Soares

Potencialidades e limitações da metodologia de análise de rede: um modelo teórico voltado para as Ciências Sociais 183
Francisco Conrado Filho & Luís António Santos

Potentialities and limitations of network analysis methodologies: a theoretical model focused on the Social Sciences 199
Francisco Conrado Filho & Luís António Santos

Epistemologia e metodologia do turismo cultural urbano: o caso da Sociologia Artística das culturas móveis e da comunicação turística em redes sociais urbanas 215
Pedro de Andrade

Epistemology and methodology of urban cultural tourism: the case of the artistic sociology of mobile cultures and tourism communication in urban social networks 243
Pedro de Andrade

Mudanças metodológicas e desafios na medição da liberdade de informação. Uma análise dos índices Repórteres Sem Fronteiras e Freedom House 271
Ruth de Frutos & Diego Giannone

Methodological changes and challenges in the measurement of freedom of information. An analysis of the Reporters Without Borders and Freedom House indexes 291
Ruth de Frutos & Diego Giannone

Proposta metodológica para avaliação de aplicativos jornalísticos baseados em *cards* 311
Rita de Cássia Romeiro Paulino & Marina Lisboa Empinotti

Methodological proposal for the evaluation of journalistic applications based on cards 329
Rita de Cássia Romeiro Paulino & Marina Lisboa Empinotti

Da sala à praça: motivação, mediação e Vigotsky para entender o comportamento 347
Cláudio Márcio Magalhães

From the room to the square: motivation, mediation and Vigotsky to understand the behavior 369
Cláudio Márcio Magalhães

Pesquisando *co-viewing* em redes sociais e aplicativos de mensagem instantânea: ética e desafios 391
Fernanda Pires de Sá

Researching co-viewing on social media and instant messaging applications: ethics and challenges 409
Fernanda Pires de Sá

Leituras | Book reviews 425

Eiroa, M. & Barranquero, A. (2017) *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Madrid: Editorial Síntesis. 427
Eduardo Francisco Rodríguez Gómez

Eiroa, M. & Barranquero, A. (2017) *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Madrid: Editorial Síntesis. 431
Eduardo Francisco Rodríguez Gómez

Antoine, F. (Ed.) (2016). *Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique*. Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur. 435
Madalena Oliveira

Antoine, F. (Ed.) (2016). *Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique*. Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur. 441
Madalena Oliveira

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 7 – 14
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2903

Uma paisagem da Epistemologia e Metodologia em Comunicação

Sandra Marinho & Miguel Vicente Mariño

Ao longo do século XX, a investigação em Comunicação consolidou progressivamente a sua presença e relevância no seio das Ciências Sociais. As transformações tecnológicas e sociais, contínuas e aceleradas, vivenciadas desde a chegada da sociedade em rede (Castells, 2000) estabeleceram a Comunicação como uma das principais áreas emergentes da investigação científica em todo o mundo. Enraizada num território interdisciplinar e combinando várias Ciências Sociais – como a Sociologia, a Psicologia ou a Ciência Política – com as Humanidades, a Comunicação tem provado ser um domínio de investigação indispensável e um novo e atrativo campo profissional e académico. Desde os seus passos iniciais, ainda hesitantes, – ao explorar os efeitos sociais da comunicação de massa – até uma investigação teoricamente robusta e empiricamente orientada, a investigação em Comunicação tem percorrido um longo caminho e enfrenta agora novos desafios teóricos e práticos, para que possa servir como uma referência basilar e sólida para compreender as sociedades contemporâneas (Norderstreng, 2004).

Ao longo dos anos 90, houve uma expansão dos cursos de Média e Comunicação oferecidos por instituições de ensino superior em todo o mundo, uma tendência ainda visível no século XXI, o que comprova a procura social e profissional por especialização neste campo. O número de estudantes não tem diminuído e esta procura estável – se não crescente – tem impulsionado uma evolução paralela em todas as atividades de investigação relacionadas com a área. O desenvolvimento de competências profissionais e intelectuais exigiu uma evolução em sincronia, no que toca à consolidação do estatuto científico desta disciplina, em termos nacionais e internacionais. Reconhecimento institucional e visibilidade têm sido as duas faces de uma luta contínua nesta área emergente, que pretende atingir um estatuto semelhante ao de disciplinas próximas e, assim, permitir que a investigação em Comunicação interaja e dialogue com essas áreas de uma forma equilibrada, baseada em reconhecimento mútuo e cooperação intelectual. A luta científica por recursos que são escassos, tais como financiamento, presença institucional e reconhecimento público, ainda é uma realidade e tem servido de pano de fundo para os esforços da Investigação em Comunicação no sentido de ser percebida como uma área autónoma e específica da produção de conhecimento científico (Craig, 2008).

Para atingir este estatuto e este prestígio social, a investigação em Comunicação não pode abster-se de uma discussão aberta acerca dos seus fundamentos epistemológicos e metodológicos (Craig, 1999). O facto de lidar com um cenário de evolução tecnológica acelerada como um dos seus principais tópicos de estudo não deverá implicar resultados de investigação pouco fundamentados, se se pretende que esta estrutura

científica se torne num ponto de vista sólido para compreender as transformações sociais da atualidade.

Este número da *Comunicação e Sociedade* é sustentado por este posicionamento intelectual e reúne um conjunto relevante de artigos que exploram diversos aspetos centrais indispensáveis para se conduzir estudos bem fundamentados. Aprofundarmos a nossa relação, como académicos da área dos Média e da Comunicação, com a forma como planeamos e aplicamos a investigação que desenvolvemos é essencial para fortalecer a posição institucional do nosso campo. As condições sociais de produção de conhecimento tornaram-se num objeto de pesquisa atrativo, reivindicando a necessidade de reflexão epistemológica sobre a investigação com um enfoque mais amplo nos fenómenos sociais: metas de curto prazo devem ser complementadas com uma análise mais aprofundada sobre o que, por que e como selecionamos e abordamos tópicos, questões e hipóteses de investigação. Pesquisar num domínio tecnologicamente avançado não pode implicar deixar para trás algumas das principais e mais amplas questões filosóficas sobre o nosso papel como cientistas sociais e intelectuais. Consequentemente, continua a ser necessário reclamar a necessidade de abordagens relevantes do ponto de vista da Epistemologia e das Metodologias, como uma forma de nos abstrairmos das rotinas das nossas práticas científicas e das exigências institucionais, que afetam as vidas diárias da maioria dos académicos no mundo.

Artigos epistemológicos e metodológicos confrontam-nos com desafios que vão para lá das decisões práticas e imediatas, obrigando-nos ao mesmo tempo a dar um passo atrás para observar as nossas opções com mais tempo, de maneira a sermos capazes de as avaliar criticamente. Este momento de reflexão permitirá aos investigadores compreender a relevância das suas soluções específicas, ampliando perspetivas analíticas e explorando aspetos relevantes da sua pesquisa, que, normalmente, ficam de fora do enquadramento dominante, orientado para decisões de curto prazo. Um olhar breve pelo conteúdo deste número demonstra que não podemos associar estes contributos metodológicos e epistemológicos apenas a tópicos de investigação menos recentes, visto que estas questões clássicas aplicam-se às inovações atualmente desenvolvidas nas sociedades modernas. Explorar a forma como a investigação é conduzida no contexto global do *Big Data* ou nos espaços omnipresentes das redes sociais *online* são apenas duas indicações da necessidade de construir as condições indispensáveis para manter o diálogo entre questões de curto e longo prazo acerca da forma como a nossa investigação é conduzida (Hutchinson, 2016).

A evolução tecnológica em curso no setor dos média e da comunicação também está a afetar os desenhos de investigação e as práticas neste campo. O nosso conjunto de ferramentas analíticas pode ainda incluir algumas das questões e abordagens teóricas clássicas, mas a transformação digital e a mudança computacional que tem sido vivida desde, pelo menos, a transição para o século XXI está obviamente a redefinir o nosso papel e hábitos em termos de investigação científica. Ensinar na área dos Estudos dos Média e das Metodologias de Investigação em Comunicação requer que nos mantenhamos a par destas inovações, mas de forma equilibrada, que não descure as

questões centrais clássicas e ainda relevantes acerca do papel desempenhado pela comunicação em vários tipos de dinâmicas sociais. Como poderá ser alcançado, e, se possível, potenciado, este equilíbrio? Este é um dos principais desafios com que se depara a investigação em Comunicação, enquanto campo científico e/ou disciplina: avançar, com uma confiança intelectual crescente e resultados empíricos, por um caminho cheio de novos estímulos externos que desafiam as nossas principais questões de investigação, em termos de como e por que motivo tentamos resolvê-las. É, por isso, essencial manter uma abordagem crítica ao explorar ambientes digitais, por forma a assegurar o nosso papel como cientistas sociais e cidadãos dedicados. Se este número da *Comunicação e Sociedade* nos ajudar a aproximar-nos de algumas das respostas a essas questões, então o esforço de criar um conjunto coerente de artigos interessantes terá valido a pena.

É possível perceber, a partir das reflexões que constituem este número da *Comunicação e Sociedade*, que o campo das Metodologias é, cada vez mais, encarado como um espaço de diálogo, e por vezes de tensão, entre os diversos paradigmas (ou abordagens) de investigação e teorias da comunicação. Quando consideramos o vasto campo que articulam, constituído pela Epistemologia e Filosofia da Ciência, pela Ética e pela vertente mais operativa dos métodos e das técnicas, temos um espaço amplo de debate acerca dos seus usos e potencialidades, mas também dos desafios que todas estas dimensões colocam a quem investiga em Comunicação.

O reconhecimento da importância das Metodologias de Investigação ocorre também no âmbito do ensino da Comunicação, através da integração de unidades curriculares desta natureza nos planos de estudos, uma realidade que, todavia, poderá variar consoante os contextos. No caso de Portugal e Espanha, por exemplo, é possível perceber-se uma redução do peso das Ciências Sociais e Humanas nos *curricula* dos cursos de Comunicação e Jornalismo, o que acarreta, necessariamente, um decréscimo da presença das Metodologias (Sanchéz-García & Marinho, 2015).

Quando este reconhecimento ocorre, a existência de conteúdos dedicados à Metodologia e as próprias abordagens que estes conteúdos favorecem são testemunho, muitas vezes, da orientação epistemológica que preside à criação dos planos de estudo dos cursos e da forma como se enquadram no campo das Ciências Sociais e Humanas. Neste número da revista *Comunicação e Sociedade*, procurou-se abrir espaço a ambas as realidades – a do ensino e a da investigação – e à diversidade de posicionamentos epistemológicos que caracterizam o campo.

Um outro indicador do relevo atribuído às Metodologias passa pela sua representatividade entre as revistas científicas. Sem termos qualquer pretensão de exaustividade na sua identificação, é possível encontrar diversas publicações centradas nos "métodos quantitativos" e "métodos qualitativos", no tema da "ética em investigação" e em torno da "epistemologia", "filosofia da ciência" ou de métodos específicos, como é o caso da *Action Research Journal*, dedicada à "investigação-ação". O número reduz-se drasticamente, se nos centrarmos no campo da Comunicação. Aqui, destacamos a *Communication, Methods and Measures* ou, de âmbito mais restrito, a *Journal of Information Communication and Ethics in Society*. Se estendermos o raciocínio às associações

científicas, mantém-se o panorama de uma atenção reduzida à Metodologia de Investigação: a IAMCR (International Association for Media and Communication Research) não tem qualquer secção dedicada ao tema; o que a ICA (International Communication Association) tem de mais próximo é uma divisão de "Philosophy, theory and critique" e um "interest group" de "Computational Methods"; na mesma linha, a ECREA (European Communication Research and Education Association) tem uma secção de "Philosophy of Communication" e destaca-se aqui a AEJMC (Association for the Education in Journalism and Mass Communication), com uma divisão de "Communication Theory and Methodology". No contexto lusófono e ibero-americano parece haver uma maior preocupação com estas questões: a ALAIC (Associação LatinoAmericana de Investigadores em Comunicação) tem um grupo de trabalho dedicado à "Teoria e Metodologia da Investigação em Comunicação"; a Assibercom (Associação Ibero-americana de Comunicação) dedica uma divisão temática à "Epistemologia, Teoria e Metodologia da Investigação"; e a Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) tem um grupo de pesquisa em "Teorias da Comunicação", com enfoque epistemológico/metodológico. No congresso de 2017, a Agacom (Asociácion Galega de Investigadores e Investigadoras en Comunicación) incluiu no programa uma mesa temática de "Teorías, métodos e técnicas de investigación da comunicación e da recepción" e, em 2016, no congresso da Lusocom (Federação Lusófona de Ciências da Comunicação) houve um grupo de trabalho sobre "Epistemologia da Comunicação" (o que já não se vê no programa do congresso de 2018). Já a Sopcom (Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação) não tem qualquer grupo de trabalho dedicado à Epistemologia e Metodologia da Comunicação.

Anotamos ainda a preocupação que se tem registado em olhar para as Metodologias de Investigação de um outro ponto de vista: procurando aferir que abordagens, metodologias, métodos e técnicas são mais utilizados por quem publica na área das Ciências da Comunicação. Apenas a título de exemplo, podemos citar o trabalho de Trumbo (2004), que avaliou as edições de oito das mais relevantes revistas internacionais na área, entre 1990 e 2000, mas existem outras publicações similares, algumas delas pioneiras neste esforço de meta-análise do campo (Brashers & Jackson, 1999; Cooper, Potter & Dupagne, 1994; Emmers-Sommer & Allen, 1999; Kamhawi & Weaver, 2003; Lowry, 1979; Perloff, 1976; Riffe & Freitag, 1997; Schramm, 1957; Weaver, 1988; Weaver, 1993; Wimmer & Haynes, 1978 citados por Trumbo, 2004).

É neste contexto, o de um caminho ainda a fazer para aumentar a representatividade das Metodologias de Investigação em Comunicação, que trazemos à luz esta edição da *Comunicação e Sociedade*, com o intuito de dar um pequeno contributo para este debate tão necessário, esperando que possa tornar-se mais frequente. Passamos, então, a apresentar esta edição.

O número abre com um texto ensaístico, em que Cicilia Peruzzo, servindo-se a sua experiência como investigadora na área, com especial interesse no campo das metodologias, traça um panorama crítico dos usos e desenvolvimento da Epistemologia e Metodologia na investigação em Ciências da Comunicação no Brasil. Segue-se um artigo

em que Lumárya Souza de Sousa e Thaiane Oliveira fundamentam a possibilidade de a investigação-ação se poder constituir como o eixo agregador de uma epistemologia do Sul, a partir de uma cartografia sobre o uso deste método, também no contexto brasileiro. Abrimos, por isso, este volume com dois textos de nível macro, que discutem paradigmas de investigação e questões epistemológicas transversais da pesquisa em Comunicação.

Continuamos com quatro textos que abordam as Metodologias de Investigação, mas já centradas em campos específicos dos estudos em Comunicação, a um nível meso. Francisco Paulo Jamil Marques e Edna Miola analisam a produção científica na área da Comunicação e Política, no Brasil, para identificarem os seus progressos e obstáculos epistemológicos e metodológicos mais relevantes e avançam algumas propostas para ultrapassar esses entraves. Seguimos com dois artigos sobre *Big Data* e análise de rede, ambos com perspetivas críticas em relação às abordagens metodológicas que poderão/deverão ser adotadas nestas áreas. Ana Thereza Nogueira Soares fundamenta um posicionamento crítico acerca das implicações epistemológicas, metodológicas e teóricas das investigações com *Big Data* (em particular as que recorrem a dados dos média sociais) para o campo científico da comunicação, com especial enfoque na necessidade de valorizar o domínio teórico nesta área. Também Francisco Conrado Filho e Luís António Santos evidenciam a importância das perspetivas teóricas e conceptuais para a Análise de Redes Sociais (ARS) e, para isso, conduzem-nos pelas diversas abordagens que podem ser adotadas, passando pelas suas mais-valias e riscos. Este é, pois, um artigo que se reveste de uma natureza também pedagógica, já que poderá funcionar como uma leitura introdutória para quem esteja a iniciar um percurso na ARS. Fechamos este nível meso com um contributo de natureza ensaística de Pedro de Andrade sobre o Turismo Cultural Urbano, em que o autor faz um percurso pelas principais abordagens metodológicas tidas por referência no campo da Sociologia Artística para defender uma nova abordagem, assente nos conceitos de "hibridação" e "culturas móveis".

Os dois artigos que se seguem centram-se na discussão de procedimentos específicos, já discussões de nível micro no contexto de abordagem às Metodologias de Investigação que aqui adotamos. Ruth de Frutos e Diego Giannone preocupam-se em avaliar os desafios metodológicos colocados pelos dois indicadores mais importantes para medir a liberdade de imprensa no mundo – Freedom House e Repórteres Sem Fronteiras –, para mostrar em que medida esses instrumentos apresentam deficiências, nomeadamente a ausência de mecanismos de proteção dos jornalistas como variável. O contributo de Rita de Cássia Romeiro Paulino e Marina Lisboa Empinotti consiste na fundamentação teórico-metodológica do processo de construção de um modelo para avaliar a produção de conteúdos jornalísticos (notícias) para dispositivos móveis (*smartphones*), usando uma interface do tipo "cartão".

O autor Cláudio Márcio Magalhães traz-nos o único artigo deste número *da Comunicação e Sociedade* eminentemente centrado no ensino. Não se trata do ensino propriamente dito de Metodologias de Investigação, mas antes do desenvolvimento de uma estratégica pedagógica (com recurso a técnicas de investigação) para ensinar um conceito

teórico (neste caso, a motivação), no âmbito de uma disciplina da área da Comunicação (mais especificamente da área da Publicidade e Propaganda).

A secção de artigos fecha com um contributo centrado na Ética, uma área primordial e transversal para as Metodologias de Investigação. Fernanda Pires de Sá discute as inquietações e desafios éticos que se colocam ao longo de um percurso de investigação (neste caso, sobre a covisualização de uma telenovela), para evidenciar que as decisões sobre questões éticas devem ser ponderadas não só no início de uma investigação, mas também ao longo de cada etapa do processo, num processo contínuo de ajustamento.

O volume termina com duas leituras, uma, da autoria de Eduardo Francisco Rodríguez Gómez, sobre um livro de Metodologias de Investigação em Comunicação, um manual de síntese e mapeamento do campo, que procura fazer a ponte entre os Métodos de Investigação e as Teorias da Comunicação; e a outra, da autoria de Madalena Oliveira, sobre um livro especificamente dedicado a tratar perspetivas (trata-se de uma obra coletiva) de análise da rádio. Se a primeira obra procura constituir-se como uma abordagem diferente numa área em que há já uma consistente produção (a dos manuais de Metodologia de Investigação), a segunda resulta num contributo para uma área em que a produção é escassa, quase inexistente.

Em 2007, no primeiro número da revista *Communication, Methods and Measures*, afirmava-se a "necessidade clara e defensável" (Roskos-Ewoldsen, Aakhus, Hayes, Heider & Levine, 2007, p. 2) de uma publicação exclusivamente dedicada à Metodologia na área da Comunicação, uma ideia refirmada dez anos depois, na mesma revista, em jeito de balanço (Matthes, Niederdeppe & Shen, 2016). Por partilharmos esta perspetiva – a de que é crucial fomentar o debate em torno das Metodologias de Investigação no campo das Ciências da Comunicação – entendemos relevante a edição deste número da *Comunicação e Sociedade*. Não porque a temática tenha estado ausente das páginas da revista – tal como os restantes periódicos científicos internacionais, publica artigos centrados nas questões metodológicas (Costa, 2000; Damásio, Henriques & Mackart, 2012; F. Lopes, 2000; M. I. V. Lopes, 2009) –, mas porque consideramos que esta importância não deverá ser apenas episódica.

Referências bibliográficas

Castells, M. (2000). *The rise of the network society. The information age: economy, society and culture*. Hoboken, Nova Jersy: John Wiley & Sons

Costa, M. S. (2000). As ciências da comunicação: consolidação académica e desafios interdisciplinares. *Comunicação e Sociedade*, *2*, 71-76. doi: 10.17231/comsoc.2(2000).1383

Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, *9*(2), 119-161. doi: 10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x

Craig, R. T. (2008). Communication in the conversation of disciplines. *Russian Journal of Communication*, *1*(1), 7-23. doi: 10.1080/19409419.2008.10756694

Damásio, M. J., Henriques, S. & Mackert, M. (2012). Saúde electrónica e literacia em saúde: uma revisão da metodologia de pesquisa. *Comunicação e Sociedade* (Vol. Especial), 171-183. doi: 10.17231/comsoc.23(2012).1362

Hutchinson, J. (2016). An introduction to digital media research methods: how to research and the implications of new media data. *Communication Research and Practice*, *2*(1), 1-6. doi: 10.1080/22041451.2016.1155307

Lopes, F. (2009). Estudos televisivos: perspectivas diacrónicas. *Comunicação e Sociedade*, *15*, 7-27. doi: 10.17231/comsoc.15(2009).1042

Lopes, M. I. V. (2000). Metodologia para o estudo de recepção de telenovelas no Brasil. *Comunicação e Sociedade*, *2*, 93-112. doi: 10.17231/comsoc.2(2000).1386

Matthes, J., Niederdeppe, J. & Shen, F. C. (2016). Reflections on the need for a journal devoted to communication research methodologies: ten years later. *Communication Methods and Measures*, *10*(1), 1-3. doi: 10.1080/19312458.2016.1136514

Norderstreng, K. (2004). Ferment in the field: notes on the evolution of communication studies and their disciplinary nature. *Javnost – The Public*, *10*(3), 5-18. doi: 10.1080/13183222.2004.11008856

Roskos-Ewoldsen, D., Aakhus, M., Hayes, A. F., Heider, D. & Levine, T. (2007). It's about time: the need for a journal devoted to communication research methodologies. *Communication Methods and Measures*, *1*(1), 1-5. doi: 10.1080/19312450709336657

Sanchéz- García, P. & Marinho, S. (2015). La enseñanza universitaria encaminada a la especialización y al recorte de Humanidades: estudio de caso de la titulación de Periodismo en España y Portugal. *RIESED – Revista Internacional de Estudios sobre Sistemas Educativos*, *4*, 17-36. Retirado de http://www.riesed.org/index.php/RIESED/article/view/69

Trumbo, C. (2004). Research methods in mass communication research: a census of eight journals 1990-2000. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, *81*(2), 417- 436. doi: 10.1177/107769900408100212

Notas biográficas

Sandra Marinho é doutorada em Ciências da Comunicação, na área de Estudos de Jornalismo, pela Universidade do Minho. É Professora Auxiliar nesta Universidade, onde ensina nas áreas de Metodologias de Investigação e Jornalismo.

Desenvolve investigação no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) sobre a qualidade do jornalismo e do ensino do jornalismo e sobre jornalismo de saúde. Tem diversas publicações nestas áreas, em periódicos nacionais e internacionais.

E-mail: marinho@ics.uminho.pt
Morada: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Campus de Gualtar
4710-057 Braga, Portugal

Miguel Vicente Mariño é Professor e Diretor do Departamento de Sociologia e Trabalho Social da Universidade de Valladolid, na Faculdade de Ciências Sociais, Jurídicas e de Comunicação. Doutor em Comunicação Audiovisual, Bacharel em Sociologia e Bacharel em Jornalismo, é membro do Comité Executivo da ECREA (European

Communication Research and Education Association), subdiretor da seção de Audiências da IAMCR (International Association for Media and Communication Research) e do Grupo de Trabalho sobre História da Pesquisa em Comunicação da AE-IC (Associação Espanhola de Pesquisa em Comunicação). As suas linhas de investigação são o estudo dos média e das audiências, a comunicação ambiental, os processos de formação da opinião pública nas sociedades atuais e os métodos de pesquisa aplicados ao estudo da comunicação.

E-mail: miguelvm@soc.uva.es
Morada: Universidad de Valladolid – Campus de Segovia
Plaza de la Universidad, 1. 40005 Segovia

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2017, pp. 15 – 21
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2904

A landscape of Communication Methodologies and Epistemology

Sandra Marinho & Miguel Vicente Mariño

Communication research progressively consolidated its presence and relevance within the Social Sciences over the course of the 20th century. The continuous and accelerated social and technological transformations experienced since the arrival of the network society (Castells, 2000) have established Communication as one of the key emerging areas of scientific inquiry worldwide. Rooted in interdisciplinary grounds and combining various Social Sciences – such as Sociology, Psychology or Political Science – and the Humanities, Communication has proven to be a necessary research topic and an appealing new professional and academic discipline. From its initial tentative footsteps – exploring the social effects of mass media communication – to a well-grounded empirically-oriented research, Communication research has come a long way, and now faces new theoretical and practical challenges to serve as a basic and solid reference to understand contemporary societies (Norderstreng, 2004).

During the 1990s there was an expansion of Media and Communication programmes taught by higher education institutions around the world and this continues to be a visible trend in the 21st century, proving the social and professional demand for specialisation in this field. The number of students has remained buoyant during recent enrolment periods and this stable – if not growing – demand, has fostered parallel evolution in all related research activities. Developing professional and intellectual skills has required synchronised evolution in terms of consolidating the discipline's scientific status, at home and abroad. Institutional recognition and visibility is an ongoing struggle for this emerging field, which aims to achieve a similar status to neighbouring disciplines, and thereby enable Communication research to interact and converse in balanced interaction with other disciplines, based on mutual recognition and intellectual cooperation. The scientific struggle for scarce resources, such as research funding and institutional presence and public recognition, still exists and underpins the efforts made by Communication research to be perceived as an autonomous and specific area of production of scientific knowledge (Craig, 2008).

In order to achieve this intellectual status and social prestige, Communication research cannot forego an open discussion of its methodological and epistemological foundations (Craig, 1999). Dealing with accelerated technological innovation as one of its main topics of study should not engender weakly-grounded research outputs, if this scientific edifice is to become a solid standing point for understanding current social transformations.

This issue of *Comunicação e Sociedade* is underpinned by this intellectual position and offers a relevant collection of articles that explore several core aspects required to conduct well-founded studies. Furthering our relationship as Media and Communication scholars with the way that we design and apply our research is essential to strengthen our field's institutional position. The social conditions of knowledge production have turned into an appealing object of enquiry, claiming the need for epistemological reflection regarding research with a broader focus on social phenomena: short-term targets must be complemented by more in-depth analysis about what, why and how we select and approach research topics, questions and hypotheses. Conducting research in a technologically-advanced domain cannot mean leaving behind some of the main and broader philosophical questions about our role as social scientists and intellectuals. Consequently, it is still necessary to claim the need for relevant approaches to Epistemology and Methodologies, as a way to extract ourselves from regular routines in our scientific practices and institutional demands that affect the daily lives of most scholars worldwide.

Epistemological and methodological articles confront us with challenges that go beyond practical and immediate research-related decisions, and require us to take a step backwards and observe our decisions with greater time, so as to develop a critical approach to their meaning. This moment of reflection will enable researchers to understand the relevance of their own specific solutions, broadening analytical perspectives and exploring relevant aspects of their research that usually remain outside dominant frameworks oriented towards short-term decisions. A brief look at the contents of this issue will demonstrate that one must not link these methodological and epistemological contributions solely to more traditional research topics, since these classical questions are applied to the most recent innovations currently being developed in modern societies. Exploring the way that research is conducted within the global context of big data, or the omnipresent spaces of online social networks, are only two indications of the need to build the necessary conditions to maintain dialogue between long and short-term questions about the way our research is conducted (Hutchinson, 2016).

The technological evolution currently underway in the media and communication sector are also affecting the research schema and practices in this field. Our analytical toolkit may still include some of the classical theoretical questions and approaches, but the digital transformation and computational shift that has been experienced since, at least, the transition to the 21st century is obviously redefining our role and habits in terms of scientific enquiry. Teaching Media Studies and Communication Research requires keeping abreast of these innovations and striking a balance with the classical and still relevant core questions regarding the role played by Communication in various types of social exchange. How can this balance be achieved and, if possible, maximised? This is one of the main challenges facing Communication research as a scientific field and/or discipline: advancing with increasing intellectual confidence and empirically-based evidence down a road filled with new external stimuli that challenge our main research questions, in terms of why and how we try to solve them. It is necessary to maintain a critical approach to exploring digital environments, in order to ensure our role as social

scientists and committed citizens. If this issue of *Comunicação e Sociedade* helps us draw closer to some answers to these questions, then the effort to forge a coherent collection of interesting and readable articles will have been worthwhile.

On the basis of the reflections included within this issue of *Comunicação e Sociedade*, we can see that the field of Methodologies is increasingly viewed as a space of dialogue, and sometimes tension, between the various paradigms (or approaches) of Communication research and theories. When we consider the vast field, constituted by Epistemology and Philosophy of Science, that articulate Ethics and the more operational aspect of methods and techniques, we have a wide space of debate about their uses and potentialities, and also the challenges that all these dimensions pose to Communication researchers.

Recognition of the importance of Research Methodologies also exists in the framework of Communication teaching, through integration of curricular units of this nature in study plans, which varies in different academic contexts. In the case of Portugal and Spain, for example, there has been a reduction in the curricular weight of the Social and Human Sciences in Communication and Journalism courses, which necessarily entails a decrease in the presence of Methodologies (Sanchéz-García & Marinho, 2015).

When this recognition occurs, the existence of content dedicated to Methodology and the very approaches that such content favours often pay testimony to the epistemological orientation that presides over the creation of course study plans and the way that they fit into the field of Social and Human Sciences. In this issue of the journal, *Comunicação e Sociedade*, we have tried to create space for both realities – education and research – and the diversity of epistemological positions that characterise this field.

Another indicator of the importance attributed to Methodologies is its representativeness within scientific journals. Without aiming to provide a comprehensive overview, it is possible to identify several publications that focus on "quantitative methods" and "qualitative methods", in the context of "research ethics", and on "epistemology", "philosophy of science" or specific methods, such as the *Action Research Journal*, which is dedicated to "action research". The number of examples is drastically reduced if we focus on the field of Communication. In this case we can highlight *Communication, Methods and Measures* or, at a narrower level, the *Journal of Information Communication and Ethics in Society*. If we extend this rationale to scientific associations, the attention paid to Research Methodology is still fairly limited: IAMCR (International Association for Media and Communication Research) does not have any section dedicated to the subject; the closest area within ICA (International Communication Association) is the department of "Philosophy, theory and critique" and an interest group on "Computational Methods". In the same vein, ECREA (European Communication Research and Education Association) has a section on "Philosophy of Communication" and, notably, AEJMC (Association for Education in Journalism and Mass Communication), has a section on "Communication Theory and Methodology". In Portuguese-speaking countries and the Ibero-American context, there appears to be a greater concern with these issues. ALAIC (Latin American Association of Communication Researchers) has a working group dedicated to the

"Theory and Methodology of Communication Research"; Assibercom (Ibero-American Communication Association) has a thematic department for "Epistemology, Theory and Methodology of Research"; and Intercom (Brazilian Society of Interdisciplinary Communication Studies) has a research group on "Theories of Communication", with an epistemological / methodological approach. At the 2017 congress of Agacom (Galician Association of researchers in communication) the programme included a thematic panel on "Theories, methods and techniques of communication research and reception", and in 2016, at the congress of Lusocom (Lusophone Federation of Communication Sciences) there was a working group on "Epistemology of Communication" (but this was not included in the 2018 congress programme). Sopcom (Portuguese Association of Communication Sciences) does not have any working group dedicated to Epistemology and Methodology of Communication.

We also note the concern to look at Research Methodologies from another perspective: trying to verify which approaches, methodologies, methods and techniques are most used by researchers who publish in the field of the Communication Sciences. For example, we can mention the work of Trumbo (2004), who evaluated the editions of eight leading international journals in this field between 1990 and 2000. There are other similar publications, some of which are pioneers in this effort of meta-analysis of the field (Brashers & Jackson, 1999; Cooper, Potter & Dupagne, 1994; Emmers-Sommer & Allen, 1999; Kamhawi & Weaver, 2003; Lowry, 1979; Perloff, 1976; Riffe & Freitag, 1997; Schramm, 1957; Weaver, 1988; Weaver, 1993; Wimmer & Haynes, 1978 quoted in Trumbo, 2004).

This edition of *Comunicação e Sociedade* arises in this context of the limited representativeness of Research Methodologies in the field of Communication, at least from the point of view of scientific production and dissemination. We thereby aim to make a small contribution to this much-needed debate, in the hope that it will become more frequent.

We can now provide a brief overview of this issue.

The issue begins with an essay, in which Cicilia Peruzzo uses her experience as a Communication researcher, with special interest in the field of methodologies, to trace a critical panorama of the uses and development of Epistemology and Methodology in research into Communication Sciences in Brazil. This is followed by an article by Lumárya Souza de Sousa and Thaiane Oliveira who argue that action research can be constituted as the aggregating axis of an epistemology of the South, based on mapping use of this method, also in the Brazilian context. We therefore begin this issue with two macro-level texts, which discuss research paradigms and cross-cutting epistemological issues in the field of Communication research.

We continue with four texts, at a meso-level, that address Research Methodologies, focused on specific fields of studies in the world of Communication. Francisco Paulo Jamil Marques and Edna Miola analyse scientific production in the field of Communication and Politics, in Brazil, in order to identify their most relevant epistemological and methodological progress and obstacles and offer some proposals to overcome these obstacles. This is followed by two articles on Big Data and network analysis, both with

critical perspectives regarding methodological approaches that could / should be adopted in these fields. Ana Thereza Nogueira Soares argues in favour of a critical position towards the epistemological, methodological and theoretical implications of Big Data research (in particular based on social media data) for the scientific field of Communication, with special focus on the need to value the theoretical domain in this area. Francisco Conrado Filho and Luís António Santos also highlight the importance of theoretical and conceptual perspectives for Social Network Analysis (ARS). For this purpose, they provide an overview of the different approaches that can be adopted, highlighting their added value and risks. This article also has a pedagogical nature, since it may serve as an introductory reading for anyone commencing a course in Analysis of Social Networks. We close this meso-level section with an essay by Pedro de Andrade on Urban Cultural Tourism, in which the author analyses what are considered to be the main methodologies in the field of Artistic Sociology to defend a new approach, based on the concepts of "hybridisation" and "mobile cultures".

The following two articles focus on specific procedures, including micro-level discussions in the context of the approach to Research Methodologies that we have adopted here. Ruth de Frutos and Diego Giannone are concerned with evaluating the methodological challenges posed by the two most important world press freedom indexes – Freedom House and Reporters Without Borders – to show to what extent these instruments are deficient, in particular in terms of the absence of mechanisms for protection of journalists as a variable. Rita de Cássia Romeiro Paulino and Marina Lisboa Empinotti write about the theoretical-methodological foundation of the process of constructing a model to evaluate the production of journalistic content (news) for mobile devices (smartphones), using a card-like interface.

Cláudio Márcio Magalhães is the author of the only article in this issue of *Comunicação e Sociedad*e that is primarily focused on teaching. She doesn't focus on current teaching of Research Methodologies, but rather the development of a pedagogical strategy (using research techniques) to teach a theoretical concept (in this case, Motivation) within a discipline in the field of Communication (more specifically the area of Advertising and Propaganda).

The articles section concludes with a contribution focused on Ethics – a primordial and transversal area for Research Methodologies. Fernanda Pires de Sá discusses the concerns and ethical challenges that arise during a research project (in this case, co-viewing of a *telenovela* soap opera), to reveal that ethical considerations should be included not only at the beginning of a research project, but also throughout each step of the process, in a continuous process of adjustment.

This issue ends with two literature reviews. Eduardo Francisco Rodríguez Gómez reviews a book on Communication Research Methodologies, a manual of synthesis and mapping of the field, which seeks to bridge Communication Research Methods and Theories. The second review, by Madalena Oliveira, is about a book (a collective work) specifically dedicated to dealing with different perspectives adopted in the analysis of radio. Whereas the first book seeks to constitute a different approach in a field where

there is already consistent production (manuals on Research Methodology), the second book is the result of a contribution to an area where there is scarce, almost non-existent, production.

In 2007, the first issue of the journal *Communication, Methods and Measures*, stated that there is a "clear and defensible need" (Roskos-Ewoldsen, Aakhus, Hayes, Heider & Levine, 2007, p. 2) for a publication exclusively dedicated to Methodology in the field of Communication. This idea was reiterated ten years later, in the same journal, as a balancing factor (Matthes, Niederdeppe & Shen, 2016). Since we share this perspective – i.e. that it is crucial to foster debate on Research Methodologies in the field of Communication Sciences – we consider that this issue of *Comunicação e Sociedade* is relevant. This is not because this topic has been ignored by this journal – like other international scientific journals, we have previously published articles focused on methodological issues (Costa, 2000; Damásio, Henriques & Mackart, 2012; F. Lopes, 2009; M. I. V. Lopes, 2000) – but we consider that this issue shouldn't be highlighted as a one-off event.

Translated by Martin Dale (Formigueiro, Conteúdos Digitais, Lda)

Bibliographic references

Castells, M. (2000). *The rise of the network society. The information age: economy, society and culture*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.

Costa, M. S. (2000). As ciências da comunicação: consolidação académica e desafios interdisciplinares. *Comunicação e Sociedade*, *2*, 71-76. doi: 10.17231/comsoc.2(2000).1383

Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, *9*(2), 119-161. doi: 10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x

Craig, R. T. (2008). Communication in the conversation of disciplines. *Russian Journal of Communication*, *1*(1), 7-23. doi: 10.1080/19409419.2008.10756694

Damásio, M. J., Henriques, S. & Mackert, M. (2012). Saúde electrónica e literacia em saúde: uma revisão da metodologia de pesquisa. *Comunicação e Sociedade* (Vol. Especial), 171-183. doi: 10.17231/comsoc.23(2012).1362

Hutchinson, J. (2016). An introduction to digital media research methods: how to research and the implications of new media data. *Communication Research and Practice*, *2*(1), 1-6. doi: 10.1080/22041451.2016.1155307

Lopes, F. (2009). Estudos televisivos: perspectivas diacrónicas. *Comunicação e Sociedade*, *15*, 7-27. doi: 10.17231/comsoc.15(2009).1042

Lopes, M. I. V. (2000). Metodologia para o estudo de recepção de telenovelas no Brasil. *Comunicação e Sociedade*, *2*, 93-112. doi: 10.17231/comsoc.2(2000).1386

Matthes, J., Niederdeppe, J. & Shen, F. C. (2016). Reflections on the need for a journal devoted to communication research methodologies: ten years later. *Communication Methods and Measures*, *10*(1), 1-3. doi: 10.1080/19312458.2016.1136514

Norderstreng, K. (2004). Ferment in the field: notes on the evolution of communication studies and their disciplinary nature. *Javnost – The Public*, *10*(3), 5-18. doi: 10.1080/13183222.2004.11008856

Roskos-Ewoldsen, D., Aakhus, M., Hayes, A. F., Heider, D. & Levine, T. (2007). It's about time: the need for a journal devoted to communication research methodologies. *Communication Methods and Measures*, *1*(1), 1-5. doi: 10.1080/19312450709336657

Sanchéz- García, P. & Marinho, S. (2015). La enseñanza universitaria encaminada a la especialización y al recorte de Humanidades: estudio de caso de la titulación de Periodismo en España y Portugal. *RIESED – Revista Internacional de Estudios sobre Sistemas Educativos*, *4*, 17-36. Retrieved from http://www.riesed.org/index.php/RIESED/article/view/69

Trumbo, C. (2004). Research methods in mass communication research: a census of eight journals 1990-2000. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, *81*(2), 417- 436. doi: 10.1177/107769900408100212

Biographical notes

Sandra Marinho has a doctorate in Communication Sciences, in the area of Journalism Studies, at the University of Minho. She is an Assistant Professor at this University, where she teaches in the areas of Research Methodologies and Journalism.

She is a researcher at the Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) and her main research areas are the quality of journalism and of journalism education and health journalism. She has published in several national and international journals.

E-mail: marinho@ics.uminho.pt
Address: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Campus de Gualtar
4710-057 Braga, Portugal

Miguel Vicente Mariño is an Associate Professor and Head of the Department of Sociology and Social Work at the University of Valladolid, based in the Faculty of Social, Legal and Communication Sciences. He holds a PhD in Audiovisual Communication, a BA in Sociology and a BA in Journalism. He is a member of the Executive Committee of ECREA (European Communication Research and Education Association), deputy director of the Audience section of IAMCR (International Association for Media and Communication Research) and of the Working Group on the History of Communication Research of the Spanish Association of Communication Research. His research topics include the study of media and social audiences, environmental communication, the processes of public opinion formation in current societies, and Communication Research methods.

E-mail: miguelvm@soc.uva.es
Address: Universidad de Valladolid – Campus de Segovia
Plaza de la Universidad, 1. 40005 Segovia

Artigos temáticos | Articles

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 25 – 40
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2905

Apontamentos para epistemologia e métodos na pesquisa em Comunicação no Brasil

Cicilia M. Krohling Peruzzo

Resumo

Este texto tece alguns aspectos da pesquisa em Comunicação partindo da filosofia do conhecimento como base para se entender a ciência. Tem como objetivos discutir a questão da pesquisa científica na perspectiva epistemológica, atentar para a importância da metodologia científica em suas dimensões metódicas e técnicas, além de refletir sobre alguns aspectos da pesquisa realizada na América Latina e mais especificamente o Brasil. Trata-se de uma abordagem baseada numa revisão teórica não exaustiva e não sistemática. Considera-se a existência de diversidade temática e metodológica, além da aparente tendência da pesquisa em enfocar a novidade, principalmente de elementos relacionados à tecnologia, como objeto de estudo. Também se comenta sobre a premência do fortalecimento das pesquisas em Comunicação, tanto as teóricas quanto as empíricas, e do avanço necessário no desenho e na descrição dos métodos e técnicas de pesquisa quando da apresentação de resultados e análises.

Palavras-chave
Empirismo; epistemologia; metodologia; pesquisa em Comunicação

Abstract

This text weaves some aspects of research in Communication starting from the philosophy of knowledge as a basis for understanding science. It aims to discuss the issue of scientific research in the epistemological perspective, to consider the importance of scientific methodology in its methodical and technical dimensions, as well as to reflect on aspects of the research carried out in Latin America and more specifically in Brazil. It is a theoretical approach based on a non-systematic and non-exhaustive literature review. The existence of thematic and methodological diversity is examined, as well as the apparent tendency of the research to focus on the novelty, mainly in regards to elements related to technology, as object of study. The urgency of strengthening research in Communication is also considered, both theoretical and empirical, and the necessary advance in the design and description of research methods and techniques when presenting results and analyzes.

Keywords
empiricism; epistemology; methodology; research in Communication

Introdução

Este texto tece alguns aspectos da pesquisa em Comunicação partindo da filosofia do conhecimento como base para se entender a ciência, no intuito de provocar reflexões e debates, porém sem a pretensão de abordar todos os componentes que lhe dizem respeito. Tem como objetivos discutir a pesquisa científica em Comunicação na perspectiva

epistemológica, atentar para a importância da metodologia científica em suas dimensões metódicas e técnicas, além de refletir sobre aspectos das tendências e qualidade da pesquisa realizada na América Latina e mais especificamente no Brasil. Mais do que respostas, pretendemos provocar debates e deixar perguntas para futuras reflexões.

Inicialmente, parece-nos premente reconhecer a existência de diversidade temática e metodológica abrigadas sob o manto da pesquisa em Comunicação. Os estudos enfocam desde temas relacionados aos meios de comunicação, melhor dizendo, de meios de informação, tais como rádio, jornal, televisão e cinema, chegam aos ambientes comunicacionais na internet com pesquisas sobre cibercultura, dispositivos tecnológicos, interatividade, mídias e redes sociais online, mas englobam também a comunicação organizacional e as relações públicas, a publicidade, a comunicação pública, a comunicação interpessoal e grupal, a comunicação popular, comunitária e alternativa, entre outros meios e formas comunicativas. Com base numa revisão de literatura assistemática e não-exaustiva da produção científica em publicações e trabalhos apresentados em congressos, bem como na pesquisa bibliográfica realizada para este artigo, podemos afirmar que as ênfases têm recaído em estudos de Jornalismo e, mais recentemente, sobre a cibercultura, a partir da emergência do fenômeno internet e a acentuada preocupação com a mediação tecnológica nos fenômenos comunicacionais e culturais. Abordagens relacionadas às identidades culturais, aos imaginários e às representações narrativas nas ou a partir das mídias, em parte sob a influência da perspectiva teórica dos estudos culturais, também se fazem presentes nos estudos de Comunicação.

Da mesma forma, observamos algumas tendências no percurso da pesquisa em Comunicação. Uma delas é o modismo, ou a eleição de abordagens modais relacionadas a fenômenos emergentes – especialmente decorrentes do desenvolvimento tecnológico, acontecimentos marcantes[1] ou da chegada no país de teorias já em evidência em outros países, especialmente nos Estados Unidos ou na Europa. Por exemplo, durante muito tempo a televisão despertou muito interesse como unidade de observação, tanto do ponto de vista crítico quanto para entender suas lógicas de produção jornalística e de entretenimento. Recentemente a questão das novas tecnologias, em especial a partir da internet e da constituição do ciberespaço é que atrai muitos pesquisadores, como atesta a quantidade expressiva de estudos sobre cibercultura e as configurações e usos de mídias e redes sociais online apresentados em congressos e publicados em revistas científicas e em livros, tornando-se inclusive em uma subárea da Comunicação e criando até uma associação de pesquisadores[2]. Outra tendência, em parte ligada à anterior, é o acentuado interesse de pesquisa em fenômenos emergentes. Antes foi a internet em si, seu surgimento e enquanto tecnologia propiciadora de um espaço de liberdade de expressão, sociabilidade etc. e, atualmente, o olhar se volta mais para as suas

[1] Interesse, por exemplo, em estudar o tratamento dado pela imprensa ao caso do *impeachment* da presidenta Dilma. Outro exemplo: Depois das grandes manifestações públicas em junho de 2013, no Brasil, por exemplo, que fizeram vir à tona de forma mais evidente o papel das mídias alternativas, apesar de existentes há décadas, se acentua o interesse em estudá-las.

[2] ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Ver: https://abciber.org.br/

configurações que se inovam (*Big Data*, algoritmos, robôs, sistemas tecnológicos inteligentes...), as alterações que provoca em padrões culturais, potencialidade dos compartilhamentos e de participação, e assim por diante. São aspectos talvez característicos de uma área de conhecimento, cujos pilares transformam-se rapidamente, além de serem marcados pela interdisciplinaridade complexa e dinâmica. Nesse contexto, híbrido e movediço do campo da Comunicação, outra tendência por nós observada ao longo dos anos é a ênfase em abordagens investigativas que apenas tangenciam a comunicação enquanto objeto central de pesquisa. É o caso de estudos que têm como eixos analíticos parâmetros tecnológicos, culturais ou processuais mais afeitos a outras áreas do conhecimento, e não conseguem enxergá-los a partir da própria comunicação ou dos processos comunicacionais envoltos nos fenômenos investigados.

Quanto às metodologias empregadas nas pesquisas em Comunicação, não é novidade que ocorra a apropriação de métodos e técnicas desenvolvidos em outras áreas do conhecimento, embora haja algum esforço em "trazê-los" ou adaptá-los às especificidades da área da Comunicação. Referimo-nos a métodos e técnicas como a hermenêutica, a pesquisa histórica, a etnografia, análise de conteúdo, análise de discurso, a observação participante, grupo de discussão, grupo focal, questionários e entrevistas. Contudo, algumas destas abordagens têm mais afinidade aos objetos da Comunicação, tais como a análise de conteúdo, análise de discurso, entrevistas abertas e o grupo focal, além do desenvolvimento de métodos e técnicas mais característicos empregados em pesquisas de audiência e de recepção, especialmente a criação de medidores eletrônicos e as observações da recepção no momento da exposição de pessoas a conteúdos da televisão, por exemplo, de telenovelas.

Pesquisa científica: a necessidade de um passo atrás

A discussão sobre pesquisa em Comunicação traz uma questão de fundo: a ciência. Estamos produzindo ciência? O que caracteriza uma pesquisa científica? Trata-se de um debate não recente, nem simples, muito menos acabado. Ele se aloja na filosofia da ciência e na teoria do conhecimento, cujas fronteiras são de difícil visualização, e remetem à epistemologia da ciência. Como diz Blanché (citado em Santos, 1989, p. 19), a epistemologia é uma "reflexão de segundo grau sobre a ciência, uma meta ciência". Desse modo, não se emprega o termo epistemologia como sinônimo de teoria, pois se refere ao entendimento profundo do percurso da natureza da investigação científica, de suas bases epistêmicas. Piaget (2011, p. 20)[3], elege a epistemologia à categoria de disciplina que "se propõe a interpretar a ciência como resultado da atividade mental do homem ou, o que significa o mesmo, a explicar como o pensamento real do homem pode produzir a ciência enquanto sistema coerente de conhecimentos objetivos". Portanto, tratando-se da pesquisa em Comunicação, do ponto de vista epistemológico se investiga a Comunicação como objeto de conhecimento, tanto no nível teórico quanto dos processos epistêmicos e metódicos a partir dos quais se gera o conhecimento, e que

[3] Ele credita a coautoria desta frase a E. W. Beth.

indicam os elementos de sua consistência e validação. Esse tem sido um empreendimento de pesquisadores em nível internacional, a exemplo de Calhoun (2012), Fuentes Navarro (2008, 2015), Galindo Cáceres (2008), Morágas Spà (2011) e Martín Serrano (2007), e inclusive no Brasil, porém, em menor escala, pois a tendência predominante se direciona no entendimento da institucionalização do campo. Segundo Lopes (2010, p. 29), há "descaso pelas questões epistemológicas nas pesquisas empíricas da Comunicação, fruto da deficiente formação em pesquisa e da herança instrumentalizada de ciência, possivelmente a mesma que identifica a Comunicação como ciência social 'aplicada' na classificação institucional".

Voltando à questão da ciência, há diferentes caminhos a partir de posições epistemológicas e de marcos conceituais para a geração do conhecimento científico. Trataremos de forma breve do empirismo, em contraponto a visões que questionam alguns de seus pressupostos, como os de considerar os seus parâmetros de pesquisa como únicos capazes de levar à ciência. Esta se aloja no positivismo, corrente epistêmica defensora da supremacia do objeto em relação ao sujeito no processo de pesquisa. Trata-se de uma concepção de ciência herdada da Física, uma ciência exata que traduziria os postulados científicos válidos para todas as áreas. Comte (citado em Triviños, 2012, p. 33), importante sistematizador do positivismo, chegou a denominar de "física social" a Sociologia, como disciplina voltada ao estudo dos fatos sociais.

Nesse patamar há a defesa de que o conhecimento científico seria gerado a partir de processos de pesquisa metodologicamente objetivos, pretensamente neutros (examinar a realidade de modo desinteressado), capazes de privilegiar o objeto sobre o sujeito, ou seja, de captar sensorialmente o conhecimento que existe no objeto sem a "contaminação" do sujeito, o/a investigador/a. Nas palavras de González (2007, p. 48),

> as posições empiristas privilegiam o lado do objeto sobre o sujeito. Supõem que a realidade está fora do sujeito, e existe independentemente dele. Seu conhecimento se resume em observar, registrar e escrever, com todo detalhe e sem contaminações pessoais, as características do objeto.

Algumas das características dessa perspectiva epistêmica são as de atribuir à ciência a função de "ver para prever"; de tomar a realidade como formada de partes isoladas; de não se interessar pelas causas dos fenômenos; de rejeitar o conhecimento metafísico uma vez considerado especulativo; de acreditar que o conhecimento "verdadeiro" é aquele empiricamente verificável (Triviños, 2012, pp. 35-37), daí a valorização do experimento e de hipóteses passíveis de serem verificadas a partir de observações empíricas, pela dedução, e de métodos e técnicas derivados de cálculos matemáticos e da estatística. Essa corrente considera, como já foi citado, que somente os parâmetros desenvolvidos no âmbito epistêmico ligado ao empirismo seriam válidos e capazes de gerar conhecimento científico e, que, portanto, deveriam ser seguidos por todas as áreas do conhecimento. Advoga que a observação deve ser subordinada à observação dos *fatos*, como único objeto da ciência, pois a realidade contém a "verdade", e cabe ao pesquisador[4] captá-la.

[4] Doravante se faz o uso das palavras no masculino, mas sem desconsiderar a igualdade de gênero nessas questões.

Trata-se de uma posição predominante na histórica da ciência, apesar de ser ao mesmo tempo questionada em sua perspectiva universalista. Paul Feyerabend (1977), ainda no século passado, foi um dos expoentes críticos do racionalismo e da rejeição de regras metodológicas universais[5]. Entre outros epistemólogos, Jean Piaget (2011) e Rolando Garcia (2002, 2008) se destacam como críticos do empirismo enquanto concepção de ciência. Em última instância, existem diferentes correntes de pensamento, as quais se alojam em concepções epistemológicas do labor científico, diferentes entre si, porque partem de pressupostos divergentes quanto à visão de mundo e de ciência, tais como o positivismo, a fenomenologia, o estruturalismo, o enfoque sistêmico, o materialismo histórico dialético, o construtivismo e a epistemologia genética.

Sem entrar nas especificidades de cada um desses modos de conceber a ciência e de produzir o conhecimento, que, aliás, sempre indicam uma tomada de posição que antecede a pesquisa, além das bases do caminho a trilhar no processo de geração do conhecimento científico, fazemos apenas um contraponto da visão predominante baseada no empirismo com uma síntese de visões que se negam a ver a ciência nessa perspectiva, como a única válida e aplicável a todas as áreas do conhecimento. Essa visão se aloja em diferentes enfoques, mas principalmente no materialismo histórico dialético, no construtivismo e na epistemologia genética. É uma perspectiva crítica que questiona, por exemplo, a ideia de neutralidade científica que se presume existir nos estudos empiristas, uma vez fundamentados em metodologias objetivas. De fato, não existe postura neutra, mesmo nos métodos que assim creem ser, pois toda variável e tipo de abordagem implicam escolhas que advêm de concepções de mundo. Os enfoques epistemológico e teórico-metodológico partem de uma posição epistêmica, de um alinhamento com determinados interesses e visões de sociedade. Fals Borda (2013, p. 302) adverte: o valor da ciência varia "segundo os interesses objetivos das classes sociais envoltas nas formação e acumulação do conhecimento, isto é, em sua produção". Afinal a

> a ciência é um produto cultural do intelecto humano, produto que responde a necessidades coletivas concretas (...) e também a objetivos determinados por classes sociais que aparecem como dominantes em certos períodos históricos. Se constrói a ciência mediante a aplicação de regras, métodos e técnicas que obedecem a um tipo de racionalidade convencionalmente aceita por uma comunidade minoritária constituída por pessoas chamadas de cientistas, que por serem humanas, ficam precisamente sujeitas a motivações, interesses, crenças e superstições, emoções e interpretações de seu desenvolvimento social específico. Por isso mesmo, não pode haver nenhum valor absoluto atribuído ao conhecimento científico. (Fals Borda, 2013, p. 302)

[5] No fundo há receio de que métodos e metodologia possam inibir a geração de conhecimento. Gumbrecht, H.U. (citado em Sodré, 2014, p. 288) chega a recomendar: "não acredite em nenhum ´método´ ou (pior) metodologia – não porque os métodos ou as metodologias sejam intrinsicamente maus, mas porque eles impedem de pensar de modo independente e de desfrutar sua liberdade intelectual em uma dimensão de pensamento que não admite regulações rígidas".

A produção do conhecimento científico se transforma em conformidade com as condições de sua produção e da própria demanda por conhecimento das sociedades em determinado momento. Quando seus parâmetros tidos como infalíveis são questionados é porque existe a busca por novas formas de pesquisa, por outro tipo de conhecimento e por novos tipos de resultados científicos capazes dar explicações diferenciadas e de entender as problemáticas postas pela vida em sociedade. Talvez seja essa a razão de Carlos R. Brandão (1999, p. 225) afirmar que a "possibilidade de transformação de uma *prática científica*, que durante tanto tempo ocultou o seu ser *política*, em uma prática que justamente por afirmar-se política na origem e no destino, reclama ser *científica*". Nesta frase está a afirmação da demanda de segmentos sociais por outros tipos de pesquisa, como os que possam ajudar a compreender a realidade das classes subalternizadas e também colaborar para a transformação da práxis sócio organizativa de base, sem promessa de neutralidade, mas buscando a cientificidade. Trata-se, por exemplo, da pesquisa participante, especialmente da pesquisa-ação no contexto dos movimentos sociais populares da América Latina. Porém, claro que o mencionado método não tem sua aplicabilidade limitada aos movimentos emancipatórios, pois é usado em várias áreas do conhecimento (Thiollent, 1981; 2003) e a partir das mais diferentes finalidades, tanto no mundo empresarial quanto na Educação, na Psicologia, na Informática, na Agronomia e na Comunicação.

Enfim, reivindica-se o reconhecimento da cientificidade em pesquisas que destoam dos cânones "tradicionais". Não que estes não sejam válidos e importantes, pelo contrário, mas que não podem ser tomados como únicos parâmetros para medir a cientificidade. Não é aceitável que os padrões das ciências exatas e da saúde, entre outras, sirvam de parâmetros para todas as ciências, inclusive, para as humanas e sociais. Há domínios da vida social e cultural (Minayo, 2011) que podem ser mais bem compreendidos e interpretados por meio de pesquisas qualitativas uma vez situados no universo dos significados, dos valores, das aspirações e atitudes. Em outras palavras, há ambientes e problemáticas que podem ser mais bem entendidos a partir de conceitos, métodos e técnicas não exatos, não experimentais e não quantificáveis.

Na verdade, na história da ciência há um processo contínuo de desenvolvimento epistemológico e de metodologias de pesquisa em desafio à compreensão dos fenômenos mais diversos desse mundo. É um percurso no qual se aperfeiçoam e se desenvolvem tanto metodologias quantitativas – dos questionários impressos aos virtuais, medidores eletrônicos para quantificar as audiências etc. –, quanto as qualitativas – da observação participante à participação observante e desta à pesquisa-ação participativa (Peruzzo, 2016), da etnografia à netnografia. Além de que permanecem sempre atuais a entrevista semiestruturada e a entrevista em profundidade, como a história oral, a história de vida, a história de família, grupo focal e grupo de discussão. São metodologias abertas e também capazes de gerar observáveis científicos e conhecimento. A ideia de perda de cientificidade nos estudos que não seguem os parâmetros do empirismo é preconceituosa. Porém, não estamos nos referindo à pesquisa empírica em si, pois nem toda pesquisa empírica é empirista. O termo empirismo se aplica, como já dissemos,

aos pressupostos de que o que se necessita saber está no "puro" referente empírico (objeto). Em outras palavras, segundo González (2007, p. 50), para a perspectiva empirista, "a realidade é real e se captura através da experiência sensorial, que captamos como irritações nervosas de diversas intensidade e duração", sobre as quais são feitas as deduções e generalizações.

Pesquisas empíricas podem ser trilhadas a partir de diferentes metodologias e marcos conceituais. A visão fechada do empirismo não consegue reconhecer a possibilidade de haver distanciamento inteligente e rigor do pesquisador em processos de pesquisa, mesmo os métodos e técnicas sendo de natureza aberta. Existem pesquisas que não prometem neutralidade, mas geram conhecimento, pois o que interessa é desenvolver uma ciência que possa adentrar em domínios imperceptíveis às técnicas das ciências exatas, da saúde e biológicas. O que não quer dizer que se nega a necessidade e a importância das investigações quantitativas, experimentais e observacionais para determinados problemas de pesquisa. Cada problemática investigativa requer técnicas e procedimentos condizentes ao o que se quer saber. O questionamento está na unidirecionalidade pretendida pela perspectiva hegemônica de pesquisa.

A ciência é histórica, se move, avança e se transforma em conformidade com o processo histórico das civilizações. Em momentos da história os fenômenos da natureza eram vistos como emanados de poderes transcendentais. Em outros momentos se tenta compreender os fenômenos na perspectiva apriorista, que privilegia o sujeito sobre o objeto. Ou seja, o importante não é o objeto, pois é a capacidade racional que leva ao conhecimento. "Se supõe que exista um número de categorias a priori, inatas mediante as quais conhecemos a realidade" (González, 2007, p. 49). Enfim, as posições epistêmicas passam pelo idealismo filosófico, que reconhece "o princípio espiritual como primeiro, e a matéria como aspecto secundário" (Triviños, 2012, p. 19), transitam no empirismo lógico, no materialismo dialético e no construtivismo, entre outras concepções. Empirismo lógico sedimenta o núcleo epistemológico no "dualismo radical" entre o "conhecimento empírico, extraído da experiência a partir da percepção direta de dados sensoriais, e a lógica, considerada linguagem que coordenaria e organizaria tal conhecimento se ajustando a regras formais da própria linguagem" (Garcia, 2002, p. 43). O materialismo dialético conjuga a filosofia materialista e a dinâmica da dialética na "tentativa de buscar explicações coerentes, lógicas e racionais para os fenômenos da natureza, da sociedade e do pensamento" (Triviños, 2012, p. 51). Está atento à história, às interconexões e ao movimento que transforma a realidade. Já para o construtivismo o conhecimento "não é relativo somente ao objeto e nem a razão, mas decorre da interação do sujeito e objeto, com destaque para o sujeito como produtor do conhecimento" (Siqueira & Erdmann, 2007, p. 292). São posições epistemológicas que têm a ver com concepções de sociedade – por exemplo, as bases do materialismo dialético vêm da filosofia do marxismo que enxerga a sociedade como contraditória uma vez constituída a partir de classes sociais antagônicas –, que direcionam o olhar científico e os métodos a serem empregados.

Em última instância, toda pesquisa parte de uma posição epistemológica, ou seja, de uma concepção de mundo, mesmo que não seja consciente e/ou não explicitada por

seus protagonistas. Desse modo, existem perguntas subjacentes a qualquer definição de problema de investigação. Pesquisar para que? Pesquisar o quê? Pesquisar como? E na área da Comunicação, como se vislumbrariam respostas a esse tipo de pergunta?

Pela qualidade da pesquisa em Comunicação

Não há dúvida de que a pesquisa em Comunicação pode ser tomada a partir de diferentes ângulos. Cada um deles pode levar a instigantes reflexões e conclusões, mas há um todo que desafia a investigação. Afinal o campo requer reflexões

> articuladas em vários planos e níveis de análises: um ontológico, sobre a natureza da comunicação; (...) outro nível é o epistemológico, que questiona a comunicação como objeto de conhecimento, e evidentemente, a certos comunicantes (...) sujeitos desse conhecimento; e, por suposto um nível metodológico, que tem a ver com as maneiras em que esses objetos de conhecimento e de definição se formulam como objetos de investigação. Mas, antes do nível metodológico, creio que convém refletir sobre um nível praxeológico (...), pois a comunicação é, em sua essência geral, uma prática social ou, como corresponde dizer com mais precisão, uma prática sociocultural, sempre situada, contextualizada, historizada, cruzada pelo poder. (Fuentes Navarro, 2015, p. 12)

Nessa perspectiva se vislumbra a fertilidade objetual do campo que, com suas singularidades e ao mesmo tempo seus elos epistemológicos, transita numa transitoriedade de incessante. Por um lado, trata-se de ciência recente, em processo de desenvolvimento rápido, mas, ao mesmo tempo, sofre diuturnamente as transformações tecnológicas e sociais das sociedades. Constitui-se em uma área desafiadora porque se revela muito ampla e dinâmica, com e sem fronteiras em relação a outras áreas do conhecimento. Ou seja, as configurações do universo praxeológico da Comunicação têm sido alteradas rapidamente nas últimas décadas – dos canais, aos meios e mensagens –, dos processos comunicacionais – interpessoais aos organizacionais, massivos, comunitários, digitais e *online* –, dos ambientes comunicacionais presenciais e midiáticos aos virtuais – e assim por diante, o que obriga a uma contínua busca pela revisão de conceitos e teorias, suas reelaborações e a formulação de novos conceitos e teorias para se dar conta das transformações. Por outro lado, a área congrega uma interdisciplinaridade interessante, ao perpassar e ser perpassada por outras ciências.

O que se pesquisa em Comunicação? Sem tentar responder esta pergunta, comentamos apenas, em primeiro lugar, que é grande a diversidade desde o ângulo do objeto explorado até às unidades de análise e os tipos de processos comunicacionais enfatizados. Essa diversidade é uma de suas riquezas e, talvez, de suas fraquezas. Simultaneamente à cobertura de temas e de objetos de pesquisa diversificados – até como reflexo da abrangência da área, como insinuado nos dois parágrafos anteriores –, o que complexifica o desenvolvimento de teorias, grosso modo, também corre-se o risco de

dispersão, de pulverização de temas, de se dar ênfase às novidades, principalmente tecnológicas, e aos entornos dos processos comunicacionais. Parece haver resistência ou dificuldades em se partir da Comunicação, de formas, meios e de processos comunicacionais como foco. Do nosso ponto de vista, presta-se muita atenção a aspectos subjacentes, por exemplo, sociológicos, antropológicos, culturais, tecnológicos, narrativos, às vezes deixando em segundo plano a comunicação envolta no tipo de fenômeno analisado. Talvez seja reflexo dessa situação o fato de até hoje ainda se discutir no plano epistemológico o que é Comunicação, qual o seu objeto, e se ela se constitui ou não como ciência, disciplina e campo do saber. Como diz Melo (2011, p. 21), "ainda que não exista consenso, na academia, sobre a natureza do objeto das ciências da Comunicação, o fato é que, há meio século, vem se estruturando uma comunidade que pesquisa os fenômenos comunicacionais". Em meio à diversidade dos fenômenos estudados, no âmbito conceitual,

> a multiplicação de propostas de reformulação teórica dos estudos de Comunicação manifesta uma insatisfação generalizada com o estado atual do campo e a urgência de repensar seus fundamentos e de reorientar o exercício prático. São análises convergentes, se bem que nem sempre complementares, análises que realizam revisões, redefinições, reestruturações, reinterpretações e rupturas com categorias analíticas, esquemas conceituais, métodos de investigação. Não obstante, são análises relevadoras da complexidade e da multidimensionalidade dos fenômenos comunicativos num mundo cada vez mais globalizado, multiculturalizado e tecnologizado, mas também cada vez mais fragmentado e desigual. (Lopes, 2003, pp. 282-283)

Em segundo lugar, a interdisciplinaridade característica dos processos de Comunicacionais, dos próprios fundamentos teóricos e das estruturas nas quais a instituições midiáticas se enraízam, ao mesmo tempo que a fortalece, torna difícil a delimitação dos objetos e a demarcação de fronteiras em relação a outras áreas do conhecimento.

Ao lado da diversidade temática há certa disparidade metodológica na pesquisa em Comunicação, especialmente no Brasil e em outros países da América Latina. Existem pesquisas metodologicamente consistentes no desenho dos métodos e técnicas, bem como nas análises dos observáveis e nas formas de apresentação das metodologias empregadas. Parece que os cursos de pós-graduação *stricto sensu* e grupos de pesquisa têm ajudado a promover avanços nesse sentido. Mas, há também pesquisas elementares, do ponto de vista metodológico, pelo menos, a julgar pelos trabalhos apresentados em congressos e publicados em revistas científicas, embora seja uma ocorrência também em dissertações e teses. Ao mesmo tempo há uma tendência em minimização descritiva das metodologias empregadas. A superficialidade na descrição e/ou a omissão das metodologias usadas são prejudiciais ao desenvolvimento científico da área. Talvez essa situação seja até um sintoma da tendência ao *paperismo* [paperism], como disse González (2017). A pressão acadêmica por difusão da produção científica, acentuada pela atual

política de ciência e tecnologia, acaba por induzir mais a produção de papers (comunicações) e artigos ligeiros sobre temas emergentes e a abordagem de resultados parciais de pesquisa, do que a apresentação mais densa de análises de pesquisas concluídas.

Nesse contexto, predomina a tendência de elaboração e difusão de estudos de primeira ordem, presos a descrição de propriedades e elementos de um objeto. As entrevistas abertas semiestruturadas, análise de discursos, estudos documentais, além da pesquisa bibliográfica são técnicas amplamente utilizadas em pesquisas desse tipo, mas também são usados os questionários e análise de conteúdo como técnicas de investigação. Porém, afirmações mais aprofundadas sobre essas questões demandam investigações sistemáticas e de amplitude nacional.

Se há algo de interessante, entre outros aspectos, é a tendência observada, embora de modo assistemático e não exaustivo, a estudos empíricos – de cunho empirista ou não –, embora haja o desafio em se complexificar os recortes objetuais, as metodologias empregadas e as análises. Sinais de presença da preocupação com a qualidade da pesquisa em Comunicação são percebidos em palestras, grupos de trabalho de congressos da área, capítulos de livros, artigos, e teses defendidas em programas de pós-graduação, especialmente por meio da *pesquisa da pesquisa* desenvolvida por pesquisadores (Ferrara, 2003; Lopes, 2003; Maldonado, 2003; Melo, 2011; Sodré, 2014) atentos às teorias da Comunicação e às questões da epistemologia e das metodologias científicas.

Em suma, no que tange à questão metodológica, alguns desafios acercam-se da pesquisa em Comunicação. Urge aperfeiçoar os estudos de primeira ordem por intermédio do uso de metodologias mais complexas de modo a melhorar as descrições e, ao mesmo tempo, entender os fenômenos comunicacionais em suas complexidades. Simultaneamente é premente a passagem de estudos de primeira ordem aos de segunda, terceira e quarta ordens (Garcia, 2002; González, 2007) em nível de interpretação, o que requer o manuseio de abordagens mais aprofundadas. Enquanto abordagens de primeira ordem são descritivas das propriedades e elementos, as de segunda ordem são mais reflexivas e capazes de perceber as relações entre os observáveis e de cruzar teorias. Aquelas abordagens que miram os processos e desenvolvem um nível de interpretação ainda mais elevado, ao serem capazes de gerar conceitos são as de terceira ordem. As de quarta ordem são ainda mais avançadas pois desenvolvem teorias e partem da epistemologia para a interpretação, análise e explicação dos problemas teóricos e metodológicos.

A opção por determinada estratégia metodológica decorre da pergunta de pesquisa formulada inicialmente, que por sua vez sai do problema de investigação – formulado a partir de uma situação prática concreta e problematizada conceitualmente – que se quer compreender. Portanto, a delimitação do objeto (não confundir com unidade de observação) conduz a problemáticas mais ou menos relevantes. A relevância pode estar no grau de contribuição dos resultados para o desenvolvimento dos conceitos e teorias e no nível elevado de compreensão dos fenômenos complexos, além de sua importância – em saber teórico e/ou em sua aplicabilidade – para grupos sociais e para a sociedade como um todo, entre outros aspectos.

Para arrematar essa parte, gostaríamos de acrescentar que pesquisas metodologicamente consistentes casam bem com temáticas relevantes. A junção de metodologia complexa com temática de alta relevância da pesquisa para a sociedade é um dos componentes importantes que justifica o investimento em pesquisa, seja o esforço pessoal ou as verbas públicas. Faltam pesquisas que pudessem analisar exaustivamente os temas, objetos e metodologias privilegiados pela pesquisa em Comunicação, cujos resultados possibilitassem avaliar o grau de importância da mesma para a área do conhecimento e para a sociedade. Fica mais uma sugestão de pesquisa.

Aproximações e diferenças entre métodos e técnicas de pesquisa

As definições de "como pesquisar", além de tangenciar as questões epistemológicas costumam esbarrar em dúvidas sobre os métodos e, mais precisamente, sobre as diferenças entre método e técnica, até porque estes termos se alojam na palavra metodologia. Portanto, metodologia engloba métodos e técnicas, mas a palavra método não é sinônimo de técnica e nem da expressão procedimentos metodológicos. Método, vem do grego, e se escreve *meta-odós*, o que significa caminho para ir além. *Meta* (ir além) e *odós* (caminho, via). Portanto, método quer dizer via ou caminho de uma investigação. Esse caminho inclui os pressupostos epistemológicos (nem sempre explícitos), o marco conceitual (teorização) e o marco metodológico (estratégias metódicas e técnicas). A pesquisa sobre como estes elementos são processados é desafiante para a compreensão da pesquisa em Comunicação, do ponto de vista epistemológico, pois indicaria o grau de fundamentação e de teorização, além do percurso da pesquisa tendo em vista de sua coerência interna e validação no campo.

Reportando a Bachelard, Lopes (2010, p. 28) esclarece que a epistemologia é tomada no plano do desenvolvimento histórico da ciência e no nível operatório,

> como prática metodológica, entendendo que a reflexão epistemológica opera *internamente* à prática de pesquisa. Dito de outra maneira, os princípios de cientificidade operam internamente à prática de pesquisa, uma vez que a crítica epistemológica é que rege os critérios de validação interna do discurso científico (...). Esta perspectiva epistemológica deve necessariamente envolver critérios de *validação externa*, apoiados na crítica feita pela sociologia da ciência ou do conhecimento.

Garcia (2008, p. 71), usa a expressão "marco conceitual e metodológico" como "nome e sobrenome de uma mesma entidade, que encerra, ao mesmo tempo, uma posição epistemológica, uma certa concepção de 'realidade' (cosmovisão), e uma modalidade de investigação".

Partindo dessas procedentes noções e, para efeito didático, podemos adotar tanto a expressão "marco conceitual e metodológico" como "método científico", se preferirmos, mas concebendo-as como comportando três dimensões: a epistemológica, a teórico-conceitual e a metódica propriamente dita, interconectadas e inseparáveis, embora com performances específicas.

A *dimensão epistemológica* (ou marco epistêmico) indica a posição na filosofia da ciência, a matriz epistêmica, ou o sistema de pensamento, da qual decorrem outras decisões sobre as opções conceituais e metodológicas. A posição epistemológica indica se a pesquisa se alinha ao apriorismo, empirismo, construtivismo ou ao materialismo dialético, ou em outros termos ao positivismo, à fenomenologia, ao estruturalismo, ao funcionalismo, ao materialismo histórico dialético ou ao construtivismo, e suas variações, além de orientar (não determinar) a fundamentação teórica e nortear o método e os procedimentos técnicos de pesquisa. A matriz epistemológica é eleita pelo pesquisador, e sempre vai existir, pois reflete uma visão, uma concepção de ciência e de mundo, mesmo que não seja uma escolha consciente e deliberada. Garcia (2002, p. 120) é enfático ao afirmar que o marco epistêmico "representa um sistema de pensamento, raramente explicitado, que permeia as concepções da época numa determinada cultura e condiciona o tipo de teorizações que surgem em diversos campos do conhecimento".

A dimensão teórico-conceitual, que tem como raiz o marco epistêmico – ou um sistema de pensamento –, orienta e modula a fundamentação teórica, ou seja, a teorização que embasa ou da qual parte a investigação. E, em estudos mais avançados, orienta a nova teorização elaborada. Porém, mesmo que o marco epistêmico conduza e condiciona o marco conceitual, este não determina o conteúdo da teorização que será específica em cada investigação. Como diz Garcia (2002, p.120), "num marco epistêmico cabem inúmeros marcos conceituais" dentro de uma disciplina.

A *dimensão metódica* (ou marco metodológico) se refere aos princípios e preceitos que embasam a *metodologia* (palavra que comporta método e técnica) que condiz e conduz às práticas de pesquisa desenvolvidas. Ou seja, o método congrega os antecedentes (concepção de mundo e de ciência), os fundamentos teórico-metodológicos que embasam a estratégia de pesquisa e as técnicas facilitadoras das práticas de pesquisa para a geração de dados, coleta de informações e os observáveis. Em outras palavras, a dimensão metódica, por um lado, pressupõe o embasamento a partir dos conceitos que orientam concepção metódica e, por um lado, incorpora os instrumentos de coleta de dados e de informações, como o questionário, a entrevista, o grupo focal, a observação direta etc.

A concepção metódica da pesquisa-ação, por exemplo, possui um conjunto de princípios e delineamentos conceituais que indicam o tipo e o rumo da inserção do/a pesquisador/a na situação investigada, ou seja, sinalizam a estratégia macro metodológica deste tipo de investigação, que por seu turno vai delinear a prática da pesquisa e o emprego de técnicas.

Nessa perspectiva, o marco metodológico (a metodologia), possui dois componentes, a estratégia metódica (o método) e a(s) técnica(s). Repetindo, método não é sinônimo de técnica, ele antecede a técnica e vai indicar, inclusive, qual é a técnica mais pertinente ao desenvolvimento determinada pesquisa. Em última instância, método e técnica se complementam, em geral caminham juntos e até se entrecruzam, porém, em esferas um tanto distintas. As técnicas são os instrumentos usados para a coleta de informações e dados, para o registro das observações e a identificação dos observáveis.

Também é conveniente distinguir entre dados e observáveis. Segundo González (2007, p. 60), é comum, principalmente na prática de investigação empirista, chamar de "dados" ou "evidências" as "configurações de informação que se obtém dos objetos. Ao chamar de observáveis, não só mudamos o nome das coisas, mas interessa ressaltar o decisivo papel do Sujeito e suas próprias determinações na construção do que verá e julgará como seus objetos". Assim sendo, observável pressupõe o dado acrescido da interpretação sobre ele.

Em geral existe mais preocupação com as técnicas do que com os métodos e as questões epistemológicas nas teses e dissertações nos cursos de Pós-Graduação em Comunicação, particularmente no Brasil. Porém, como já dissemos, nem mesmo os procedimentos metodológicos são sempre bem descritos de modo a ajudar o leitor a entender o processo através do qual se chegou a determinados resultados e assim poder conferir validade interna e atestar ou não credibilidade à pesquisa.

A pesquisa será crível por tudo o que demonstrar em termos de seriedade do processo de pesquisa, abrangência e pertinência dos métodos e técnicas empregados, e qualidade dos resultados, conjugados com sua relevância temática e capacidade de teorização. A relevância será notada ainda pela capacidade de responder às necessidades de conhecimento da área, do país e do continente nos quais se assenta.

Não faz sentido pesquisar na intenção única de gerar comunicações para congressos e/ou artigos aceitáveis por periódicos estrangeiros – que costumam até induzir temas de interesse e modos de expressão –, apenas para subir a pontuação individual nos rankings acadêmicos. A pesquisa científica faz sentido quando é feita para gerar conhecimento capaz de contribuir com subsídios à sociedade para o equacionamento de suas questões cruciais, dos problemas à compreensão das configurações histórico-políticas, comunicacionais, econômicas, culturais, enfim de todas as áreas constitutivas dessa mesma sociedade. Como diz Paulo Freire (1981, p. 36), há um caráter político da atividade científica, e questiona: "a quem sirvo com minha ciência? Esta deve ser uma pergunta constante a ser feita por todos nós".

Considerações finais

Para finalizar, sem concluir, a temática deste texto, tão árida e ao mesmo tempo instigante, reforçamos a existência da necessidade do fortalecimento das pesquisas em Comunicação, tanto as teóricas quanto as empíricas. Junto à delimitação de problemas relevantes a profundidade dos marcos epistêmico[6] e teórico, e a pertinência do marco metodológico são de suma importância, além de implicar em clareza do ponto de vista epistêmico e o emprego rigoroso de métodos científicos e procedimentos técnicos competentes e capazes de responder às perguntas relevantes formuladas.

Uma problemática de pesquisa relevante tende a gerar resultados relevantes, capazes de surpreender, pela novidade e pela profundidade dos "achados". Do nosso ponto

[6] Dada a complexidade da questão epistemológica, em geral, nem se cobra dos programas de Pós-graduação em Comunicação brasileiros a explicitação do marco epistêmico, o que seria desejável pelo menos para o grau de doutorado.

de vista, a pesquisa em Comunicação no Brasil não tem surpreendido muito, apesar de haver exceções. As tendências anteriormente discutidas refletem as trilhas de uma ciência, por vezes tateante em seus recortes epistêmicos, objetos e ancoragem metódica, mas em crescente processo de qualificação construtiva. Desse modo, não de se trata de afirmar se o que é produzido é ou não ciência, mas de instigar novas pesquisas e mais meta pesquisa. Pesquisas que levem em consideração elementos da teoria do conhecimento e as dimensões ontológica e epistemológica da Comunicação, que atentem para os objetos comunicacionais e o cuidado com as metodologias científicas empregadas. Mas, ao mesmo tempo, pesquisas abertas a compreensão, respeito e valorização das diferentes noções de ciência e de métodos científicos.

Referências bibliográficas

Brandão, C. R. (1999). A participação da pesquisa no trabalho popular. In C. R. Brandão (Ed.), *Repensando a pesquisa participante* (pp. 223-252). São Paulo: Brasiliense.

Calhoun, C. (2012). Comunicação como ciência social (e mais). *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 35*(1), 277-310. doi: 10.1590/rbcc.v35i1.1108

Fals Borda, O. (2013). La ciencia y el pueblo: nuevas reflexiones sobre la investigación acción (participativa). In N. A. Herrera Farfán & L. López Gusman (Eds.), *Compromiso y cambio social. Textos de Orlando Fals Borda – antologia* (pp. 301-319). Buenos Aires: El Colectivo-Lanzas y Letras-Extensión Libros.

Fals Borda, O. (2013a) Romper el monopolio del conocimiento. In N. A. Herrera Farfán & L. López Gusman (Eds.), *Compromiso y cambio social. Textos de Orlando Fals Borda – antologia* (pp. 253-263). Buenos Aires: El Colectivo Lanzas.

Feyerabend, P. (1977). *Contra o método***.** Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora.

Ferrara, L.(2003). Epistemologia da comunicação: além do sujeito e aquém do objeto. In M. I. V. Lopes (Ed.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 55-67). São Paulo: Loyola.

Freire, P. (1981). Criando métodos de pesquisa alternativa: aprendendo a fazê-la melhor através da ação. In C. R. Brandão (Ed.), *Pesquisa participante* (pp. 34-41). São Paulo: Brasiliense.

Fuentes Navarro, R. (2015). Desafíos e responsabilidades de los estudios de la comunicación en América Latina. In M. A. Mattos & M. E. Oliveira (Eds.), *Desafios e perspectivas epistemológicas do campo comunicacional: estudos comparativos internacionais* (pp. 10-23). Belo Horizonte: PUC-MG.

Fuentes Navarro, R. (2008). *La comunicación desde una perspectiva sociocultural*. Guadalajara: ITESO.

Galindo Cáceres, J. (Ed.). (2008). *Comunicación, ciencia e historia*. Madrid: McGraw-Hill.

Garcia, R. (2002). *O conhecimento em construção*. Porto Alegre: Artmed.

Garcia, R. (2008). *Sistemas complexos. Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinária*. Barcelona: Gedisa.

González, J. A. (2015). Por una cultura del conocimiento. In M. Maass, J. Amozurrutia & J. Gonzalez, *Cibercultur@ e iniciación en la investigación interdisciplinaria* (pp. 303-380). Cidade do México: CNCA/ IMC/UNAM-CEICH.

González, J. A. (2017). Entrevista. *Tríade – Comunicação, Cultura e Mídia, 5*(9), 246-253. Retirado de http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/triade/article/view/3028/2690

Köche, J. C. (1997). *Fundamentos de metodologia científica. Teoria da ciência e prática da pesquisa*. Petrópolis: Vozes.

Lopes, M. I. V. (2003). Sobre o estatuto disciplinar do campo da comunicação. In M. I. V. Lopes (Ed.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 277-293). São Paulo: Loyola.

Lopes, M. I. V. (2010). Reflexividade e relacionismo como questões epistemológicas na pesquisa empírica em comunicação. In J. L. Braga, M. I. V.Lopes & L. C. Martino (Eds.), *Pesquisa empírica em comunicação* (pp. 29-49). São Paulo: Paulus/Compós

Maldonado, A. E. (2003). Explorações sobre a problemática epistemológica no campo das ciências da comunicação. In M. I. V. Lopes (Ed.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 205-225). São Paulo: Loyola.

Martin Serrano, M. (2007). *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw-Hill.

Martino, L. C. (2003). As epistemologias contemporâneas e o lugar da comunicação. In M. I. V. Lopes (Ed.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 69-111). São Paulo: Loyola.

Melo, J. M. (2011). Memória do campo acadêmico da comunicação: estado da arte do conhecimento empírico de natureza historiográfica. In M. Barbosa & O. J. Morais (Eds.), *Quem tem medo de pesquisa empírica?* (pp. 19-75). São Paulo: Intercom.

Minayo, M.C. S. (2011). O desafio da pesquisa social. In Minayo, M. C. S. (Ed.), *Pesquisa social. Teoria, mpetodo e criatividade* (pp. 9-29). Petrópolis: Vozes.

Morágas Spà, M. (2011). *Interpretar la comunicación*. Barcelona: InCom-UAB/Gedisa.

Peruzzo, C. M. K. (2016). *A pesquisa participante, de uma matriz teórico-metodológica às especificidades das práticas investigativas*. Comunicação apresentada no XIII Congreso da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Univ. Autônoma Metropolitana / Univ.Nacional Autonôma do México, Xochimilco/Cidade do México-México. Retirado de http://alaic.org/descargas/2016/GT8.pdf

Piaget, J. & Garcia, R. (2011). *Psicogênese e história das ciências.* Petrópolis: Vozes.

Santos, B. de S. (1989). *Introdução a uma ciência pós-moderna.* Rio de Janeiro: Gral.

Siqueira, H. C. H de & Erdmnn, A.L. (2007). Construtivismo como método de pesquisa: possibilidade de geração de conhecimentos. *Revista de Enfermagem UERJ, 15*(2), 291-297. Retirado de http://www.facenf.uerj.br/v15n2/v15n2a21.pdf

Sodré, M. (2014). *A ciência do comum. Notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes.

Thiollent, M. (1981). Investigación-acción. *Chasqui, 1*, 76-78. Retirado de http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/975

Thiollent, M. (2003). *Metodologia da pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez.

Triviños, A. N. S. (2012). *Introdução à pesquisa em ciências sociais. A pesquisa qualitativa em Educação: o positivismo, a fenomenologia, marxismo.*São Paulo: Atlas.

Nota biográfica

Cicilia M. Krohling Peruzzo é Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA-USP). Fez pós-doutorado na Universidade Nacional Autônoma do México. Professora aposentada da Universidade Federal do Espírito Santo. Bolsista por produtividade do CNPq. Autora dos livros *Relações públicas no modo de produção capitalista*, *Comunicação nos movimentos populares – a participação na construção na cidadani*a e *Televisão comunitária – dimensão pública e participação cidadã na mídia local*. Organizadora de algumas coletâneas. Possui artigos publicados em diversas revistas científicas nacionais e internacionais. Membro do Comitê de Assessoramento Artes e Comunicação do CNPq.

E-mail: kperuzzo@uol.com.br

Morada: Rua Dr. Nicolau de Souza Queiroz, 194 – ap.201, CEP 04105-000 São Paulo – SP, Brasil

*** Submetido: 02.11.2017**

*** Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 41 – 56
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2906

Notes on Communication research epistemology and methods

Cicilia M. Krohling Peruzzo

Abstract

This text weaves some aspects of research in Communication starting from the philosophy of knowledge as a basis for understanding science. It aims to discuss the issue of scientific research in the epistemological perspective, to consider the importance of scientific methodology in its methodical and technical dimensions, as well as to reflect on aspects of the research carried out in Latin America and more specifically in Brazil. It is a theoretical approach based on a non-systematic and non-exhaustive literature review. The existence of thematic and methodological diversity is examined, as well as the apparent tendency of the research to focus on the novelty, mainly in regards to elements related to technology, as object of study. The urgency of strengthening research in Communication is also considered, both theoretical and empirical, and the necessary advance in the design and description of research methods and techniques when presenting results and analyzes.

Keywords
Empiricism; epistemology; methodology; research in Communication

Resumo

Este texto tece alguns aspectos da pesquisa em Comunicação partindo da filosofia do conhecimento como base para se entender a ciência. Tem como objetivos discutir a questão da pesquisa científica na perspectiva epistemológica, atentar para a importância da metodologia científica em suas dimensões metódicas e técnicas, além de refletir sobre alguns aspectos da pesquisa realizada na América Latina e mais especificamente o Brasil. Trata-se de uma abordagem baseada numa revisão teórica não exaustiva e não sistemática. Considera-se a existência de diversidade temática e metodológica, além da aparente tendência da pesquisa em enfocar a novidade, principalmente de elementos relacionados à tecnologia, como objeto de estudo. Também se comenta sobre a premência do fortalecimento das pesquisas em Comunicação, tanto as teóricas quanto as empíricas, e do avanço necessário no desenho e na descrição dos métodos e técnicas de pesquisa quando da apresentação de resultados e análises.

Palavras-chave
Empirismo; epistemologia; metodologia; pesquisa em Comunicação

Introduction

This text weaves some aspects of the research in Communication, starting from the philosophy of knowledge as a basis for understanding science, in order to provoke reflections and debates, but without any pretension of addressing all the components that concern it. It aims to discuss the scientific research in Communication under the

epistemological perspective, to be attentive to the importance of scientific methodology in its technical and methodical dimensions, as well as to reflect on aspects of the trends and quality of the research carried out in Latin America and more specifically in Brazil. Rather than answers, we intend to promote debates and ask questions for future reflections.

First of all, it seems to us important to recognize the existence of methodological and thematic diversity under the research in Communication umbrella. The studies span from themes related to means of communication, i.e. means of information, such as radio, newspaper, television and cinema, to communication environments on the Internet with research about cyberculture, technological devices, interactivity, media and online social networks. Nonetheless, they also encompass organizational communication and public relations; advertising; public communication; interpersonal and group communication; popular, community and alternative communication, among other forms and means of communication. Based on a non-systematic and non-exhaustive literature review of scientific production in publications and papers presented at congresses, as well as on the bibliographical research carried out for this article, we can affirm that the emphasis has been given to studies on Journalism and, more recently, on cyberculture, as a result of the emergence of the Internet and the elevated concern with the technological mediation in the cultural and communication phenomena. Approaches related to cultural identities, imaginary and narrative representations either in or from the media, partly under the influence of the theoretical perspective of cultural studies, are also present in the Communication studies.

In a like manner, we observed some trends in the course of the research in Communication. One of them is the fad, or a fashion approach related to an emergent phenomena – especially due technological development, major events[1] or the arrival, in Brazil, of theories already in evidence in other countries, mainly from the United States or Europe. Television is an example of this kind of approach. For a long time, it has been widely regarded as a unit of observation, both critically and to understand its logic of entertainment and journalistic production. New technologies, especially from the emergence of the Internet and the constitution of the cyberspace, are attracting many researchers recently. It can be seen through the large number of studies on cyberculture and on the new configurations and uses of media and online social networks presented in conferences and published in journals and books. The cyberculture has even become a sub-area of Communication that has its own researcher association[2]. Another trend, in part linked to the previous one, is the marked research interest in emergent phenomena. Previously it was the Internet itself, its emergence and as a technology that provides a space of freedom of expression, sociability, etc. Nowadays, the gaze turns to the innovation of its configuration (Big Data, algorithms, robots, smart technology systems...), the changes

[1] Interest, for instance, in studying the treatment given by the press to the case of the impeachment of the former president Dilma Rousseff. Another example: after the large public demonstrations in June 2013, in Brazil, which made the role of alternative media more evident, although they have existed for decades, the interest in studying them becomes more pronounced.

[2] ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura [Brazilian Association of Researchers in Cyberculture]. See: https://abciber.org.br/

that the internet provokes in cultural standards, the potential of participation and shares, and so on. These are, perhaps, characteristic aspects of an area of knowledge whose pillars change rapidly, marked by a complex and dynamic interdisciplinarity. In this hybrid and shifting context of the Communication field, another trend observed by us for years is the emphasis on investigative approaches that only touch communication instead of treating it as a central research object. This is the case of studies whose analytical axes are based on technological, cultural and procedural parameters more sensitive to other areas of knowledge which cannot be seen from the communication point of view or from the communication process involved in the investigated phenomena.

Regarding the methodologies used in the Communication research, it is not new that the appropriation of techniques and methods developed in other areas of knowledge occurs, even though there is an effort to "bring'' or adapt them to the specificities of the Communication area. We are referring to techniques and methods such as hermeneutic, historical research, ethnography, content analysis, discourse analysis, participant observation, discussion group, focus group, questionnaire, and interviews. However, some of these methodologies have more affinity with the objects of the Communication such as content analysis, discourse analysis, unstructured interviews and focus group, in addition to the development of more characteristic methods and techniques used in reception and audience research such as the creation of electronic meters and the reception observations at the time of exposure of people to television content – soap operas, for instance.

Scientific research: the need for a step back

The discussion on the research in Communication brings an underlying issue: science. Are we really doing science? What characterizes a scientific research? The debate is neither recent nor simple nor finished. It is based on the philosophy of science and the theory of knowledge, whose boundaries are difficult to visualize and they refer to the epistemology of science. As discussed by Blanché (quoted in Santos, 1989, p. 19), the epistemology is a "second order reflection on science, a meta-science". Thus, the term epistemology is not used as a synonym of theory, since it refers to the deep understanding of the course of the scientific research nature, of its epistemic bases. Jean Piaget (2011, p. 20)[3], elevates the epistemology to the category of discipline which "aims to interpret science as a result of human mental activity or, likewise, explaining how the real thoughts of men can produce science as a coherent system of objective knowledge". Therefore, in the case of the research in Communication, from the epistemological point of view, Communication is investigated as an object of knowledge, both at the theoretical level and at the level of epistemic and methodical processes from which the knowledge is generated and that also indicate the elements of its consistency and validation. This has been undertaken by researchers at an international level, such as Calhoun (2012), Fuentes Navarro (2008, 2015), Galindo Cáceres (2008), Morágas Spà (2011) and Martín Serrano (2007), and also in Brazil, but in a smaller scale, since the predominant

[3] He attributes the co-authorship of this sentence to E. W. Beth.

tendency is directed at the understanding of the institutionalization of the field. Accordingly to Lopes (2010, p. 29), there is "neglect of epistemological issues in the empirical research of the Communication, a result of the deficient formation in research and of the instrumentalized inheritance of science, possibly the same one which identifies Communication as 'applied' social science in the institutional classification".

Returning to the science point, there are different paths to generate scientific knowledge from epistemological positions and conceptual frameworks. We will briefly address the empiricism in opposition to visions which question some of its assumptions, such as those of considering its research parameters as the only ones capable of leading to science. It finds support in the positivism, an epistemic current that defends the supremacy of the object in relation to the subject in the research process. This corresponds to a conception of science inherited from Physics, an exact science that would translate the scientific postulates valid for every field. Augusto Comte (quoted in Triviños, 2012, p. 33), important systematizer of the positivism, has even referred to Sociology as "social physics", as a discipline devoted to the study of social facts.

At this level there is the defense that scientific knowledge would be generated from the methodological objective research processes, supposedly neutral (to examine the reality in an uninterested way), able to privilege the object over the subject, i.e., to sensorially capture the knowledge that exists in the object without the "contamination" of the subject, the researcher. In the words of González (2007, p. 48),

> empirical positions privilege the side of the object over the subject. They assume the reality is outside the subject and it exists independently of him. His knowledge is summed up in observing, recording and writing, in all detail and without personal contamination, the characteristics of the object.

Some characteristics of this epistemic perspective are: attributing to science the function of "seeing to predicting"; taking reality as formed by isolated parts; not being interested in the phenomena causes; rejecting the metaphysical knowledge once considered speculative; believing that "true" knowledge is that one empirically verifiable (Triviños, 2012, pp. 35-37), hence the valuation of the experiment and the hypotheses that can be verified by empirical observations, deduction and methods and techniques derived from statistics and mathematical calculations. This current considers, as already mentioned, that only the parameters developed in the epistemic sphere linked to empiricism would be valid and able to generate scientific knowledge and, therefore, they should be followed by every field of knowledge. It advocates that observation must be subordinated to the observation of *facts* as the sole object of science, once reality contains the "truth" and the work of the researcher[4] is to grab it. This is a predominant position in the history of science, despite being questioned in its universalist perspective at the same time. Paul Feyerabend (1977), in the last century, was one of the critical exponents of rationalism

[4] For now on we use the gender masculine, without disregarding the gender equality in these matters.

and of the rejection of universal methodological rules[5]. Among other epistemologists, Jean Piaget (2011) and Rolando Garcia (2002, 2008) stand out as critics of empiricism, understood as a conception of science. Ultimately, there are different currents of thought, which are allocated in epistemological conceptions of scientific labor, different among them because they depart from divergent assumptions about worldview and science, such as positivism, phenomenology, structuralism, systemic focus, dialectical historical materialism, constructivism and genetic epistemology.

Without entering in the specificities of each of those modes of conceiving science and producing knowledge, which also indicate the taking of a stance that precedes a research and the bases of the path to be taken in the process of generation of knowledge, we do only a counterpoint to the prevailing view based on empiricism with a synthesis of views which refuses to see science from this perspective, as the only one valid and applicable to every field of knowledge. This point of view can be found in different approaches, but mainly in dialectical historical materialism, constructivism and genetic epistemology. It is a critical perspective that question, for instance, the idea of scientific neutrality which is supposed to exist in empiricist studies, once they are based on objective methodologies. In fact, there is no neutral stance, even in the methods they believe they are, because every variable and every type of approach imply choices that come from worldview. The theoretical-methodological and epistemological approaches depart from an epistemic position, from an alignment with certain interests and views of society. Orlando Fals Borda (2013, p. 302) warns: the value of science varies "accordingly to objective interests of the social classes involved in the formation and accumulation of knowledge, i.e., in its production". After all

> science is a cultural product of the human intellect, a product that responds to concrete collective needs (...) and also to objectives determined by social classes which appear as dominants in certain historical periods. Science is built by applying rules, methods and techniques that obey a certain type of rationality conventionally accepted by the minority community made up of people called scientists, who, because they are human, are precisely subject to motivation, interests, beliefs and superstitions, emotions and interpretations of their specific social development. For this reason, there can be no absolute value attributed to scientific knowledge. (Fals Borda, 2013, p. 302)

The production of scientific knowledge changes in conformity with the conditions of its production and the demand for knowledge by societies in certain periods. When its parameters considered as infallible are questioned, it is because there is a search for new forms of research, other types of knowledge and new types of scientific results able to offer different explanations and to understand the problems posed by life in society. This

[5] At the bottom, there is a concern that methods and methodologies may inhibit the generation of knowledge. Gumbrecht, H. U. (quoted in Sodré, 2014, p. 288) recommends: "do not believe in any 'method' or (even worse) methodology – not because methods or methodologies are intrinsically bad, but because they prevent one from thinking independently and from enjoying its intellectual freedom in a dimension which does not allow rigid regulations".

is perhaps the reason why Carlos R. Brandão (1999, p. 225) states that "the possibility of transforming a *scientific practice,* that has so long concealed its *political* being, into a practice that for precisely call itself political in its origin and destiny claims to be *scientific*". In this sentence, one can notice the affirmation of social segments demand of other types of research such as those that can help to understand the reality of subalternized classes and also to collaborate to the transformation of the basic socio-organizational praxis, without a promise of neutrality, but seeking the scientificity. This is the case of the participant research, for instance, especially the action research in the context of the popular social movements of Latin America. However, it is clear that the aforementioned method does not have its applicability limited to emancipatory movements, since it is used in several areas of knowledge (Thiollent, 1981, 2003) and with different kinds of purposes, from the business world to Education, Psychology, Computing, Agronomy, and Communication.

In brief, it is claimed the recognition of scientificity in research which disagrees with "traditional" canons. We are not saying that they are neither valid nor important, on the contrary, but we believe they cannot be taken as the only parameters to measure scientificity. It is not acceptable that the standards applied to exact and health sciences, among others, serve as parameters to all sciences, including humanities and social science. There are domains of social and cultural life (Minayo, 2011) that can be better understood and interpreted through qualitative research once they are located in the universe of meanings, values, aspirations, and attitudes. In other words, there are environments and problems that can be better understood from non-exact, non-experimental and non-quantifiable concepts, methods and techniques.

In reality, in the history of science, there is a continuous process of research methodologies and epistemological development in defiance of the understanding of the most diverse phenomena of this world. It is a path in which both quantitative methodologies – from print to online questionnaires, electronic meters to quantify audience etc. – and qualitative ones – from the participant observation to the observing participation and from the latter to the participant action research (Peruzzo, 2016), from ethnography to netnography – are improved and developed. In addition, semi-structured and in-depth interviews, such as oral history, life history, family history, focus group and discussion group, remain always current. They are open methodologies and also capable of generating scientific observables and knowledge. The idea of loss of scientificity in studies that do not follow the parameters of empiricism is prejudiced. However, we are not referring to the empirical research itself, once not all empirical research is empiricist. The term empiricism applies, as already mentioned, to assumptions such as what one needs to know is allocated in the "pure" empirical referent (object). In other words, accordingly to Jorge González (2007, p. 50), to the empirical perspective, "the reality is real and it is captured through sensory experience, which we perceive as nervous irritations of varying intensity and duration", on which deductions and generalizations are made.

Empirical research can be traced from different methodologies and conceptual frameworks. The narrow view of empiricism cannot recognize the possibility of intelligent distancing and rigor of the researcher in research processes, even with methods and

techniques of an open nature. There is research which does not promise neutrality, but it generates knowledge. What matters is to develop a science that can penetrate areas imperceptible to the techniques of exact, health and biological sciences. This does not mean that the necessity and importance of investigations of quantitative, experimental and observational nature are denied for certain research problems. Each investigative problem requires techniques and procedures consistent with what one wants to know. The questioning lies in the unidirectionality sought by the hegemonic research perspective.

Science is historical. It moves, advances and changes in conformity with the historical process of civilizations. At times of history, the phenomena of nature were seen as emanating from transcendental powers. At other times one tries to understand the phenomena in the a priori perspective (apriorism), which privileges the subject over the object. That is, the most important thing is not the object, because it is the rational capacity that leads to knowledge. "It is supposed that there are a number of a priori categories, innate through which we know the reality" (González, 2007, p. 49). Finally, the systemic positions pass through philosophical idealism which recognizes "the spiritual principle as primarily and the matter as a secondary aspect" (Triviños, 2012, p. 19), transit through logical empiricism, dialectical materialism and constructivism, among other conceptions. Logical empiricism sediments the epistemological core in the "radical dualism" between "empirical knowledge, extracted from experience from the direct perception of sensory data, and logic, considered language that would coordinate and organize such knowledge by adjusting to the formal rules of language itself" (Garcia, 2002, p. 43). The dialectical materialism conjugates the materialistic philosophy and the dynamic of dialectic in the "attempt to seek coherent, logic and rational explanations for the phenomena of nature, of society and of thought" (Triviños, 2012, p. 51). It is attentive to history, interconnections and the movement that transforms reality. Whilst for constructivism, knowledge "is not only related to the object nor to reason, but it stems from the interaction between subject and object, with emphasis on the subject as producer of knowledge" (Siqueira & Erdmann, 2007, p. 292). They are epistemological positions that have to do with conceptions of society – for example, the bases of dialectical materialism come from the philosophy of Marxism that sees society as contradictory once constituted from antagonistic social classes –, that guide the scientific view and the methods to be employed.

Ultimately, every research departs from an epistemological position, i.e., from a conception of the world, even if it is not conscious and/or not explicit by its protagonists. Thus, there are questions underlying any definition of research problem. To research for what? What to research? How to research? In the area of Communication, how would one envisage answers to this kind of question?

For the quality of the research in Communication

There is no doubt that research in Communication can be taken from different angles. Each of them can lead to instigating reflections and conclusions, but there is a wholeness that challenges the investigation. After all, the field requires reflections

> articulated in several planes and levels of analysis: an ontological one, on the nature of the communication; (...) another level is the epistemological one, which questions communication as an object of knowledge, and evidently, to certain communicators (...) subjects of this knowledge; and, of course, a methodological level, which has to do with the ways in which these objects of knowledge and of definition are formulated as objects of inquiry. But before the methodological level, I believe that it is necessary to reflect on a praxeological level (...), since communication is, in its general essence, a social practice or, as it should be said more accurately, a sociocultural practice, contextualized, historized, crossed by power. (Fuentes Navarro, 2015, p. 12)

In this perspective, one can see the field's object fertility, which with its singularities and, at the same time, its epistemological links, transits in an incessant transience. On the one hand, it is a recent science in a process of fast development, but at the same time, it suffers the technological and social transformations of societies on a daily basis. It is a challenging area because it is very broad and dynamic, with and without borders with other areas of knowledge. That is, the configurations of the praxeological universe of Communication have been changed rapidly in the last decades – from channels to the media and messages –, from communication process – interpersonal to organizational, massive, community, digital and online ones –, from mediatic and live communication environments to virtual one – and so on, which forces to a continuous search for the revision of concepts and theories, their re-elaboration and the formulation of new concepts and theories to analyze the transformations. On the other hand, the area congregates an interesting interdisciplinarity as it permeates and is permeated by other sciences.

What is researched in Communication? Without attempting to answer this question, we only remark that, first, there is a great diversity from the angle of the explored object to the units of analysis and the types of communication processes emphasized. This diversity is one of its richness and, perhaps, of its weaknesses. Simultaneously with the coverage of diverse themes and research objects - even as a reflection of the scope of the area, as hinted in the two previous paragraphs, which make more complex the development of theories, roughly, it also runs the risk of dispersion, of pulverizing themes, of emphasizing the novelties, mainly technological, and the surroundings of the communication processes. It seems to have resistance or difficulties in starting from Communication, of forms, of means and of communication processes as a focus. From our point of view, too much attention is given to underlying aspects, such as sociological, anthropological, cultural, technological, narrative ones, sometimes leaving behind the communication involved in the type of phenomenon analyzed. The fact that up to now there is still discussion on the epistemological plane on what is Communication, what is its object, and whether or not it constitutes science, discipline and field of knowledge is, perhaps, a reflection of this situation. As Melo says (2011, p. 21), "although there is no consensus in the academy about the nature of the object of the Communication sciences, the fact is that, for half a century, a community which research communication

phenomena has been being structured". Among the diversity of the studied phenomena, in the conceptual scope,

> the multiplication of proposals for theoretical reformulation of the Communication studies shows a general dissatisfaction with the current state of the field and the urgency to rethink its foundations and to reorient the practical exercise. They are convergent analyses, although not always complementary, which carry out revisions, redefinitions, restructurings, reinterpretations, and ruptures with analytical categories, conceptual schemes, investigation methods. Nonetheless, they are analyses that revealing the complexity and multidimensionality of the communicative phenomena in an increasingly globalised, multiculturalized and technological world, but also increasingly fragmented and unequal. (Lopes, 2003, pp. 282-283)

Second, the interdisciplinarity which characterizes the Communication processes, the theoretical foundations itself and the structures in which the media institutions are rooted, while strengthening it, makes it difficult to delimit the objects and to establish the demarcation of borders in relation to other areas of knowledge.

Alongside the thematic diversity, there is some methodological disparity in the Communication research, especially in Brazil and other Latin American countries. There are methodologically consistent research in the design of the methods and techniques, as well as in the analysis of the observables and in the forms of presentation of the methodologies used. It seems that *stricto sensu* graduate courses and research groups have helped to promote advances in this direction. However, there is also elementary research, from a methodological point of view, at least, judging from the papers presented at congresses and published in scientific journals, although it is also an occurrence in dissertations and theses. At the same time, there is a tendency in descriptive minimization of the methodologies used. The superficiality in the description and/or omission of the methodologies used are detrimental to the scientific development of the area. Perhaps this situation is even a symptom of the tendency towards *paperism*, as Jorge A. Gonzalez (2017) says. The academic pressure for the diffusion of scientific production, accentuated by the current policy on science and technology, leads to the increase in the production of hasty articles and communications on emerging themes and to the approach of partial results of research, instead to a more dense presentation of analysis of completed research.

In this context, the tendency of elaboration and diffusion of studies of first-order prevails, attached to the description of properties and elements of an object. Open semi-structured interviews, discourse analysis, documentary studies and bibliographic research are techniques widely used in research of this type, but also questionnaires and content analysis are used as research techniques. However, more in-depth statements on these questions request systematic and national-level investigations.

It is interesting to notice, among other aspects, the trend observed, in a non-systematic and non-exhaustive way, towards empirical studies – from an empiricist or

non-empiricist nature –, although there is a challenge in make more complex the object definitions, the methodologies used and the analyses. Signs of the concern about the quality of research in Communication are perceived in lectures, working groups of congresses in the area, dissertations and theses defended in postgraduate programs, especially through *the research of the research* developed by researchers (Ferrara, 2003; Lopes, 2003; Maldonado, 2003; Melo, 2011; Sodré, 2014) attentive to theories of Communication and the issues of epistemology and scientific methodologies.

In summary, regarding the methodological issue, some challenges approach the research in Communication. It is imperative to improve first-order studies through the use of more complex methodologies in order to improve the descriptions and, at the same time, to understand the communication phenomena in their complexities. Simultaneously, it is urgent to move from first-order studies to the second, third and fourth orders (Garcia, 2002; González, 2007) at the interpretation level, which requires the use of more in-depth approaches. While first order approaches are descriptive of properties and elements, second order approaches are more reflective and able to perceive the relationships between observables and to cross theories. Those approaches that look at the processes and develop an even higher level of interpretation, being able to generate concepts are the third order ones. The fourth order approaches are even more advanced because they develop theories and depart from epistemology leading to the interpretation, analysis and explanation of theoretical and methodological problems.

The choice for a given methodological strategy arises from the research question formulated initially, which in turn comes from the research problem – formulated from a concrete and conceptually problematized practical situation – which one wants to understand. Therefore, the delimitation of the object (not to be confused with the unit of observation) leads to more or less relevant problems. The relevance can be in both the degree of contribution of the results to the development of concepts and theories and in the high level of understanding of complex phenomena, in addition to their importance – in theoretical knowledge and/or its applicability – to social groups and to society as a whole, among other aspects.

To conclude this part, we would like to add that methodologically consistent research goes well with relevant themes. The combination of a complex methodology with a highly relevant research theme for society is one of the important components that justifies investment in research, whether it is a personal effort or public funds. There is a lack of research that could exhaustively analyze the themes, objects and methodologies privileged by the research in Communication, whose results make it possible to evaluate the degree of its importance to the knowledge area and to society. This is another research topic for the future.

Approaches and differences between research methods and techniques

The definitions of "how to do research", in addition to touch epistemological questions, use to stumble upon doubts about methods and, more precisely, about the

differences between method and technique, even because these terms are housed in the word methodology. Therefore, methodology encompasses methods and techniques, but the word method is neither a synonym of technique nor of the expression methodological procedures. Method comes from the Greek and is written *meta-odós*, which means path to go beyond. *Meta* (to go beyond) and *odós* (path, way). Thus, method means the path or way of an investigation. This path includes epistemological assumptions (not always explicit), the conceptual framework (theorization) and the methodological framework (methodical strategies and techniques). The research on how these elements are processed is challenging for the understanding of the research in Communication, from the epistemological point of view, once it would indicate the degree of scientific basis and theorization, as well as the course of the research in view of its internal coherence and validation in the field.

Reporting to Gaston Bachelard, Lopes (2010, p. 28) clarifies that epistemology is taken at the level of historical development of science and at the operative level,

> as a methodological practice, understanding that the epistemological reflection operates internally in the practice of research. In other words, the principles of scientificity operate internally in the practice of research, since the epistemological criticism governs the criteria of internal validation of scientific discourse (...). This epistemological perspective must necessarily involve external validation criteria, supported by the criticism made by the sociology of science or of knowledge.

Rolando Garcia (2008, p. 71), uses the expression "conceptual and methodological framework" as "the name and surname of the same entity, which contains at the same time an epistemological position, a certain conception of 'reality' (cosmovision), and a modality of investigation".

Starting from these coming notions, and with a pedagogical proposal, we can adopt both expressions "conceptual and methodological framework" and "scientific method", if it suits us, but we should conceive them as having three dimensions: the epistemological, the conceptual-theoretical and the methodical itself, interconnected and inseparable, even though with specific performances.

The *epistemological dimension* (or epistemic framework) indicates the position in the philosophy of science, the epistemic matrix, or the system of thought from which derive other decisions on the conceptual and methodological options. The epistemological position indicates whether the research is aligned with apriorism, empiricism, constructivism or dialectical materialism, or in other terms with positivism, phenomenology, structuralism, functionalism, dialectical historical materialism or constructivism and its variations, in addition to orienting (not determining) the theoretical basis and guiding the method and the research technical proceeding. The epistemological matrix is chosen by the researcher, and it will always exist, once it reflects a sight, a concept of science and worldview, even if it is not a conscious and deliberate choice. Rolando Garcia (2002, p. 120) is emphatic in saying that the epistemic framework "represents a system

of thought, rarely explicit, that permeates the perceptions of a given time in a specific culture and conditions the type of theorizations that arise in several fields of knowledge".

The theoretical-conceptual dimension, which has as its roots the epistemic framework – or a system of thoughts, guides and shapes the theoretical basis, i.e., the theorization which works as a basis for the investigation or from which it starts. And, in more advanced studies, it guides the new theorization elaborated. However, even if the epistemic framework conducts and conditions the conceptual framework, it does not determine the content of the theorization that will be specific to each investigation. As Garcia (2002, p. 120) says, "within an epistemic framework there are innumerable conceptual milestones" within a discipline.

The *methodical dimension* (or methodological framework) refers to the principles and precepts which support the *methodology* (word that comprises method and technique) that matches and leads to the developed research practices. That is, the method brings together the antecedents (concepts of the world and of science), the theoretical-methodological basis which supports the research strategy and the techniques that facilitate the practice of research for data generation, information gathering and observables. In other words, on the one hand, the methodical dimension presupposes the theoretical basis starting from concepts that guide methodical conception. On the other hand, the methodical dimension incorporates the instruments of data and information collection such as questionnaire, interview, focus group, direct observation etc.

The methodical conception of action research, for instance, has a set of principles and conceptual delineations that indicate the type and direction of the researcher's insertion in the investigated situation, that is, they signal the macro-methodological strategy of this type of research, which will, in turn, outline the practice of research and the use of techniques.

In this perspective, the methodical framework (methodology) has two components: the methodical strategy (method) and the technique(s). Once more, method is not synonymous with technique, it precedes the technique and will even indicate which technique is most relevant to the development of a particular research. Ultimately, method and technique complement each other, they usually go together and even intersect, but in somewhat different spheres. Techniques are the instruments used to collect information and data, to record observations and to identify observables.

It is also convenient to distinguish between data and observables. According to González (2007, p. 60), it is common, especially in the practice of empiricist research, to call "data" or "evidence" the "configurations of information obtained from objects. When we name it observables, we not only change the name of things, but it is important to emphasize the decisive role of the Subject and their own determinations in the construction of what they will see and judge as theirs objects". Thus, observable presupposes the data plus the interpretation of it.

In general, there is more concern with techniques than with methods and epistemological issues in theses and dissertations in the Post-Graduation Courses in Communication, particularly in Brazil. However, as we have already said, even methodological procedures are not always well described in order to help the reader to understand the

process by which certain results have been reached and thus can confer internal validity and attest, or not, credibility to the research.

The research will be credible for all that it demonstrates in terms of the seriousness of the research process, the coverage and pertinence of the methods and techniques employed, and the quality of the results, combined with its thematic relevance and theorizing capacity. The relevance will also be noted for the ability to respond to the knowledge needs of the Area, the country and the continent on which it is based.

It does not make sense to do research with the unique intention of generating papers for congresses and/or articles acceptable to be published by foreign journals – which even tend to induce themes of interest and modes of expression – just to raise individual scores in academic rankings. Scientific research makes sense when it is done to generate knowledge capable of contributing with subsidies to the society for the equation of its crucial issues, from the problems to the understanding of the historical-political, communicational, economic, cultural and ultimately all areas which constitute that society, configurations. As Paulo Freire (1981, p. 36) says, there is a political character in the scientific activity, and asks: "whom do I serve with my science? This must be a constant question to be asked by all of us".

Final considerations

To conclude, without concluding, the thematic of this text, so arid and at the same time instigating, we reinforce the existence of the need to strengthen research in Communication, both theoretical and empirical. Along with the delimitation of relevant problems the depth of the epistemic[6] and theoretical frameworks, and the relevance of the methodological framework are of paramount importance, in addition to implying epistemic clarity and rigorous use of scientific methods and technical procedures competent and capable of responding relevant questions asked.

A relevant research problem tends to generate relevant results, capable of surprising by the novelty and by the depth of the "findings". From our point of view, the research in Communication in Brazil has not surprised much, although there are exceptions. The trends previously discussed reflect the trails of a science, sometimes grovelling in its epistemic contour, objects and methodical anchoring, but in a growing process of constructive qualification. Thus, it is not a matter of asserting whether what is produced is or is not science, but of instigating new research and more meta research. Research that take into account elements of the theory of knowledge and the ontological and epistemological dimensions of the Communication, that focus on communicational objects and care with the scientific methodologies employed. But at the same time, research open to the understanding, respect and appreciation of the different notions of science and scientific methods.

Translated by Denise Maria Moura da Silva Lopes

[6] Given the complexity of the epistemological question, in general, the explanation on the epistemic framework is not required in the Brazilian Postgraduate Programs in Communication, which would be desirable at least for the doctoral degree.

Bibliographic references

Brandão, C. R. (1999). A participação da pesquisa no trabalho popular. In C. R. Brandão (Ed.), *Repensando a pesquisa participante* (pp. 223-252). São Paulo: Brasiliense.

Calhoun, C. (2012). Comunicação como ciência social (e mais). *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 35*(1), 277-310. doi: 10.1590/rbcc.v35i1.1108

Fals Borda, O. (2013). La ciencia y el pueblo: nuevas reflexiones sobre la investigación acción (participativa). In N. A. Herrera Farfán & L. López Gusman (Eds.), *Compromiso y cambio social. Textos de Orlando Fals Borda – antologia* (pp. 301-319). Buenos Aires: El Colectivo-Lanzas y Letras-Extensión Libros.

Fals Borda, O. (2013a) Romper el monopolio del conocimiento. In N. A. Herrera Farfán & L. López Gusman (Eds.), *Compromiso y cambio social. Textos de Orlando Fals Borda – antologia* (pp. 253-263). Buenos Aires: El Colectivo Lanzas.

Feyerabend, P. (1977). *Contra o método***.** Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora.

Ferrara, L.(2003). Epistemologia da comunicação: além do sujeito e aquém do objeto. In M. I. V. Lopes (Ed.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 55-67). São Paulo: Loyola.

Freire, P. (1981). Criando métodos de pesquisa alternativa: aprendendo a fazê-la melhor através da ação. In C. R. Brandão (Ed.) *Pesquisa participante* (pp. 34-41). São Paulo: Brasiliense.

Fuentes Navarro, R. (2015). Desafíos e responsabilidades de los estudios de la comunicación en América Latina. In M. A. Mattos & M. E. Oliveira (Eds.), *Desafios e perspectivas epistemológicas do campo comunicacional: estudos comparativos internacionais* (pp. 10-23). Belo Horizonte: PUC-MG.

Fuentes Navarro, R. (2008). *La comunicación desde una perspectiva sociocultural*. Guadalajara: ITESO.

Galindo Cáceres, J. (Ed.) (2008). *Comunicación, ciencia e historia*. Madrid: McGraw-Hill.

Garcia, R. (2002). *O conhecimento em construção*. Porto Alegre: Artmed.

Garcia, R. (2008). *Sistemas complexos. Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinária*. Barcelona: Gedisa.

González, J. A. (2015). Por una cultura del conocimiento. In M. Maass; J. Amozurrutia & J. Gonzalez, *Cibercultur@ e iniciación en la investigación interdisciplinaria* (pp. 303-380). Ciudad de México: CNCA/ IMC/UNAM-CEICH.

González, J. A. (2017). Entrevista. *Tríade – Comunicação, Cultura e Mídia, 5*(9), 246-253. Retrieved from http:// periodicos.uniso.br/ojs/index.php/triade/article/view/3028/2690

Köche, J. C. (1997). *Fundamentos de metodologia científica. Teoria da ciência e prática da pesquisa*. Petrópolis: Vozes.

Lopes, M. I. V. (2003). Sobre o estatuto disciplinar do campo da comunicação. In M. I. V. Lopes (Ed.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 277-293). São Paulo: Loyola.

Lopes, M. I. V. (2010). Reflexividade e relacionismo como questões epistemológicas na pesquisa empírica em comunicação. In J. L. Braga; M. I. V.Lopes & L.C. Martino (Eds.), *Pesquisa empírica em comunicação* (pp. 29-49). São Paulo: Paulus/Compós.

Maldonado, A. E. (2003). Explorações sobre a problemática epistemológica no campo das ciências da comunicação. In M. I. V. Lopes (Ed.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 205-225). São Paulo: Loyola.

Martin Serrano, M. (2007). *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw-Hill.

Martino, L. C. (2003). As epistemologias contemporâneas e o lugar da comunicação. In M. I. V. Lopes (Ed.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 69-111). São Paulo: Loyola.

Melo, J. M. (2011). Memória do campo acadêmico da comunicação: estado da arte do conhecimento empírico de natureza historiográfica. In M. Barbosa & O. J. Morais (Eds.), *Quem tem medo de pesquisa empírica?* (pp. 19-75). São Paulo: Intercom.

Minayo, M. C. S. (2011). O desafio da pesquisa social. In Minayo, M. C. S. (Ed.), *Pesquisa social. Teoria, metodo e criatividade*. 32.ed. (9-29). Petrópolis: Vozes.

Morágas Spà, M. (2011). *Interpretar la comunicación*. Barcelona: InCom-UAB/Gedisa.

Peruzzo, C. M.K. (2016. *A pesquisa participante, de uma matriz teórico-metodológica às especificidades das práticas investigativas*. Paper presented at XIII Congreso da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Univ. Autônoma Metropolitana / Univ.Nacional Autonôma do México, Xochimilco/Cidade do México-México. Retrieved from http://alaic.org/descargas/2016/GT8.pdf.

Piaget, J. & Garcia, R. (2011). *Psicogênese e história das ciências.* Petrópolis: Vozes.

Santos, B. de S. (1989). *Introdução a uma ciência pós-moderna.* Rio de Janeiro: Gral.

Siqueira, H. C. H de & Erdmnn, A.L. (2007). Construtivismo como método de pesquisa: possibilidade de geração de conhecimentos. *Revista de Enfermagem UERJ, 15*(2), 291-297 Retrieved from http://www.facenf.uerj.br/v15n2/v15n2a21.pdf

Sodré, M. (2014). *A ciência do comum. Notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes.

Thiollent, M. (1981). Investigación-acción. *Chasqui,* 1, 76-78. Retirado de http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/975

Thiollent, M. (2003). *Metodologia da pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez.

Triviños, A. N.S. (2012*). Introdução à pesquisa em ciências sociais. A pesquisa qualitativa em Educação: o positivismo, a fenomenologia, marxismo.*São Paulo: Atlas.

Biographical note

Cicilia M. Krohling Peruzzo,holds a PhD in Communication Science from the University of São Paulo (ECA-USP). She did a post-doctorate research at the Universidad Nacional Autónoma de México. Retired Professor at the Federal University of Espírito Santo. She has a scholarship for productivity by CNPq. Author of the books *Relações públicas no modo de produção capitalista* [Public relations in the capitalist mode of production], *Comunicação nos movimentos populares – a participação na construção na cidadania* [Communication in popular movements – participation in the construction of citizenship] and *Televisão comunitária – dimensão pública e participação cidadã na mídia local* [Community television – public dimension and citizen participation in local media]. She organized some book collections and has articles published in several national and

international scientific journals. Member of the Arts and Communication Advisory Committee of CNPq.

Email: kperuzzo@uol.com.br

Address: Rua Dr. Nicolau de Souza Queiroz, 194 – ap.201, CEP 04105-000 São Paulo – SP, Brazil

*** Submitted: 02.11.2017**

*** Accepted: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 57 – 81
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2907

Cartografias da pesquisa-ação: em busca de deslocamentos da epistemologia do Sul[1]

Lumárya Souza de Sousa & Thaiane Oliveira

Resumo

A proposta deste trabalho é discutir sobre a pesquisa-ação como uma das possibilidades de desenvolvimento de uma epistemologia do Sul, na qual possa se atrelar o conhecimento científico e outras ecologias de saberes. Propomos, neste trabalho, realizar uma cartografia sobre o que vem sendo desenvolvido sobre pesquisa-ação no Brasil, buscando discutir esta dimensão de produção de conhecimento a partir de perspectivas que busquem romper o abismo entre ciência colonizadora e a ciência invisibilizada na geopolítica do conhecimento científico. Assim, nossa proposta busca compreender o que vem sido produzido sobre pesquisa-ação no Brasil, quem são os atores que estão desenvolvendo este tipo de pesquisa e como esta pode ser entendida como própria de uma epistemologia do Sul.

Palavras-chave
Ciência invisível; epistemologia do Sul; pesquisa-ação; Sul Global

Abstract

The purpose of this paper is to discuss action research as one of the possibilities for the development of an epistemology of the South, in which scientific knowledge and other ecologies of knowledge can be linked. In this work, we propose a mapping of what has been developed on action research in Brazil, seeking to discuss this dimension of knowledge production from perspectives which seek to break the gap between colonizing and invisibilized science in the geopolitics of scientific knowledge. Thus, our proposal seeks to answer what has been produced on action research in Brazil, who are the actors that are developing this type of research and how it can be understood as belonging to an epistemology of the South.

Keywords
Action research; epistemology of the South; invisible science; Global South

Introdução

A produção científica é calcada não apenas em normas imperativas institucionais, tal como já apontado na década de 1940 por Robert Merton (1972), sobre as premissas da ciência moderna, na qual os resultados das investigações científicas são pertencentes a toda a sociedade, mas também envolve uma série de disputas de capital e poder para

[1] Parte desta pesquisa foi apoiada pela agência DAAD (Alemanha), referente ao projeto Literacias do Global South, realizada após visita de cooperação internacional com a Universidade de Tubingen em janeiro de 2018, com fundos do Ministério Federal Alemão de Educação e Investigação.

domínio dos espaços de circulação científica global[2]. O próprio sociólogo da ciência já reconhecia, ainda na primeira metade do século XX, que tais normas não eram imperativas e que uma série de outras vaidades e capitais simbólicos afetam diretamente o *ethos* científico (Merton, 1968). Contudo, mais do que dinâmicas internas próprias de micro-organizações sociais e disputas de capitais simbólicos, o ecossistema científico também está consolidado a partir de disputas de capitais econômicos em uma geopolítica do conhecimento baseada na privatização do saber. Neste ecossistema científico, vemos a predominância de um conjunto de empresas editoriais que ditam as normas de qualidade do conhecimento científico, formando um oligopólio no qual seu lucro é baseado na comercialização do conhecimento (Larivière, Haustein & Mongeon, 2015) e elevam ao *status* de hegemonia um conjunto de países que vêm dominando o mercado científico há mais de 350 anos.

Neste ecossistema científico há uma separação abissal (Santos, 2007) entre o que é hegemônico e o que é periférico, entre o que é visível e o que está sendo invisibilizado, reforçando a ideia da existência de diferentes circuitos de produção científica. Mais ainda, outras dicotomias são traçadas em torno da ciência moderna, que se pauta na legitimação da produção de conhecimentos assentes no racionalismo e distinguindo o conhecimento científico e o popular, elevando barreiras que separam o que é validado pela ciência e o que não é reconhecido pela mesma. Portanto, torna-se necessário desenvolver formas de pensamento que busquem superar essas dicotomias da circulação científica, permitindo a superação destas distinções da produção de diferentes conhecimentos, próprias de um pensamento pós-abissal (Santos, 2007).

Segundo Maria Paula Meneses (2008, p. 5), com base nos escritos de Boaventura de Sousa Santos (1995, 1999, 2000, 2007, 2008, entre outros) que desde 1995 vem propondo uma discussão sobre a questão, "uma epistemologia do Sul assenta em três orientações: aprender que existe o Sul; aprender a ir para o Sul; aprender a partir do Sul e com o Sul". Para estes autores, a divisão radical a partir da hierarquização dos saberes atribuiu à ciência moderna o monopólio universal de dominância sobre o conhecimento, estabelecendo uma distinção entre o verdadeiro e o falso. Porém, a colonialidade do poder sobre o conhecimento vai além das contradições epistemológicas sobre o reconhecimento dos múltiplos saberes que permeiam as diferentes produções de sentido no campo científico. A relação colonial da circulação da produção científica é parte dos acordos de uma agenda global capitalista, no qual países hegemônicos reforçam sua centralidade a partir de práticas nas quais a natureza hierárquica das relações Norte Sul permanecem nas relações capitalistas e imperiais, como por exemplo o espaço destinado a publicação de produções do Sul Global nas revistas que foram paulatinamente reconhecidas como legitimadoras da qualidade científica, desde que reproduzissem modelos instaurados por escolas dos países centrais (Larivière et al., 2015); a falta de

[2] Para o sociólogo da ciência, estas normas seriam pautadas em quatro princípios: 1) comunalismo (o conhecimento científico é um patrimônio comum da humanidade); 2) Universalismo (os trabalhos científicos devem seguir padrões universais de avaliação; 3) *disinterestedness* [isenção de interesses] (distanciamento da ciência para interesses pessoais); e 4) *organized skepticism* [ceticismo organizado] (o cientista deve ser privado de qualquer forma de preconceito e de conclusões precipitadas sobre seus trabalhos).

espaço reservado aos sujeitos avaliadores de países periféricos e semiperiféricos, como comitês científicos nestas mesmas revistas (Dhanani & Jones, 2017); a imposição sobre a reprodução de modelos metodológicos e as dependências infraestruturais de sistemas de mensuração e avaliação da ciência (Haustein, 2016). Estes são alguns dos exemplos da dominância do Norte sobre o Sul, através da colonização epistêmica naturalizada e desapercebida no qual as questões espacial e temporal são centrais a esta discussão. Ou melhor, a falta de espaço e temporalidades enredadas provocam a tangencialidade da ciência no Sul Global, como uma localidade expandida (Resende & Thies, 2017) reconhecida e assumida como fundamental para entendermos que modelos específicos, estabelecidos e fixos atribuídos pela ordem política e econômica dominante se entrelaçam com os modelos pós-coloniais e desafiam a (des)ordem mundial (Levander & Mignolo, 2011). Neste sentido, mais do que uma negação aos modelos dominantes, este olhar constitutivo sobre epistemologias do Sul convida a reformular os paradigmas de países coloniais a partir de perspectivas que exponham as disputas de poder e a naturalização ideológica da subalternidade, da exclusão e do estatuto periférico (Mata, 2014). As epistemologias do Sul, em suas perspectivas pós-coloniais, devem ser vistas como o encontro de diferentes concepções sobre o conhecimento e o poder (Santos, 2008).

Segundo Luciana Ballestrin (2013, p. 94), "a mudança na redefinição das esferas política e cultural na América Latina durante os anos recentes levou a vários intelectuais da região a revisar epistemologias previamente estabelecidas nas ciências sociais e humanidades", reconhecendo a necessidade do desenvolvimento de correntes epistemológicas oriundas de suas próprias dimensões locais, na busca por categorizações críticas para a região (Castro-Gómez & Mendieta, 1998), visto que o continente latino-americano ocupa um espaço central para o exercício da colonialidade, pois foi a primeira periferia do sistema-mundo e também a primeira oportunidade de acumulação primitiva do capital (Castro-Gómez, 2005).

Para Cicilia Peruzzo (2016), a pesquisa participante, e em especial a pesquisa-ação, se insere no debate e nas propostas de descolonização da ciência, da emergência de uma epistemologia do Sul, por propor alternativas à produção de conhecimento a partir de modelos eurocêntricos, ao reconhecer a existência de múltiplos saberes e favorecer a formação de sujeitos críticos para fora das instituições universitárias (Maldonado-Torres, 2008). Assim, vemos emergir na América Latina a pesquisa-ação como uma das formas de conseguir compreender essa múltipla ecologia de saberes, ao trazer os sujeitos de investigação como agentes ativos e atuantes da produção de conhecimento, que não estão necessariamente inseridos no restrito espaço de produção de conhecimento científico. A pesquisa-ação reconhece os agentes da investigação como sujeitos (coletivos ou individuais), além "da potencialidade de construção de conhecimento científico na relação com os mesmos na condição de participantes ativos, como co-protagonistas – e não meros informantes/colaboradores – na elaboração de planos, interpretações e no empoderamento dos resultados" (Peruzzo, 2016, p. 6), possibilitando o reconhecimento de outros saberes na ecologia do conhecimento para além daquele impregnado pela racionalidade científica hegemônica.

Desde os anos 2000, a pesquisa-ação vem crescendo no Brasil, conforme apontam Etienne Lima e Fábio Silva (2017). Partindo da compreensão de que a pesquisa-ação emerge neste cenário de uma epistemologia própria do Sul (Peruzzo, 2016), nos interessa investigar como este tipo de pesquisa vem sido configurado no Brasil, buscando responder se este tipo de investigação é uma das formas de produção do conhecimento próprias desse pensamento pós-abissal. Assim, nos interessa compreender como a pesquisa ação tem sido apresentada em produções científicas brasileiras? Qual é o perfil da pesquisa ação no Brasil? Essas são as questões que conduzem este trabalho. Nos interessa, portanto, investigar que tipos de práticas de pesquisa-ação estão sendo desenvolvidas no Sul Global, buscando tecer, a partir de métodos cartográficos, a consolidação de uma rede de investigação sobre o tema. Para tanto, como recorte inicial para esta pesquisa, teceremos um olhar sobre o Brasil, onde teve início deste tipo de pesquisa na América Latina, com as práticas investigativas no campo da educação em Paulo Freire na década de 1970 (Gajardo, 1985), cujo o crescimento sobre o interesse acadêmico brasileiro tem aumentado cada vez mais desde o século XXI (Lima & Silva, 2017).

Em busca de uma ciência invisível e suas aproximações com uma epistemologia do Sul

Para a compreensão do ecossistema científico é necessário inicialmente reconhecer os múltiplos agentes que compõem as tramas relacionais da ciência. Dentre alguns atores que envolvem a circulação científica contemporânea estão as grandes editoras, responsáveis pela indexação das revistas científicas e por legitimar e validar a qualidade das publicações dos periódicos que constam em suas bases. Contudo, o mercado que se forma em torno dessas editoras tem-se tornado complexo, limitando a circulação científica apenas a um conjunto de empresas que dominam o cenário, formando um "oligopólio científico" (Larivière et al., 2015) a partir de um conjunto de seis grandes companhias: ACS, Reed-Elsevier, Springer, Wiley-Blackwell, Taylor & Francis, e Sage. A consolidação desta indústria de publicação científica tem sido tema de muito debate dentro e fora da comunidade científica, especialmente em relação às altas margens de lucro das principais editoras, seus critérios pouco transparentes de avaliação de títulos e a publicação de produções de pesquisadores, em sua maioria, europeus e norte-americanos, silenciando e tornando invisível o conhecimento desenvolvido em outros países, sobretudo em áreas consideradas menos estratégicas para a agenda global (Wagner & Wong, 2011).

O que observamos nesse cenário é uma organização pautada em uma geopolítica do conhecimento (Mignolo, 2008), na qual o capitalismo e a globalização ditam as posturas, posicionamentos e disputas de poder deste ecossistema científico global, onde as empresas editoriais dominam o mercado científico do conhecimento e ditam normas para a avaliação do impacto, da qualidade e da legitimação científica. Neste cenário regido pelo capitalismo, dois circuitos são estabelecidos de maneira em que se cria um abismo sobre o que é hegemônico e o que é periférico, ou seja, o que está do "outro lado da linha", invisibilizado nestes espaços "reconhecidos" pela ciência global através das

disputas de poder. Ou seja, cria-se uma "ciência de qualidade" e uma ciência periférica, uma ciência que não é mensurável pelos modelos de avaliação científica, uma ciência praticamente "invisível". Resta-nos perguntar: invisível para quem?

Tal indagação vai ao encontro de Boaventura de Sousa Santos que defende que o pensamento moderno ocidental é abissal. Para o pesquisador (Santos, 2007, p. 71), existe um sistema de distinções pautado no regime de visibilidades e invisibilidades, cujas distinções "são estabelecidas por meio de linhas radicais que dividem a realidade social em dois universos distintos: o "deste lado da linha" e o "do outro lado da linha"". Para ele, a divisão se funda de tal maneira, que o que é considerado "do outro lado da linha" desaparece como realidade, tornando inexistente o que é produzido neste outro circuito. Esse abismo "consiste em conceder à ciência moderna o monopólio da distinção universal entre o verdadeiro e o falso em detrimento de (...) corpos de conhecimentos alternativos" (Santos, 2007, p. 47). Segundo o pensador português, é necessário democratizar e descolonizar o conhecimento, reconhecendo a importância de múltiplas epistemologias. Para tanto, é necessário admitir que o saber é uma ferramenta que deve ser servida para além dos espaços tradicionais de produção de conhecimento, a partir da noção de acesso aberto, partilha e compromisso público, elementos cruciais da ciência latino-americana (Vessuri, Guédon & Cetto, 2014).

Ainda, o conhecimento pode ser representado através de múltiplas formas, "incluindo texto, imagem, números, história, música, drama, poesia, cerimônia e meditação" (Hall & Tandon, 2017, p. 13). Portanto, torna-se importante apontar que a geopolítica do conhecimento, cuja visão colonialista permanece sendo reproduzida, precisa ser relativizada, levando em consideração os contextos culturais e as práticas de resistência e libertação através da própria investigação científica.

Mas, para isso, é necessário compreender a produção do conhecimento a partir de uma perspectiva descolonial, que "implica pensar a partir das línguas e das categorias de pensamento não incluídas nos fundamentos dos pensamentos ocidentais" (Mignolo, 2008, p. 305). Para Santiago Castro-Gómez (2005, p. 80), decolonizar a universidade latino-americana significa introduzir o pensamento pós-colonial através da incorporação da transdisciplinaridade e do pensamento complexo que permita um intercâmbio cognitivo entre a ciência ocidental e outras formas "pós-coloniais" de produção de conhecimento. Mais do que buscar uma superação das lógicas de colonialidade implicadas no prefixo "pós", a decolonização da universidade não se trata de uma "reversão do momento colonial pelo pós-colonial" (Colaço, 2012) e sim de um posicionamento de luta contínua de uma universidade mais aberta, plural e participante.

Portanto, não se trata apenas da negação sobre a investigação científica hegemônica[3], mas a compreensão de que esses aportes não são o suficiente quando se entende a produção científica para além dos paradigmas e modelos de circulação científica tradicionais. Para compreender o que tem sido produzido em conhecimento é necessário, portanto, se reconhecer os espaços de produção de saberes em territorialidades que não

[3] Aqui compreendida como espaços de circulação científica tradicionais como portais de editoras de acesso fechado e bibliotecas indexadoras que corroboram para uma hegemonia do conhecimento sob princípios comerciais.

fazem parte de um eixo hegemônico da ciência, desafio que esta pesquisa busca suplantar. Descolonizar a ciência significa ao mesmo tempo desvelar a lógica da colonialidade e da reprodução da matriz colonial do poder, como por exemplo, discutindo as questões de barreiras linguísticas, culturais e estruturais da própria cientometria ao passo em que se desconecta dos efeitos totalitários das subjetividades e categorias de pensamento ocidentais, buscando tecer métodos que deem conta da produção de saberes científicos em sua compreensão mais ampla. É neste sentido que Santiago Castro-Gómez (2007) propõe outros paradigmas baseados na transdisciplinaridade e pensamento complexo como modelos emergentes do diálogo transcultural de saberes entre a ciência ocidental e formas pós-ocidentais de produção de conhecimento.

Nesse sentido, surge a noção de um pensamento pós-abissal (Santos, 2007, p. 85) "como um aprender com o Sul usando uma epistemologia do Sul. Ele confronta a monocultura da ciência moderna com uma ecologia de saberes, na medida em que se funda no reconhecimento da pluralidade de conhecimentos heterogêneos". Este pensamento busca reconhecer a diversidade inesgotável de produções de conhecimento heterogêneas, para além daquela que é legitimada pelo racionalismo científico, propondo formas de construir uma epistemologia adequada que dê conta destes múltiplos saberes (sendo apenas um deles a ciência moderna, tal como a conhecemos). Ou seja, não se trata de uma negação da ciência moderna, mas do reconhecimento de que ela não é capaz de explicar a realidade e que pode reafirmar o abismo entre o que é legitimado por epistemologias próprias e validadas pelo racionalismo científico, numa distinção entre o que é "verdade científica" e o que é o popular. Nos deparamos com diferentes níveis de circuitos abissais no ecossistema científico: de um lado, uma separação pautada na geopolítica do conhecimento a partir de circuitos consolidados em torno de práticas capitalistas de um mercado editorial científico hegemônico, que distingue a circuitos da ciência hegemônica e da ciência periférica; e de outro, em subconjuntos locais, o fortalecimento da distinção entre o que é científico, e que se baseia em metodologias validadas pelos agentes hegemônicos da ciência, e o que está do "outro lado", o que é popular, o outro conjunto de saberes.

Diante dessa organização social da ciência, nos deparamos com a pesquisa-ação, que busca superar tais distinções, e construir uma epistemologia própria do Sul Global, propondo outra forma de se relacionar com o abismo entre o hegemônico e o periférico de ciência global, ao passo que reconhece a ecologia dos múltiplos saberes, unindo o conhecimento científico e o conhecimento popular, neste cenário de pensamento pós-abissal, respeitando as lógicas e as necessidades dos povos do continente latino-americano. Conforme aponta Cicilia Peruzzo (2016, pp. 6-7), "um novo modo de ver e de conceber a ciência, e de gerar conhecimento científico estão em construção na América Latina – e não só nela – desde pelo menos as últimas quatro décadas do século passado". Para a autora, a pesquisa-ação tem se aprimorado, buscando situar esse tipo de investigação no âmbito da epistemologia científica, desvencilhando-se de certos dogmas e tecendo métodos para qualificar a inserção do investigador para além da militância política. A pesquisa-ação "dá credibilidade ao desenvolvimento de poderes de durações reflexivas,

discussões, decisões e ações de pessoas comuns que participam de uma pesquisa coletiva sobre "problemas privados", que eles têm em comum (Adelman, 1993, p. 9).

Como sabemos, nenhuma ciência é neutra em seu caráter político, mas segue os interesses objetivos de classes sociais envoltas na formação, acumulação e disseminação por uma hegemonia do conhecimento (Fals Borda, 2012). A pesquisa-ação surge através de uma "busca de novas premissas na produção do conhecimento científico que relativiza o pressuposto de que o único conhecimento válido é o científico e que este só é possível ser obtido se for construído segundo os cânones do empirismo, da objetividade e da pretensa neutralidade, princípios estes construídos e reproduzidos a partir da cultura científica ocidental de cunho positivista" (Peruzzo, 2016, p. 5). A pesquisa-ação, portanto, diz respeito ao desenvolvimento de uma epistemologia na qual o pesquisador não apenas é um sujeito atuante na investigação, mas possui um equilíbrio de poderes entre os outros agentes envolvidos na experiência de pesquisa, uma natureza epistemológica do Sul Global.

Pressupostos epistemológicos da pesquisa-ação

Diante deste cenário de disputas e oligopólios científicos, regidos pelo capitalismo e pela globalização (Mignolo, 2008, 2013), alternativas ao pensamento social latino-americano são concebidas em direção contrária à organização colonial do mundo. Uma colonialidade expressa pelo pensamento neoliberal que, segundo Lander (2005, p. 14), detém de uma força hegemônica que nutre uma noção de caráter objetivo e universal do conhecimento, a qual se articula "com as separações que estabelecem os conhecimentos sociais entre a sociedade moderna e o restante das culturas". Assim, um leque de alternativas aos saberes modernos se encadeia no contexto latino-americano em questionamento ao caráter colonial dos saberes sociais. O autor aponta que uma nova forma de se conceber o mundo em direção à abolição do regime de separação que marginaliza o continente. É uma compreensão de um paradigma que articula a ideia de comunidade, de libertação através da práxis, de redefinição do papel do pesquisador social, de caráter histórico, de pluralidade epistêmica, de resistência, e da revisão de métodos e transformações ocasionadas por ele (p. 15).

Neste sentido, diversas contribuições são identificadas com o propósito de compor o paradigma do pensamento social latino-americano no contexto da geopolítica do conhecimento. A pesquisa-ação se configura como uma dessas propostas por buscar uma convergência entre o pensamento popular e o conhecimento científico, por superar a distinção entre sujeito e objeto, uma característica do positivismo, e por se inspirar num conceito democrático pluralista (Fals Borda, 2012). Assim, aplicada em vários campos do conhecimento e com finalidades distintas, a pesquisa-ação, que se posiciona no contexto científico como uma proposta metodológica de reinvenção das metodologias tradicionais, nos apresenta a ação e a conduta do pesquisador dentro do processo investigativo como elementos fundamentais na elaboração de uma pesquisa. Desta forma, há uma íntima relação entre os sujeitos considerados e a ação proposta, acompanhada de

uma transformação social que se revela como característica central desta metodologia (Thiollent, 2009).

A pesquisa-ação surge no período pós segunda guerra mundial, se popularizando na América Latina em meados da década de 1960. Sua fundamentação teórica e epistemológica tem raiz na Alemanha, a partir do psicólogo Kurt Lewin, que acreditava ser a pesquisa-ação uma importante estratégia de intervenção psicológica. Judeu e indignado com a opressão nazista, Kurt se posicionou como defensor da mudança social, propondo uma metodologia em seus estudos acadêmicos que fosse útil para a sociedade, com justiça social e investigação rigorosa: a pesquisa-ação (Melo et al., 2016). Contudo, apesar da atribuição do termo dada por Lewin, existem divergências sobre o criador do processo (Tripp, 2005). Por vezes, na literatura científica, a pesquisa-ação é tida como qualquer tipo de reflexão sobre a ação, desconsiderando o caráter da pesquisa-ação como uma forma de investigação-ação que requer ação tanto na área prática como na pesquisa.

Para Barbier (1985), a pesquisa-ação se revela no contexto pós-guerra para dar conta de questões relevantes para a conjuntura social da época, assim como os Estados Unidos fez após a primeira guerra mundial, investigando problemas sociais em zonas urbanas. É nesta concepção que a pesquisa-ação reflete sobre o lugar do homem na sociedade e propõe uma transformação dos objetos em sujeitos sociais, tornando a produção do saber coletiva e identificando uma gênese social que precede a gênese teórica. A finalidade é servir de instrumento de mudança social (Barbier, 2007), sem desagregar a produção do conhecimento da prática desempenhada para se chegar à mudança.

Assim, a metodologia da pesquisa-ação se apresenta diante de uma lacuna entre a teoria e a prática. Apesar do termo pesquisa-ação ser amplamente utilizado, Peruzzo explica que por vezes outras denominações são empregadas como "pesquisa-ação participativa, ou simplesmente de pesquisa participante, pesquisa ativa, estudo- pesquisa, investigação-ação ou pesquisa militante, segundo a visão de cada autor e das tradições teóricas que as fundamentam" (2016, p. 2). Sob uma ótica participante, Peruzzo discorre sobre essas discrepâncias conceituais e o uso de todos estes termos. A autora parte da pesquisa participante para compreender as especificidades da pesquisa-ação, que se enquadra como uma modalidade de pesquisa participante (assim como a observação participante), a qual tem como pressuposto básico a inserção do pesquisador no ambiente do fenômeno e/ou grupo estudado, e a sua interação com ele. Porém, no caso específico da pesquisa-ação, Peruzzo acrescenta que "o pesquisador, não só compartilha do ambiente investigado, mas possibilita que o investigado participe do processo de realização da pesquisa e que os resultados se revertam em benefício do próprio grupo pesquisado" (2003, p. 3). Em contrapartida, apesar dos rumos atuais da pesquisa participante, que ainda é de constante busca pela legitimidade científica, precisamos considerar a complexidade deste campo metodológico, que parte de muitos debates sobre a inserção do pesquisador no ambiente investigado e essa forma de se conceber e fazer pesquisa em Ciências Humanas, mesmo a pesquisa participante sendo aplicada em várias áreas do conhecimento, como na educação, sociologia, comunicação, na antropologia, administração, engenharia, entre outras.

Não se trata de um abandono de um modelo de dominação científica na forma de atuação na pesquisa, mas de uma transformação, ou ainda transfiguração, dos modelos hegemônicos na reconstrução de planos científicos. Fals Borda enaltece qual deve ser o papel verdadeiro do cientista ativo de hoje que coloca em cheque questões relevantes anteriores ao resultado da pesquisa como: "qual é o tipo de conhecimento que queremos e precisamos?"; "A que se destina o conhecimento científico e quem dele se beneficiará?" (1981, p. 47). Contudo, o mesmo autor acrescenta que a intenção não é formar um novo paradigma científico por meio da pesquisa participante, substituindo um já existente, mas sim questionar a necessidade de uma centralidade no processo de produção do conhecimento científico, muito mais do que no produto final.

> No entanto, podemos nos aproximar de um tipo de brecha metodológica se os pesquisadores engajados seguirem os efeitos dinâmicos do rompimento da díade sujeito-objeto que esta metodologia exige como uma de suas características básicas. São muito evidentes as potencialidades de se obter um novo conhecimento sólido a partir do estabelecimento, na pesquisa, de uma relação mais proveitosa sujeito-objeto, isto é, uma completa integração e participação dos que sofrem a experiência da pesquisa. (Fals Borda, 1981, p. 59)

Portanto, propomos uma discussão epistemológica e metodológica inovadora de valorização do fazer científico, apresentando a pesquisa-ação como uma proposta que dialoga com a inovação e a empiria. A pesquisa-ação é uma proposta libertadora e emancipatória no sentido de libertar quanto "à imposição dos hábitos, dos costumes e da sistematização burocrática" (Barbier, 2007, p. 59). Queremos nos distanciar de um discurso de universalidade da ciência e de neutralidade da produção científica. "A ciência é histórica, se move, avança e se transforma em conformidade com o próprio processo histórico das civilizações. Portanto, se a ciência não é unívoca, também não o é a epistemologia da ciência", o que implica a pesquisa participante baseada em um afastamento do positivismo e aproximação de uma visão dionisíaca (Peruzzo, 2016, p. 4). Essa noção de epistemologia, segundo Peruzzo, ajuda na compreensão das controvérsias que acompanham o conhecimento científico e a sua validação, corroborando para uma noção com uma dimensão ainda maior, a de uma epistemologia do Sul, que tem na pesquisa participante "portas de entrada para a construção de conhecimentos", diante do contexto e das lógicas científicas latino-americanas.

Portanto, este parece ser um momento pertinente para darmos mais ênfase em uma breve apresentação dos pressupostos gerais da pesquisa-ação, em virtude da sua clara proposta de ruptura com os cânones do empirismo e modelos construídos e sustentados pela cultura científica ocidental a partir de um modelo de espirais de reflexão e ação. Para essa breve discussão, tomamos como base características gerais da pesquisa-ação apontadas por Peruzzo (2016, p. 9), que destaca a "participação/inserção do pesquisador, o tipo de ação, a participação do investigado e o retorno dos resultados".

Participação/inserção do pesquisador

Fazer pesquisa-ação requer uma participação contínua e efetiva do pesquisador dentro do cenário e da realidade do fenômeno e/ou grupo estudado. Barbier (1985) posiciona a pesquisa-ação como uma corrente que não apenas se afasta do positivismo, mas que propõe uma sociologia do acontecimento ou da cotidianidade. Assim, a participação do pesquisador tem como foco acompanhar a dinâmica do cotidiano, de modo que ele também tenha autonomia para agir. Para que essa interação ocorra é preciso uma autorização prévia do grupo ou da comunidade.

A inserção é uma fase de aproximação com o grupo e ocorre quando o pesquisador assume a função de coordenador da pesquisa. Função esta que deve se distanciar da relação "opressor e oprimido" ou "educandos e educados", qual é levantada por Paulo Freire (2005). Aplicar a pesquisa-ação é se afastar do sistema da "educação bancária", onde educar se torna o ato de depositar o saber, que desconsidera a consciência e o processo dialético, mas sim aproximar-se de uma pesquisa na perspectiva libertadora. O pesquisador não é um "capacitador" do grupo estudado, mas um "mediador", apesar de autônomo e autor da sua prática e do seu discurso, que está presente com a finalidade de desenvolver um papel ativo na resolução dos problemas encontrados, no acompanhamento e na avaliação.

Tipo de ação

A ação a que se refere a pesquisa-ação é dupla: ação do pesquisador e ação do grupo estudado. Peruzzo (2016), explica que essa ação se distingue daquela convencional na concepção da pesquisa etnográfica, observação participante e correntes antropológicas e psicológicas tradicionais. Na pesquisa-ação, o pesquisador não apenas observa, mas também tem livre atuação, centrada na cooperação e coletividade com os sujeitos do grupo pesquisado. Na definição de Thiollent (2009, p. 16), a pesquisa-ação é concebida e realizada com "estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo".

Participação do investigador

O pesquisador tem um papel ativo dentro da pesquisa-ação, que tem como pressuposto não separar o pesquisador do pensamento e da ação, dos fatos e valores. O envolvimento entre o pesquisador e os sujeitos integrantes da pesquisa resulta em vários níveis de envolvimento. Assim, a participação dos investigados não é tida como mera ação colaborativa, mas em ações que partem desde a elaboração estratégica de um plano de ações, à realização efetiva da pesquisa e debate sobre os dados obtidos com os resultados. É uma participação calcada não apenas nos interesses do pesquisador, mas em uma contribuição efetiva e contínua para os sujeitos investigados, a partir de uma construção de conhecimento coletivo e, assim, propondo uma descolonização do conhecimento.

A pesquisa-ação tem a intenção de superar as lógicas do conhecimento científico tradicional ao incorporar uma função político-social, o que vai de encontro com a participação do investigador na efetivação da pesquisa-ação. Thiollent (2009) associa essa função política a uma ação ou resolução de um problema que deve ter como princípio básico a coletividade e cooperatividade, onde os sujeitos investigados têm algo a dizer ou fazer. A investigação e a condução do investigador e investigados está diretamente ligada à uma proposta de política de transformação. Contudo, é preciso também considerar as limitações existentes neste processo e reconhecer os aspectos estruturais da realidade social investigada. As ações só podem estar estruturadas e serem transformadoras se os sujeitos envolvidos estiverem conscientes de todas essas questões. Além disso, essas transformações são necessariamente limitadas, tendo em vista que o sistema social não é alterado definitivamente e as transformações aqui evocadas pela pesquisa-ação ocorrem diretamente na consciência das pessoas.

> A justa apreciação do alcance das transformações associadas à pesquisa-ação não passa por critérios únicos. Cada situação é diferente das outras. Quando as ações adquirem uma dimensão objetiva de fácil identificação (por exemplo: produção, manifestação coletiva etc.), os resultados podem ser avaliados em termos tangíveis: quantidade produzida, número de pessoas mobilizadas etc. A ação é acoplada à esfera dos fatores subjetivos e, portanto, faz-se mister distinguir vários graus na tomada de consciência. (Thiollent, 2009, p. 47)

Retorno dos resultados

O retorno do conhecimento é um dos grandes diferenciais da pesquisa-ação, afastando-a da proposta normativa de conceber a ciência tradicionalmente e da concepção de "laboratório", rompendo com todos esses padrões científicos. O retorno do resultado da pesquisa é muitas vezes esperado pelos grupos estudados, mas raramente devolvido. Na pesquisa-ação, esse retorno ocorre em todo o processo investigativo e em uma última etapa com uma linguagem clara e acessível para a compreensão de todos. Peruzzo (2016, p. 13) explica que a pesquisa-ação pressupõe uma democratização desses resultados ao longo da pesquisa porque "os próprios passos delineados vão possibilitando a participação na discussão de "achados" pois se realizam fóruns e seminários para apresentação e discussão de resultados parciais e organização interna da pesquisa".

Sobre a democratização desse conhecimento e o retorno dos resultados da pesquisa, Fals Borda (1981) acrescenta que deve ser sistematizado, organizado e sem arrogância intelectual, propondo algumas regras de "restituição sistemática". A primeira regra trata de uma comunicação diferencial, que deve ser adaptada de acordo com o nível de desenvolvimento político e educacional do grupo estudado. A segunda determina uma simplicidade da comunicação, priorizando uma linguagem acessível a todos. Em seguida, o autor sugere uma auto investigação e controle, ou seja, um controle do processo

investigativo pelo grupo investigado. Esta regra chama a atenção para a autonomia controlada do pesquisador, que não pode decidir sozinho o que deve ser investigado, mas sim tomar esta decisão juntamente com os sujeitos do grupo pesquisado, partindo de relações dialogais e rompendo o esquema objeto e sujeito da pesquisa. Por fim, a última regra pressupõe uma popularização técnica científica, reconhecendo as técnicas de pesquisa e apresentando-as de forma acessíveis aos grupos.

Cartografias da pesquisa-ação no Sul Global

Novos modos de se ver e conceber o conhecimento científico estão em constante construção na América Latina, isto é, modos alternativos ao pensamento eurocêntrico-colonial. O continente passa por uma mudança de perspectiva ao se colocar "no lugar de Nós" (Lander, 2005). Uma epistemologia do Sul tem sido formada, ficando evidente a urgência de uma reflexão epistemológica. Para Santos (2007, p. 20), nunca esteve tão claro "que a compreensão do mundo é muito mais ampla que a compreensão ocidental do mundo", o que explica o contexto de globalização e de debilidade das teorias sociais. O grande problema para quem vive no Sul é que as teorias ocidentais não se ajustam às realidades dos países que não fazem parte do eixo hegemônico.

Uma discrepância entre teoria e prática social revelam a emergência de uma epistemologia do Sul – a descolonização da ciência – e trazem à tona a necessidade de um novo modo de produção de conhecimento (Santos, 2007). Neste contexto, propostas metodológicas participativas ganham força como uma alternativa às novas formas de conceber o pensamento, sendo a pesquisa-ação um desses caminhos possíveis, por ultrapassar os limites da ação e fortalecer a tomada de consciência por meio do empoderamento participativo e reflexivo. Além de gerar respostas concretas a problemáticas do grupo investigativo, a pesquisa-ação permite a expansão de processos de construção do conhecimento, se estabelecendo com uma "nova visão da sociedade, do conhecimento e da ciência" (Colmenares, 2012).

Partindo deste cenário, visando entender esse processo de construção de conhecimento a partir de metodologias participativas no Sul Global, realizámos uma coleta de publicações científicas na América Latina sobre pesquisa-ação divulgadas nos últimos 17 anos (2000-2017), visto que estudos apontam para um crescimento sobre o tema desde os anos 2000 (Lima & Silva, 2017). O intuito é investigarmos que tipos de práticas de pesquisa-ação estão sendo desenvolvidas no Sul, buscando tecer, a partir de métodos cartográficos, a consolidação de uma rede de investigação sobre o tema.

Por entender o pouco espaço de publicação de artigos brasileiros e latino-americanos em periódicos do oligopólio científico, nossa coleta buscou utilizar outras maneiras de se mensurar a circulação da produção científica sobre o tema, visto que as buscas tradicionais bibliométricas utilizando a Web of Science ou Science Direct da Scopus não permitem acolher o panorama científico em regiões periféricas (Wagner & Wong, 2012). Assim, esta pesquisa buscou utilizar outras fontes, como o Google Acadêmico, que permite uma mensuração mais ampla das pesquisas brasileiras (Mugnaini & Strehl, 2008),

ainda que o rigor científico para a indexação não seja muito relevante. Para tanto, utilizamos o software Publish or Perish para a extração dos dados, realizando uma busca pelos títulos "*investigación acción*" (951) e "pesquisa-ação" (856), totalizando 1.807 títulos categorizados. Por meio do *software*, de cada publicação, obtivemos o número de citações, autor, título, ano, fonte, editor, URL do artigo, URL da citação, dentre outros dados. Para a realização de uma investigação mais aprofundada, iremos nos debruçar sobre os dados referentes à pesquisa-ação, que compreende a realidade científica brasileira.

De todo o conjunto de entradas identificadas (n=856) foram localizados apenas dois títulos indexados pelas grandes editoras comerciais que fazem parte do oligopólio científico, representando 0,35% do total de títulos encontrados nessa amostra, reforçando a ideia da existência de uma ciência invisibilizada no mercado científico. Os dois títulos da amostra presentes no circuito do oligopólio científico estão indexados na Elsevier. As bases de indexação que aparecem com maior ênfase nos demais títulos analisados são Redalyc, SciELO Brasil e Bireme, que são bases relevantes no contexto da América Latina (Babini, 2011). O *Action Research Journal*[4], por exemplo, é um periódico que pertence a uma dessas grandes editoras que comandam esse oligopólio científico, a Sage, e há somente duas publicações de autores latino-americanos nos últimos três anos nas edições publicadas. No comitê editorial há um único membro da América Latina, do México, apesar de ter vários membros do Sul Global. Apesar do interesse no tema, e de uma tradição do uso de pesquisa-ação em alguns campos do conhecimento como a educação, por exemplo, que vem tido destaque desde os trabalhos de Paulo Freire Fals Borda na década de 1970, pesquisadores latino-americanos possuem pouco espaço nas revistas de grandes editoras comerciais como a Sage, seja na publicação ou no espaço de avaliação e legitimação da qualidade do material a ser publicado. Esta breve análise sobre os últimos três anos de publicação da Action Research Journal nos mostra o quanto a ciência latino-americana costuma ser invisibilizada e tangenciada nos espaços de grande circulação científica, e portanto, necessário desenvolver outras metodologias para mensuração da ciência para além das plataformas amplamente utilizadas como Web of Science e Scopus.

A coleta se baseou em duas buscas a partir de palavras-chave: Pesquisa-ação, para coleta de publicações de pesquisadores brasileiros e Investigación-Acción, para pesquisadores latino-americanos, excluindo publicações de pesquisadores oriundos da Espanha e de outros países de língua castelhana. Tal procedimento teve como intuito entender quantitativamente como tem evoluído a discussão sobre pesquisa-ação em países da América Latina, incluindo o Brasil, buscando, posteriormente, aprofundar sobre os perfis de publicação apenas nas produções brasileiras.

Quanto às suas características, o primeiro gráfico (Gráfico 1) nos apresenta um panorama da pesquisa-ação (Brasil) e da *investigación acción* (países latino-americanos) no período de 2000 a 2017, sendo possível observarmos uma estabilidade de publicações de pesquisa-ação no Brasil nos últimos cinco anos e um declínio na *investigación acción* no restante da América Latina no mesmo período. Apesar de a pesquisa estar

[4] Disponível em http://journals.sagepub.com/home/arja

centrada nestes dois termos, do ponto de vista conceitual, as nomenclaturas variam de acordo com as tradições teóricas. Peruzzo (2016) nos explica que a pesquisa-ação (ou Investigação-ação) é uma expressão com origem anglo-saxônica (*action-research*) e francesa (*recherche-action*), particularmente a partir das investigações de Kurt Lewin, sendo a América Latina bastante influenciada pelo termo Pesquisa Participante. No contexto brasileiro, são destacados Paulo Freire, Carlos Rodrigues Brandão e João Bosco Pinto, com a expressão pesquisa participante num primeiro momento. Em um segundo momento, predomina a denominação pesquisa-ação com Michel Thiollent e o próprio Fals Borda, entre outros.

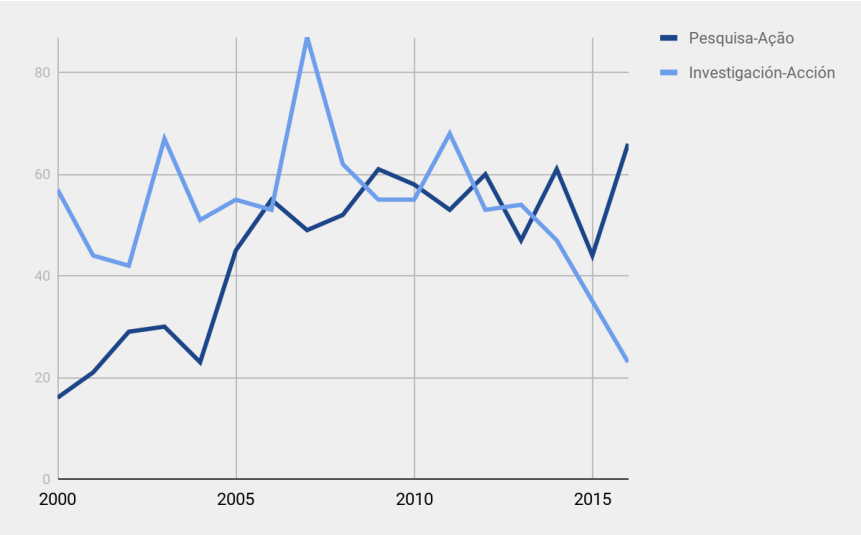


Gráfico 1: Evolução da pesquisa-ação e da *investigación acción*

A partir desta análise, podemos perceber o crescimento do interesse sobre a pesquisa-ação no Brasil, justificando nosso recorte sobre a investigação a partir do que tem sido publicado sobre o assunto no país. Não queremos dizer com isso que este é um tipo de investigação típica do Brasil, pois a produção científica dos países são diversas e respondem à agendas locais em cada campo do conhecimento. Assim como também não é possível afirmar que a pesquisa-ação é um fenômeno exclusivo do Brasil, pois como apontado anteriormente, muitas pesquisas com recurso a este método têm surgido a partir de pesquisadores de diferentes nacionalidades, como na revista *Action Research*, por exemplo. Contudo, o crescimento deste tipo de pesquisas nos mostra um interesse recorrente no país, em diferentes áreas do conhecimento.

Apesar das diferentes expressões para denominar a pesquisa-ação nos mais distintos contextos, não há um valor único e específico para defini-la. A multidisciplinaridade e as mais variadas apropriações da prática de pesquisa são características que definem a essencialidade da pesquisa-ação, que pode vir a servir para distintos interesses a depender da sua finalidade e corrente epistemológica. Como resultado deste caráter interdisciplinar, podemos visualizar na prática, na realidade científica brasileira, as apropriações das práticas do processo de investigação propostas pela pesquisa-ação em diferentes

áreas do conhecimento (Gráfico 2). Para esta categorização, tomamos como base a divisão de áreas do conhecimento definida pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), assim, dividindo os títulos em oito grandes áreas: Agrárias, Letras Linguística e Artes (LLA), Saúde, Biológicas, Sociais Aplicadas, Exatas e da Terra, Humanas e Engenharias.

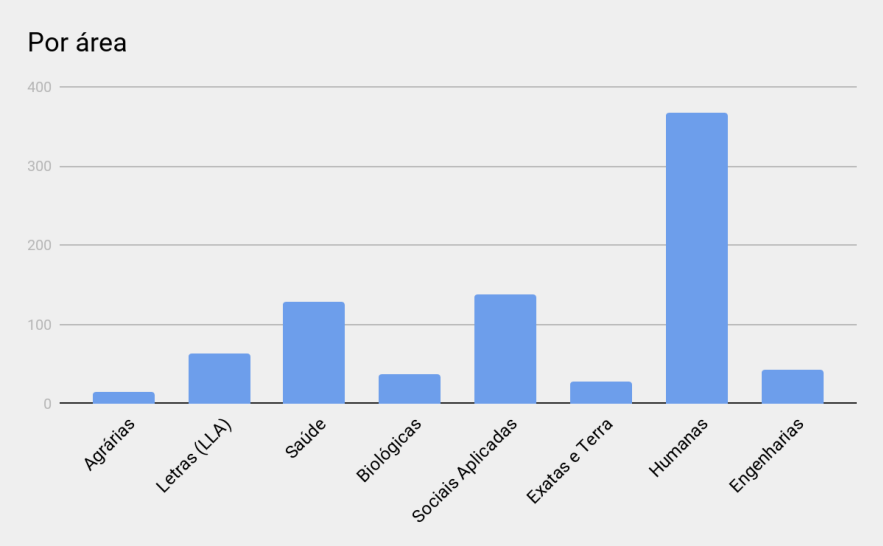


Gráfico 2: Pesquisa-ação por área do conhecimento

As categorias de áreas do conhecimento foram levantadas para dividirem didaticamente o material extraído, mas é importante ressaltarmos que por vezes elas se interligam, o que ocorre devido a existência de títulos com caráter multidisciplinar[5]. Assim, observamos que algumas produções poderiam ser classificadas em mais de uma categoria e, dessa forma, levamos em consideração expressões e palavras-chaves contidas nos títulos das publicações para a realização de uma categorização individualizada em todos os arquivos listados.

Como podemos observar no gráfico acima, as produções sobre pesquisa-ação na área de Humanas se destacam diante das demais áreas, contabilizando 368 títulos. A grande maioria das produções nesta categoria enquadram-se na temática Educação, refletindo uma tendência dos primórdios dos estudos da pesquisa-ação no Brasil, proposto sobretudo por Paulo Freire, da sua utilização frequente para aplicação e compreensão de práticas pedagógicas educativas, apesar de atualmente assumir um caráter multidisciplinar. Segundo Barbier (2007, p. 19), que é um importante estudiosa da pesquisa-ação e a sua aproximação com as instituições educativas, essa relação é um reflexo de características pedagógicas e políticas da pesquisa-ação, servindo como base para a educação do homem cidadão preocupado com a organização coletiva da cidade. Assim, por excelência, ela faz parte da categoria da formação.

[5] Reconhecemos, portanto, a limitação deste estudo na categorização proposta, que buscou levar em consideração às particularidades e multidisciplinariedade comum na pesquisa-ação.

Seguindo o processo de categorização por área do conhecimento, temos a categoria Sociais Aplicadas (137 títulos) e, posteriormente, a Saúde (129 títulos), com poucos títulos distanciando uma da outra. A aproximação é uma resposta de tentativas de consolidação da pesquisa-ação em diferentes áreas de aplicação, resultando em uma performance multidisciplinar com distintas vertentes teórico-metodológicas. Por exemplo, Tripp (2005) é um grande defensor da utilização da pesquisa-ação por pesquisadores das Ciências Humanas e Sociais. Já na área da saúde, Sommer (1999) e Williamson e Prosser (2002) destacam o uso desse aporte metodológico para mudanças práticas e geração de novos conhecimentos a partir do empoderamento dos seus participantes no área da saúde, apesar de levantarem algumas ressalvas como aspectos éticos (Melo et al., 2016). Thiollent (2009) aponta algumas das áreas de aplicação da pesquisa-ação como, por exemplo: educação, comunicação, serviço social, desenvolvimento rural, práticas políticas, além de chamar atenção para a aplicação em áreas mais técnicas como engenharia de produção, agronomia, arquitetura, dentre outras.

Somente as áreas de Saúde, Humanas e Sociais Aplicadas têm publicações em todos os anos analisados. No que diz respeito às temáticas desses títulos, existe um predomínio de discussões teórico-metodológicas em quase todas as áreas do conhecimento, sendo este também os títulos com o maior número de citações, que correspondem a livros e capítulos, não contabilizados pelas grandes empresas que dominam o "oligopólio científico" (Larivière et al., 2015), desfavorecendo a própria mensuração do impacto científico das produções em pesquisa-ação, invisibilizando a produção de conhecimento a partir de uma epistemologia que une conhecimento científico e conhecimento popular. Esse panorama científico representa também um papel que vem sendo desempenhado pelo Sul na construção do conhecimento científico com fortes influências das lógicas científicas do Ocidente, tornando-se necessário uma reinvenção da emancipação social a partir do Sul por meio de uma organização fora dos centros hegemônicos (Santos, 2007).

A relação Universidade-Sociedade é um outro traço observado no perfil da pesquisa-ação na realidade brasileira. O termo universidade surge na Idade Média para denominar qualquer corporação que agregasse um conjunto de sujeitos com um mesmo propósito, sem necessariamente possuir o caráter institucional das universidades modernas. Para Leonor Paini, bastava que os alunos estivessem vinculados a um mestre e seguissem seus ensinamentos para que essa agregação fosse chamada de *schola* ou "família". As "universidades", em seu sentido amplo na época, poderiam acontecer em qualquer lugar, e "o saber era considerado um 'Dom' divino e, como tal, caberia a qualquer cristão que fosse agraciado por Deus e tivesse assim o Dom do conhecimento do latim" (Paini & Costa, 2016, p. 60). Apesar disso, conforme aponta Leonor Paini, já havia uma monetização do conhecimento, visto que os universitários pagavam as aulas ministradas pelos mestres.

De acordo com Chauí (2003), a universidade moderna se consolida após a revolução francesa e no século XIX seu caráter de ensino e pesquisa é constituído. No Brasil, as primeiras escolas especializadas foram criadas junto com a transferência da sede monárquica portuguesa para o país, sem, contudo, se configurar como universidade.

Até a Proclamação da República, o modelo de ensino superior fora pautado em formação de profissionais liberais e "o objetivo era o de garantir um diploma profissional com vistas a garantir certo prestígio social e a ocupação de postos privilegiados em um restrito mercado de trabalho" (Paini & Costa, 2016), que foi reforçado com o projeto de modernização do país nas décadas de 1920/1930. Nesta época, como em modelos de extensão de outros países que surgem de crises políticas e econômicas, a universidade passou a englobar uma terceira função, para além das já consolidadas de ensino e pesquisa: a extensão, que na década de 1980 foi compreendida no Brasil como um processo educativo, cultural e científico que articula o Ensino e a Pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre Universidade e Sociedade (Forproex, 2002). Através da extensão, a universidade "tem papel de transferência de conhecimento e mobilização comunitária, de modo que o conhecimento teórico adquirido na universidade, somado à possibilidade da vivência prática, seria capaz de gerar transformações, em resposta a lacunas de mercado" (Bachmann & Parisotto, 2016, p. 2). Contudo, é justamente neste período de redemocratização do país que esta terceira missão da universidade por sua extensão começa a adquirir novas configurações, sobretudo em função de um estreitamento de parcerias entre a universidade pública e as empresas privadas, visando financiamento de pesquisas que atendam aos seus interesses mútuos. Neste sentido, o mercado vem surgindo com um importante ator na consolidação do *ethos* universitário, sobretudo em função de mudanças nas políticas públicas que deram abertura ao incentivo à inovação no país. Tais disputas sobre os domínios desta terceira função da universidade vão ao encontro do que Boaventura de Sousa Santos aponta como conhecimento-emancipação e conhecimento-regulação. Para ele,

> um conhecimento compreensivo e íntimo que não nos separe e antes nos una pessoalmente ao que estudamos. Não se trata do espanto medieval perante uma realidade hostil possuída do sopro da divindade, mas antes da prudência perante um mundo que, apesar de domesticado, nos mostra cada dia a precariedade do sentido da nossa vida, por mais segura que esta esteja quanto à sobrevivência, sendo que para a esmagadora maioria da população mundial não o está. (Santos, 2000, p. 84)

Para o autor, o projeto da modernidade se baseia em duas formas de conhecimento: emancipação e regulação. O pilar do conhecimento-regulação é composto pelo Estado, pelo mercado e pela comunidade/sociedade, enquanto que na emancipação é possível identificar três formas de racionalidade: a estético-expressiva, a cognitivo-instrumental e por último a racionalidade prático-moral do direito. Na contemporaneidade, vemos o conhecimento emancipação ser absorvido pela regulação, a partir da convergência entre modernidade e capitalismo e sua racionalização baseada na ciência moderna. Para Boaventura de Sousa Santos, esta sobreposição do conhecimento-regulação sobre o conhecimento-emancipação ocorreu através da imposição da racionalidade científica e da regulação de mercado sobre o Estado e à comunidade, tornando, assim, a racionalidade científica hegemônica e o mercado o único princípio regulador moderno que atravessa

todas as esferas da sociedade. Indo a este encontro, Moisés Martins (2015, p. 407) aponta que o contexto da mercantilização e datificação também têm afetado o pensamento na universidade: "elas [as universidades] estão sujeitas à mesma cinética do mundo, a da mobilização tecnológica para o mercado, o que quer dizer, a da resposta às exigências de uma civilização dos números". Para o autor, este movimento de transformação do conhecimento em mercadoria potencial para atender às demandas do mercado, tem fragilizado a própria pesquisa, que em nome da '*accountability*', vem sido medida por seu "valor económico", mais ainda do que seu "valor científico" tradicionalmente mensurável através de citações.

Para romper com essa imposição da regulação e emancipar o conhecimento são necessários novos modelos paradigmáticos nos quais seja possível transformar o conhecimento científico (totalizante e antidemocrático) em um novo senso comum, definido por Boaventura, como "conhecimento prudente para uma vida decente". Este entendimento vai ao encontro do que Jésus Martin-Barbero denuncia sobre a existência de brechas cognitivas que desvelam a cumplicidade mantida desde há mais de dois séculos entre o monoteísmo racionalista do cientificismo e o mercantilismo que a rentabiliza. Para o autor, a convergência começou a desgastar o poder sobre o conhecimento, estabelecido pelo racionalismo cientificista, no qual os pesquisadores se mantêm "entrincheirados no seu didatismo autoritário" (2014, p. 5) com pouco diálogo com a sociedade. Ainda que Barbero entenda a convergência a partir de uma concepção tecnológica, a diluição das fronteiras dos "tradicionalmente modernos" circuitos do conhecimento, ultrapassam a tecnicidade e convergem para outros sentidos: na transdisciplinaridade, na multiplicidade de atores sociais e no reconhecimento da existência de diversos saberes, ao descolocar a hierarquização do conhecimento cientificista.

É neste sentido que a pesquisa-ação aparece como um modelo possível de emancipação do conhecimento, ao integrar a comunidade e a ciência, o mercado e o Estado, como vemos no gráfico abaixo.

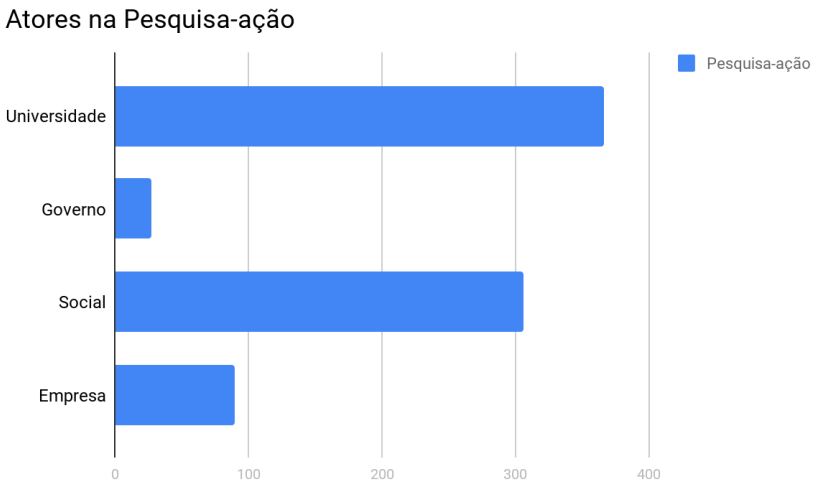


Gráfico 3: Participação dos quatro atores na pesquisa-ação

Nesta junção de diferentes atores possíveis de serem contemplados pela pesquisa-ação, vemos emergir um tipo de pensamento pós-abissal, um tipo de conhecimento emancipatório, que busca integrar a multiplicidade da ecologia de saberes científicos e populares. Tal relação descrita (Gráfico 3) é baseada no modelo organizacional da Hélice Tríplice criado em 1990 por Henry Etzkowitz e Leot Leydesdorff , qual é referência nas discussões sobre processos de inovação, cujo objetivo é descrever a inovação na relação entre as instituições universidade-empresa-governo (Etzkowitz, 2003), considerando múltiplos processos na construção e disseminação do conhecimento onde "cada Hélice é uma esfera institucional independente, mas trabalha em cooperação e interdependência com as demais esferas, através de fluxos de conhecimento" (Gomes & Pereira, 2015, p. 138).

Nesta proposta, consideramos para a categorização da amostra desta pesquisa a universidade com o papel de fornecer neste sistema não apenas sujeitos habilitados e resultados de pesquisas, mas, anterior a isso, um capital intelectual que lhe fornece um status diferenciado em uma sociedade baseada no conhecimento (Etzkowitz, 2003). Assim, toda produção com mais ênfase teórica e reflexiva foi enquadrada nessa categoria. Já o Governo tem a função de investir em políticas públicas para o fortalecimento das relações no modelo da Hélice Tríplice (Souza da Silva, Rocha & Silva, 2013), sendo identificado na análise nos títulos que se direcionam a proposições que investem em políticas públicas. "As Empresas devem priorizar a responsabilidade social e o empreendedorismo através da gestão da inovação em serviços, produtos, técnicas etc" (Souza da Silva et al., 2013, p. 11). Desta forma, notamos a categoria empresa diante de produções com caráter comercial, mas que tratam de ações que promovam a responsabilidade social e o empreendedorismo.

Apesar de centrar-se numa ação que indica três elementos fundamentais para o desenvolvimento da sociedade, a categoria Social não é contemplada pelo modelo tradicional da Hélice Tríplice criado por Etzkowitz e Leydesdorff. Para Lindberg, Danilda e Torstensson (2012) uma quarta hélice pode ser identificada: a sociedade ou o setor público, incluindo mídia, indústria criativa, cultura, valores, estilo de vida e arte, que, segundo eles, também influenciam no sistema de inovação e não são contemplados no modelo tradicional. Desta forma, consideramos nesta análise a quarta hélice, a Sociedade, identificando os títulos onde os valores e as demandas sociais eram priorizados.

Considerações finais

A pesquisa-ação no Brasil possui outras características para além das bases dos pilares científicos estabelecidos pelas regras da ciência dominante. Observamos que há uma predominância de uma relação universidade-sociedade, refletido por uma maior participação na área de Humanas nos títulos sobre pesquisa-ação publicados no período estudado. O sujeito está na centralidade do estado da arte da pesquisa-ação como uma de suas características básicas, distanciando-se da dicotomia sujeito-objeto amplamente difundida pela ciência hegemônica e tradicional. Assim, o caráter social das publicações expressa uma tentativa do Sul de rompimento de barreiras sustentadas pela

ciência Ocidental, inserindo a pesquisa-ação como uma proposta de decolonização da ciência e de uma epistemologia do Sul (Santos, 2007).

Contudo, apesar do caráter social aparecer com forte incidência nos títulos coletados nesta revisão sistemática, há também uma quantidade elevada de trabalhos com direções teórico-metodológicas da pesquisa-ação, sendo estes os mais citados, o que é um problema substanciado pela epistemologia do Sul, onde "para uma teoria cega, a prática social é invisível; para uma prática cega, a teoria social é irrelevante" (Santos, 2007, p. 20). Portanto, há uma tendência de apagamento da prática social em relação à teoria por influência das lógicas científicas ocidentais consolidadas como uma epistemologia do Sul. Como resultado, notamos pesquisas com pouca aplicabilidade da pesquisa-ação na esfera social prática, deixando de cumprir com o papel elementar da pesquisa-ação que é o da transformação da realidade investigada e dos sujeitos pesquisados. Contudo, isto não significa negar a consolidação de um percurso da pesquisa-ação nos últimos anos no Brasil, tendo em vista um notório crescimento da proposta metodológica que fica evidente no material de análise desta pesquisa. Acredita-se que a racionalidade técnica das lógicas acadêmicas tem grande contribuição nesse processo. No contexto da descolonização da ciência, precisamos de um modo novo de se produzir conhecimento (Santos, 2007) e a pesquisa-ação se insere nesse debate como uma forma alternativa de se conceber o conhecimento, porém, não fica imune às lógicas acadêmicas de produção e circulação científica. As exigências científicas se multiplicam quando nos referimos à pesquisa-ação, isto porque existe uma dificuldade em conciliar os prazos científicos com os prazos de uma pesquisa-ação. O tempo do homem da ação não é o mesmo do homem dos estudos, se revelando em normas científicas que condizem com as perspectivas de uma "qualidade" acadêmica, que segue uma lógica de "ideologia comercial" onde "as universidades são empresas; a educação são serviços; o ensino e a investigação são oportunidades de negócios; os professores são profissionais de serviços ou consultores; os alunos são clientes" (Martins, 2015, p. 409).

É a partir de uma realidade com dinâmica social que a pesquisa-ação pode ser realizada, propondo uma radicalização epistemológica e diferenciando-se de outras pesquisas tradicionais. Deste modo, ela desempenha um papel de ordem prática que implica a resolução de uma série de fatores, evidenciando seu caráter multidisciplinar (Barbier, 1985). Neste contexto, conseguimos categorizar os títulos em oito áreas do conhecimento definidas pelo CNPq, predominando a área de Humanas e Sociais Aplicadas, seguida da Saúde. Os principais temas abordados pela saúde no que se refere à pesquisa-ação são Enfermagem, Saúde da Família e Educação Física. Os resultados obtidos com a categorização por área revelam a metamorfose da pesquisa-ação que percorre não apenas em diferentes campos de aplicação do conhecimento, mas também o "campo da epistemologia da ciência que transita entre práticas inovadoras de pesquisa empírica, porém distantes do empirismo, e os questionamentos epistemológicos do próprio fazer científico" (Peruzzo, 2016, p. 3).

Buscando tecer uma cartografia da pesquisa-ação no Brasil, observamos ainda que os estudos sobre tal temática têm se estabilizado nos últimos cinco anos, tendendo

para um possível crescimento progressivo. Muito se tem debatido sobre as estratégias de inserção do pesquisador no ambiente pesquisado, mas pouco se tem apresentado e aprofundado em discussões teórico-metodológicas no contexto brasileiro. Acreditamos ser essa uma necessidade urgente, visando uma circulação mais rápida e efetiva do conhecimento da pesquisa-ação para a formação de uma rede metodológica científica mais forte e descolonizada das práticas científicas tradicionais.

Buscamos nesta pesquisa discutir sobre a pesquisa-ação como uma das possibilidades de desenvolvimento de uma epistemologia do Sul, na qual possa se atrelar o conhecimento científico e outras ecologias de saberes. Ainda que os pressupostos da pesquisa-ação nos permitam refletir sobre a emergência de epistemologias do Sul e sua relação com o reconhecimento de múltiplos saberes para além do conhecimento acadêmico imposto pela racionalidade científica, o que pudemos observar é que este tipo de pesquisa ainda carece de mais espaço para discussão, não apenas nos circuitos já consolidados e dominados pelos países hegemônicos, como a revista *Action Research*, publicada pela Sage, mas também de outros espaços científicos voltados para o assunto a partir de produções e perspectivas emergentes dos países periféricos.

A discussão sobre a pesquisa-ação está diretamente implicada em pressupostos científicos, colonialismo do saber e a ideia de uma ciência invisível, ou melhor, numa ciência invisibilizada a partir de pressupostos metodológicos da racionalidade científica e de uma geopolítica do conhecimento que invisibiliza outras formas de produção dos múltiplos saberes. No Sul Global, há uma necessidade de rever a forma de se avaliar a ciência, não apenas pelo valor do impacto científico e de inovação, mas também para a inclusão de uma concepção que leve em consideração o impacto social da ciência.

Referências bibliográficas

Adelman, C. (1993). Kurt Lewin and the origins of action research. *Educational Action Research, 1*, 7-24. doi: 10.1080/0965079930010102

Babini, D. (2011). Acceso abierto a la producción científica de América Latina y el Caribe: identification of main institutions for regional integration strategies. *Revista Iberoamericana de Ciencia Tecnología y Sociedad*, *6*(17), 31-56. Retirado de http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsdl/collect/clacso/index/assoc/D4662.dir/babini_EDITADO_FINAL.pdf

Bachmann, A. & Parisotto, I. (2016). Extensão universitária e inovação social: estudo em uma universidade pública municipal. In *Anais do Engema – Encontro Internacional sobre gestão empresarial e meio ambiente* (pp. 1-15). São Paulo: Universidade de São Paulo.

Ballestrin, L. (2013). Decolonial turn and Latin America. *Revista Brasileira de Ciência Política, 11*, 89-117. doi: 10.1590/S0103-33522013000200004

Barbier, R. (1985). *A pesquisa-ação na instituição educativa.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Barbier, R. (2007). *A pesquisa-ação*. Brasília: Liber Livro Editora.

Castro-Gómez, S. & Mendieta, E. (1998). *Teorías sin disciplina: latinoamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate*. México: Miguel Ángel Porrúa.

Castro-Gómez, S. (2005). Ciências sociais, violência epistêmica e o problema da "invenção do outro". In E. Lander (Ed.), *A colonialidade do saber: eurocentrismo e Ciências Sociais. Perspectivas latino-americanas* (pp. 80-87). Buenos Aires: Colección Sur Sur.

Castro-Gómez, S. (2007). Decolonizar la universidad. La hybris del punto cero y el diálogo de saberes". In S. Castro-Gómez & R. Grosfoguel (Eds.), *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global* (pp. 79-91). Bogotá: Iesco-Pensar-Siglo del Hombre Editores.

Chauí, M. (2003). A universidade pública sob nova perspectiva. *Revista brasileira de educação*, *24*, 5-15. Retirado de http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n24/n24a02.pdf

Colaço, T. (2012). *Novas perspectivas para a antropologia jurídica na América Latina: o direito e o pensamento decolonial.* Florianópolis: Fundação Boiteux.

Colmenares, A. (2012). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la acción. *Voces y Silencios*, *3*, 102-115. Retirado de https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.18175/vys3.1.2012.07

Dhanani, A. & Jones, M. (2017). Editorial boards of accounting journals: gender diversity and internationalisation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *30*(5), 1008-1040. doi: 10.1108/AAAJ-08-2014-1785

Etzkowitz, H. (2003). Innovation in innovation: the triple helix of university-industry government relations. *Social Science Information*, *42* (3), 293-337. doi: 10.1177/05390184030423002

Fals Borda, O. (1981). Aspectos teóricos da pesquisa participante: considerações sobre o significado e o papel da ciência na participação popular. In C. R. Brandão (Ed.), *Pesquisa participante* (pp. 42-62). São Paulo: Brasiliense.

Fals Borda, O. (2012). La praxis: ciencia y compromiso. In H. Armando. & L. López. (Eds.), *Ciencia, compromiso y cambio social*. *Textos de Orlando Fals Borda* (pp. 147-205). Buenos Aires: El Colectivo.

Freire, P. (2005). *Pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Forproex. (2012). Política Nacional de Extensão Universitária, do Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileira (FORPROEX). Retirado de http://proex.ufsc.br/files/2016/04/Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Extens%C3%A3o-Universit%C3%A1ria-e-book.pdf

Gajardo, M. (1985). *Teoría y práctica de la educación popular*. México: Organización de Estados Americanos.

Gomes, M. & Pereira, F. E. (2015). Hélice tríplice: um ensaio teórico sobre a relação Universidade-Empresa-Governo em busca da Inovação. *International Journal of Knowledge Engineering and Management*, *4*(8), 136-155. Retirado de http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/IJKEM/article/view/3309

Hall, B. & Tandon, R. (2017). Decolonization of knowledge, epistemicide, participatory research and higher education. *Research for All*, *1*, 6-19. doi: 10.18546/RFA.01.1.02

Lander, E. (2005). Ciências sociais: saberes coloniais eurocêntricos. In E. Lander (Ed.), *A colonialidade do saber: eurocentrismo e Ciências Sociais. Perspectivas latino-americanas* (pp. 8-23). Buenos Aires: Colección Sur.

Larivière, V., Haustein, S. & Mongeon, P. (2015). The oligopoly of academic publishers in the digital era. *PloS one*, *10*(6). doi: e0127502

Levander, C. & Mignolo, W. (2011). Introduction: the global south and world dis/order. *The Global South*, *5*, 1-11. doi: 10.3998/jar.0521004.0067.202

Lindberg, M., Danilda, I. & Torstensson, B.-M. (2012). Women resource centres: a creative knowledge environment of quadruple helix. *Journal of the Knowledge Economy*, *3*(1), 36-52. doi: 10.1007/s13132-011-0053-8

Lima, E. & Silva, F. (2017). Pesquisa-ação na formação inicial de professores de matemática. *Revista Saberes Docentes*, *2*, 1-22. Retirado de http://www.revista.ajes.edu.br/index.php/RSD/article/view/212

Maldonado-Torres, N. (2008). A topologia do ser e a geopolítica do conhecimento. Modernidade, império e colonialidade. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, *80*, 71-114. Retirado de https://journals.openedition.org/rccs/695

Martín-Barbero, J. (2014). "Tudo o que sabemos, sabemo-lo entre todos" "Aquela segunda oportunidade sobre a terra" - Algumas palavras para não faltar completamente. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, *2*(1), 4-6. Retirado de http://www.rlec.pt/index.php/rlec/article/view/51/44

Martins, M. (2015). A liberdade académica e os seus inimigos. *Comunicação e Sociedade*, *27*, 405, 420. doi: 10.17231/comsoc.27(2015).2109

Mata, I. (2014). Estudos pós-coloniais. Desconstruindo genealogias eurocêntricas. *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, *14*, 27-42. doi: 10.15448/1984-7289.2014.1.16185

Melo, A., Maia Filho, O. & Chaves, H. (2016). Lewin e a pesquisa-ação: gênese, aplicação e finalidade. *Factal*, *28*, 153-159. doi: 10.1590/1984-0292/1162

Meneses, M. P. (2008). Epistemologias do Sul. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, *80*, 5-10. Retirado de http://journals.openedition.org/rccs/689

Merton, R. (1968). The Matthew effect in science. *Science*, *159*(3810), 56-63. doi: 10.1126/science.159.3810.56

Merton, R. (1972). *The sociology of science: theoretical and empirical investigations*. Chicago: University of Chigaco Press.

Mignolo, W. (2008). Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política. *Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Literatura, língua e identidade*, *34*, 287-324. Retirado de http://www.uff.br/cadernosdeletrasuff/34/traducao.pdf

Mignolo, W. (2013). Geopolítica de la sensibilidad y del conocimiento. Sobre (de) colonialidad, pensamiento fronterizo y desobediencia epistémica. *Revista de Filosofía*, *74*(2). Acedido em http://eipcp.net/transversal/0112/mignolo/es

Mugnaini, R. & Strehl, L. (2008). Recuperação e impacto da produção científica na era Google: uma análise comparativa entre o Google Acadêmico e a Web of Science. *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação* (Vol. Especial), 92-105. doi: 10.5007/1518-2924.2008v13nesp1p92

Paini, L. & Costa, L. (2016). A função social da universidade na contemporaneidade: algumas considerações. *Eventos Pedagógicos*, *7*, 59-72. Retirado de http://sinop.unemat.br/projetos/revista/index.php/eventos/article/viewFile/2077/1701

Peruzzo, C. (2003). Da observação participante à pesquisa-ação em Comunicação: pressupostos epistemológicos e metodológicos. In *Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1-23). Belo Horizonte: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Peruzzo, C. (2016). Epistemologia e método da pesquisa-ação. Uma aproximação aos movimentos sociais e à comunicação. In *Anais XXV Encontro Anual da Compós (*pp. 1-22). Goiânia: Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.

Resende, F. & Thies, S. (2017). Temporalidades enredadas no Sul Global. *Revista Contracampo, 36* (3), 1-19. doi: 10.22409/contracampo.v36i3.1095

Santos, B. D. S. (1995). *Toward a new common sense: law, science and politics in paradigmatic transition.* Nova Iorque e Londres: Routledge.

Santos, B. D. S. (1999). *Um discurso sobre as ciências.* Porto: Afrontamento.

Santos, B. D. S. (2000). *A crítica da razão indolente***.** São Paulo: Cortez.

Santos, B. D. S. (2007). Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. *Novos Estudos-CEBRAP*, *79*, 71-94. doi: 10.1590/S0101-33002007000300004

Santos, B. D. S. (2008). *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social*. São Paulo: Boitempo.

Sommer, R. (1999). Action research: from mental hospital reform in Saskatchewan to community building in California. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, *40*(1), 47-55. doi: 10.1037/h0092490

Souza da Silva, H., Rocha, E. & Silva, W. (2003). Inovar para desenvolver: relação entre os atores universidade, empresa e governo. *Examãpaku*, *6*(2), 1-14. doi: 10.18227/1983-9065ex.v6i2.2022

Thiollent, M. (2009). *Metodologia da pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez.

Tripp, D. (2005). Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. *Educação e Pesquisa*, *31*(3), 443-466. Retirado de http://www.scielo.br/pdf/ep/v31n3/a09v31n3.pdf

Vessuri, H., Guédon, J. & Cetto, A. M. (2014). Excellence or quality? Impact of the current competition regime on science and scientific publishing in Latin America and its implications for development. *Current Sociology*, *62*(5), 647-665. doi: 10.1177/0011392113512839

Wagner, C. & Wong, S. (2011). Unseen science: representation of BRICs in global science. In *2011 Atlanta Conf on Science and Innovation Policy*, Atlanta, September 15-17, 2011.

Williamson, G. & Prosser, S. (2002). Action research: politics, ethics and participation. *Journal of Advanced Nursing*, *40* (5), 587-593. doi: 10.1046/j.1365-2648.2002.02416.x

Nota biográfica

Lumárya Souza de Sousa – Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Membro do Laboratório de Experiências de Engajamento e Transformações da Audiência (Leeta). Editora assistente da Revista Contracampo. Tem como temática da dissertação em andamento a democratização do conhecimento a partir do projeto de pesquisa aplicada Favelação, desenvolvido no Morro do Estado, em Niterói-RJ, Brasil. Tem trabalhado em iniciativas de democratização do conhecimento como o Dose de Ciência comemorado no Dia D da ciência, Pint of Science, entre outros.

E-mail: lumaryas@gmail.com

Morada: Rua Aurelino Leal, 105, Ap 904 - Centro – Niterói/RJ - Brasil. Cep: 24020-110.

Thaiane Oliveira – Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Coordenadora do Laboratório de Investigação em Ciência, Inovação, Tecnologia e Educação (Cite-Lab), que abriga o Laboratório de Experiências de Engajamento e Transformações da Audiência (Leeta) e o Núcleo de Estudos Estratégicos de Circulação e Políticas Científicas (Nepc).

E-mail: thaianeoliveira@id.uff.br

Morada: Rua Cacilda Ouro, 783 - Itaipu - Niterói/RJ - Brasil. Cep: 24342-220.

*** Submetido: 30.11.2017**

*** Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 83 – 106
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2908

Cartographies of action research: searching for displacements of the epistemology of the South[1]

Lumárya Souza de Sousa & Thaiane Oliveira

Abstract

The purpose of this paper is to discuss action research as one of the possibilities for the development of an epistemology of the South, in which scientific knowledge and other ecologies of knowledge can be linked. In this work, we propose a mapping of what has been developed on action research in Brazil, seeking to discuss this dimension of knowledge production from perspectives which seek to break the gap between colonizing and invisibilized science in the geopolitics of scientific knowledge. Thus, our proposal seeks to answer what has been produced on action research in Brazil, who are the actors that are developing this type of research and how it can be understood as belonging to an epistemology of the South.

Keywords
Action research; epistemology of the South; invisible science; Global South

Resumo

A proposta deste trabalho é discutir sobre a pesquisa-ação como uma das possibilidades de desenvolvimento de uma epistemologia do Sul, na qual possa se atrelar o conhecimento científico e outras ecologias de saberes. Propomos, neste trabalho, realizar uma cartografia sobre o que vem sendo desenvolvido sobre pesquisa-ação no Brasil, buscando discutir esta dimensão de produção de conhecimento a partir de perspectivas que busquem romper o abismo entre ciência colonizadora e a ciência invisibilizada na geopolítica do conhecimento científico. Assim, nossa proposta busca compreender o que vem sido produzido sobre pesquisa-ação no Brasil, quem são os atores que estão desenvolvendo este tipo de pesquisa e como esta pode ser entendida como própria de uma epistemologia do Sul.

Palavras-chave
Ciência invisível; epistemologia do Sul; pesquisa-ação; Sul Global

Introduction

Scientific production is based not only on institutional imperative norms, as already pointed out in the 1940s by Robert Merton (1972), on the modern science assumptions, in which the scientific research results belong to the society in its entirety, but also involves several disputes regarding capital and power to subdue the places, in

[1] Supported by DAAD with funds from the German Federal Ministry for Education and Research (BMBF), related to an international cooperation with Tubingen University on Literacies of Global South.

which the global scientific knowledge circulates[2]. The sociologist, even in the first half of the twentieth century, recognized that such norms were not imperative, and that a series of other symbolic vanities and capitals directly affect the scientific ethos (Merton, 1968). However, rather than internal dynamics of social micro-organizations and symbolic capital disputes, the scientific ecosystem is also consolidated by economic capital disputes in the geopolitics of knowledge based on the trade of knowledge.

In this scientific ecosystem, we might observe the predominance of a group of publishing companies that create norms towards the quality of scientific knowledge, forming an oligopoly in which its profit is based on the trade of knowledge (Larivière, Haustein & Mongeon, 2015) and thus give an hegemonic status to a group of countries that have been dominating the scientific knowledge market for more than 350 years.

In this scientific ecosystem there is an abyssal gap (Santos, 2007) between what is hegemonic and what is peripheral, between what is visible and what is being made invisible, reinforcing the idea that different circuits of scientific knowledge production coexist. Moreover, other dichotomies are developed around modern science based on the legitimacy of the knowledge production based on rationalism and distinguishing scientific and popular knowledge, thus creating barriers that separate whether the knowledge is validated by science and what is not. Therefore, it is necessary to develop forms of thought that seek to overcome these dichotomies of scientific circulation, allowing the overcoming of these distinctions of the production of different knowledge, something that could only come from the post-abyssal thinking (Santos, 2007).

According to Maria Paula Meneses (2008, p. 5), based on the writings of Boaventura de Sousa Santos (1995, 1999, 2000, 2007, 2008, among others), which since 1995 has been proposing an approach on the issue, "the epistemology of the South is based on three guidelines: learning that there is a South; learn how to go to the South; learn from the South and with the South". These authors believe that the radical separation in a hierarchy of types of knowledge attributed to modern science the universal control over scientific knowledge, establishing a distinction between the true and the false. However, the coloniality of power over scientific knowledge goes beyond epistemological contradictions about the acknowledgement of the multiple scientific knowledges that permeate the different scientific productions. The colonial relation of the scientific production promotion is part of the agreements of a global capitalist agenda, in which hegemonic countries reinforce their centrality from practices in which the hierarchical nature of North-South relations still present through capitalist and imperial relationships, e.g., the space (Larivière et al., 2015), which is intended to publish productions from the Global South in scientific journals that have been gradually recognized as entities that legitimate the quality of scientific articles, provided they reproduce models established by schools from central countries. the lack of space reserved for evaluators from

[2] For the sociologist, these norms would be based on four principles: 1) communalism (scientific knowledge is a common good of humanity); 2) Universalism (scientific papers must follow universal standards of evaluation; 3) disinterestedness (Separate Science from personal interests); and 4) organized skepticism (the scientist must be deprived of any form of prejudice and hasty conclusions on its works).

periphery and semi-periphery countries, as members of scientific committees in these same journals (Dhanani & Jones, 2017); the imposed reproduction of methodological models and the infrastructural dependence on measurement and evaluation systems of science (Haustein, 2016). These are some of the examples of Northern dominance over the South, through the naturalized and unnoticed epistemic colonization in which the spatial and temporal issues are fundamental to this discussion. Or rather, the lack of space and entangled temporalities make the science from the Global South tangential, as an expanded place (Resende & Thies, 2017) acknowledged and assumed as fundamental to understand that specific, established and fixed models attributed by the political and economic dominant order are intertwined with postcolonial models and challenge the world (dis)order (Levander & Mignolo, 2011). In this sense, rather than a negation of dominant models, this constitutive view on epistemologies of the South invites us to reformulate the former colony countries paradigms from perspectives that expose the power conflicts and the ideological naturalization of subordination, exclusion and peripheral status (Mata, 2014). Epistemologies of the South, in their postcolonial perspectives, should be perceived as the meeting of different concepts on knowledge and power (Santos, 2008).

According to Luciana Ballestrin (2013, p. 94), "the change in the redefinition of the political and cultural spheres in Latin America during recent years has led several intellectuals in the Continent to revise previously established epistemologies in the social sciences and humanities", acknowledging the need for development of epistemological currents originating from the places where they live in, looking for categories that are fundamental to the region (Castro-Gómez & Mendieta, 1998), since the Latin American continent occupies a central place, proper to perform the coloniality, since it was the first periphery of the world-systems theory and it was also the first opportunity for primitive capital accumulation (Castro-Gómez, 2005).

According to Cicilia Peruzzo (2016), the participatory research – specially the action research – can be put in the debate and in the proposals of decolonization of science, in the proposal of a epistemology of the South, by proposing alternatives to the knowledge production coming from Eurocentric models and recognizing the existence of multiple knowledges, thus favoring the formation of individuals capable of critical thinking outside university institutions (Maldonado-Torres, 2008). Thus, in Latin America, action research emerges as one of the ways to understand this multiple ecology of knowledge by bringing research subjects as active and acting agents of knowledge production that are not necessarily within in the restricted space of scientific knowledge production. Action research recognizes the research agents as subjects (collective or individual), besides "the potential of building scientific knowledge regarding the use of research agents as active participants, co-protagonists – and not mere informants/subjects – using these agents in the elaboration of plans, interpretations and the empowerment of results" (Peruzzo, 2016, p. 66), thus enabling the recognition of other knowledge within the ecology of knowledge beyond the knowledge imposed by the hegemonic scientific rationality.

Since the 2000s, action research has been growing in Brazil, as pointed out by Etienne Lima and Fábio Silva (2017). Based on the understanding that action research

comes, in this scenario, of a typical epistemology of the South (Peruzzo, 2016), we want to investigate how this type of research has been developed in Brazil, trying to answer if this type of research is one of the forms of knowledge originating from this post-abyssal thought. So, we want to understand how the action research has been presented in Brazilian scientific productions? What is the action research profile in Brazil? These are the questions that lead to this work. We therefore want to investigate what types of action research practices are being developed in the Global South, trying to weave, using cartographic methods, the consolidation of a research network on the theme. To do so, as an initial clue to this research, we will scrutinize Brazil, where this type of research began in Latin America, using research practices of Paulo Freire in the 1970s (Gajardo, 1985) in the field of education, whose academic interest in Brazil has increased more and more since the 21st century (Lima & Silva, 2017).

In search of an invisible science and its approaches using the epistemology of the South

In order to understand the scientific environment, first, it is necessary to recognize the multiple agents that make up the relational schemes of science. Among the actors involved in the contemporary scientific movement are the major publishers, responsible for indexing scientific journals and for legitimizing and validating the quality of the periodicals registered in their database, limiting the promotion of scientific articles only to a group of companies that control the scenario, forming a "scientific oligopoly" (Larivière et al., 2015) composed by a group of six major companies: ACS, Reed-Elsevier, Springer, Wiley-Blackwell, Taylor & Francis, and Sage. The consolidation of this scientific publishing industry has been subject of much debate inside and outside the scientific community, especially in relation to the high margins of profit of these main publishers, their lackluster criteria used to evaluate papers and the publication of researchers' articles, mostly European and North American, silencing and making the knowledge developed in other countries invisible, especially in areas considered less strategic to the global agenda (Wagner & Wong, 2011).

In this scenario, we can observe an organization based on the geopolitics of knowledge (Mignolo, 2008), in which capitalism and globalization coordinate the attitude, positions and power conflicts in this global scientific environment, in which the publishing companies dominate the scientific market of knowledge and dictate standards for impact and quality evaluation and scientific legitimacy. In this capitalist-ruled scenario, two scientific production groups are established in a way that creates an abyssal gap between what is hegemonic and what is peripheral, that is, what is on the other side of the line, made invisible in these spaces "recognized" by science through power conflicts. That is, "quality science" and peripheral science are created, a science that is not measurable by the models of scientific evaluation, a practically "invisible" science. It remains for us to ask: invisible to whom?

Such a question meets Boaventura de Sousa Santos writings who argues that modern Western thinking is abysmal. According to the researcher (Santos, 2007, p. 71), there

is a system of distinctions based on a system of visibilities and invisibilities, whose distinctions are "established through radical lines dividing social reality into two distinct universes: the "on this side of the line" and the "on the other side of the line". According to him, the division is built in such a way that what is considered "on the other side of the line" disappears as a reality, rendering non-existent what is produced in this other scientific production circuit. This abyss "consists in granting to modern science the monopoly of the universal distinction between the true and the false to the detriment of (...) alternative knowledge entities" (Santos, 2007, p. 47). According to the Portuguese scholar, it is necessary to democratize and decolonize knowledge, recognizing the importance of multiple epistemologies. Therefore, it is necessary to admit that knowledge is a tool that must be served beyond the traditional spaces of knowledge production, starting from the notion of open access, sharing and public commitment, crucial elements of Latin American science (Vessuri, Guédon & Cetto, 2014).

Still, knowledge can be represented in multiple forms, "including text, image, numbers, history, music, drama, poetry, ceremony, and meditation" (Hall & Tandon, 2017, p. 13). Therefore, it is important to point out that the geopolitics of knowledge, whose colonialist view remains to be reproduced, needs to be relativized, considering cultural contexts and resistance and liberation practices through scientific research itself.

But for this, it is necessary to understand the knowledge production from a decolonial perspective, which "implies thinking from languages and categories of thought not included in the foundations of Western thought" (Mignolo, 2008, p. 305). For Santiago Castro-Gómez (2005, p. 80), decolonizing the Latin American university means introducing postcolonial thought through the incorporation of transdisciplinary and complex thinking that allows a cognitive exchange between Western science and other "postcolonial" knowledge production. Rather than seeking to overcome the colonial thinking implied by the prefix "post", the decolonization of the university is not a "reversion of the colonial moment by the postcolonial" (Colaço, 2012) but rather an attitude of continuous struggle for a more open, plural and participative university.

Therefore, it is not only the denial of a hegemonic scientific research[3], but the understanding that these contributions are not enough when one understands scientific production goes far beyond the paradigms and models of traditional scientific scenario. To understand what has been produced in knowledge terms, it is necessary, therefore, to recognize the knowledge production spaces in territories that are not part of a hegemonic axis of science, a challenge that this research seeks to supersede. To decolonize science means – at the same time – to unveil the colonial thinking and reproduction of the colonial matrix of power, for example, by discussing linguistic and cultural issues and the own structural barriers of scientometrics while disconnecting from the totalitarian effects of subjectivities and categories of Western thought, seeking to weave methods that consider the scientific knowledge production in its broader understanding. In this sense, Santiago Castro-Gómez (2007) proposes other paradigms based on transdisciplinarity

[3] Here, the spaces of traditional scientific publication are understood and defined, e.g., close access web portals of publishers and indexing libraries that corroborate for a hegemony of the knowledge under commercial principles.

and complex thinking as emerging models of the transcultural dialogue of knowledge between Western science and post-Western forms of knowledge production.

In this sense, the notion of a post-abyssal thought emerges (Santos, 2007, p. 85) "as a learning from the South using the epistemology of the South. It confronts the monoculture of modern science with an ecology of knowledge, which is based on the recognition of the plurality of heterogeneous knowledge". This thought seeks to recognize the inexhaustible diversity of heterogeneous knowledge production, beyond that which is legitimized by scientific rationalism, proposing ways of constructing an epistemology comprehending these multiple knowledges (only one of them being modern science, as we know it). That is, it is not a denial of modern science, but a recognition that it is not capable of explaining the entire reality and that it can create an abyss between what is legitimized by its own epistemologies and validated by scientific rationalism, in a distinction between what is "scientifically truth" and what is common knowledge. We are faced with different levels of abyssal circuits in the scientific environment: on the one hand, a separation based on the geopolitics of knowledge from academic publishing circuits consolidated around capitalist practices of a hegemonic scientific publishing market, which distinguishes the hegemonic science and periphery science production circuits; and on the other, in local subgroups, the distinction between what is scientific, and what is based on methodologies validated by the hegemonic science agents is enforced, and what is on the "other side", the knowledge that is popular, the other group of knowledges.

In face of this social organization of science, and in face of action research, which seeks to overcome such contrasts, and to develop an epistemology directed to the Global South of its own, proposing another way of relating to the abyss between the hegemonic science and the periphery of global science, a step that recognizes the ecology of multiple knowledges, joining scientific knowledge and popular knowledge, in this scenario of post-abyssal thinking, respecting the forms of thought and needs of the peoples in the Latin America. As Cicilia Peruzzo (2016, pp. 6-7) points out, "a new way of seeing and conceiving science, and of producing scientific knowledge, is under development in Latin America – and not only in Latin America – since, at least, for the last four decades of the last century". Cicilia believes that action research has improved, seeking to position this type of research within the scope of scientific epistemology, breaking away from certain dogmas and weaving methods to qualify the inclusion of the researcher beyond political spectrum. Action research "gives credibility to the development of powers of reflective durations, discussions, decisions, and actions of ordinary people who participate in a collective research on "private problems" that they have in common (Adelman, 1993, p. 9).

As we know, no science is neutral in its political aspects, but it follows the objective interests of social classes shrouded by a hegemony in development, accumulation and dissemination of knowledge (Fals Borda, 2012). Action research comes from a "search for new assumptions in the production of scientific knowledge that relativizes the assumption that the only valid knowledge is the scientific, and that it can only be obtained if it is developed according to the canons of empiricism, objectivity and of the alleged neutrality, principles which are constructed and reproduced from Western scientific culture

of a positivist nature "(Peruzzo, 2016, p. 5) Action research, therefore, concerns the development of an epistemology in which the researcher is not only an active subject in research but has a balance of powers between the other agents involved in the research experience, an epistemological nature of the Global South.

Epistemological assumptions of action research

In the face of this scenario of scientific conflicts and oligopolies ruled by capitalism and globalization (Mignolo, 2008, 2013), alternatives to Latin American social thought are conceived in the opposite direction to the colonial organization of the world. A coloniality expressed by neoliberal thinking that, according to Lander (2005, p. 14), has a hegemonic force that nourishes a notion of objective and universal character of knowledge, which is articulated "by the segregation that dictates what is social knowledge between modern society and the other cultures". Thus, a range of alternatives to modern knowledge is linked to the Latin American context in questioning the colonial character of social knowledge. The author points out that a new way of conceiving the world towards the abolition of this segregationist system that marginalizes the Latin America. It is the understanding of a paradigm that articulates the idea of community, of liberation through praxis, of redefining the social researcher's role, of historical character, of epistemic plurality, of resistance, and of revising methods and transformations made by it (Lander, 2005, p. 15).

In this sense, several contributions are identified aiming to compose the Latin American social thought paradigm in the geopolitics of knowledge context. Action research is one of these propositions with the objective of seeking a convergence between popular thought and scientific knowledge and overcome the distinction between subject and object, a characteristic of positivism, and for being inspired by a pluralistic democratic concept (Fals Borda, 2012). Thus, action research can be applied in several fields of knowledge and for different purposes, action research, which positions itself in the scientific context as a methodological proposition made to reinvent traditional methodologies, it presents us how a researcher acts and behaves within the investigative process, this is a fundamental aspect in the elaboration of a research. Thus, there is an intimate relationship between the subjects considered and the action proposed, accompanied by a social transformation that is revealed as a central aspect of this methodology (Thiollent, 2009).

Action research was developed in the post-World War II era, becoming popular in Latin America in the mid-1960s. Its theoretical and epistemological base comes from Germany, an idea of the psychologist Kurt Lewin, who believed that action research is an important psychological intervention strategy. He was a Jew and outraged by Nazi oppression, Kurt positioned himself as a champion of social change, proposing a methodology in his academic studies that would be useful to society, with social justice and rigorous research: action research (Melo et al., 2016). However, despite the term coined by Lewin, there are disagreements over the person who developed the process (Tripp, 2005). Sometimes, in the scientific literature, action research is considered a type of

thought on action, disregarding action research as a form of investigative process that requires action both in the practical area and in research.

According to Barbier (1985), action research reveals itself in the post-war context to address issues relevant to the social conjuncture of that time, as well as happened in the United States after the First World War, they investigated social problems in urban areas. It is in this context that action research thinks about the man's role in society and proposes a transformation of objects into social subjects, making the production of knowledge something collective and identifying a social genesis that precedes theoretical genesis. The purpose is to serve as an instrument of social change (Barbier, 2007), without separating the knowledge production from the practice performed to achieve such change.

Thus, the action research methodology presents itself before a gap between theory and practice. Although the action-research term is widely used, Peruzzo explains that sometimes other names are used as "participatory action research, or simply participatory research, active research, study-research, investigative action or militant research, according to the vision of each author and the theoretical traditions that underlie these names" (2016, p. 2). Peruzzo discusses these conceptual discrepancies and the use of all these terms. The author uses the participant research to understand the specificities of action research, which can be considered a participant research modality (as well as participant observation method), which has as basic objective including the researcher in the environment of the phenomenon and/or group being studied, and the researcher-group or phenomenon interaction. However, in the specific case of action research, Peruzzo adds that "the researcher not only shares the studied environment, but also allows the investigated to participate in the research process and that the results can become a benefit for the studied group itself" (2003, p. 3). On the other hand, despite the current directions of participant research, which is still a constant search for scientific legitimacy, we need to consider the complexity of this methodological field, which comes from many debates about including the researcher into the researched environment and this way of conceiving and doing research in Human Sciences, even participatory research being applied in several areas of knowledge, such as education, sociology, communication, anthropology, administration, engineering, among others,

It is not a question of abandoning a model of scientific domination used as a form of acting in research, but a way of transforming, or even transfiguring, the hegemonic models in the redefinition of scientific plans. Fals Borda (1981) praises what is supposed to be the true role of the current active scientist, which should be to check relevant questions prior to the research results such as: "what kind of knowledge do we want and need?"; "What is scientific knowledge intended for and who will benefit from it?" (p. 47). However, the same author adds that the intention is not to form a new scientific paradigm through participant research, replacing an existing one, but rather to question the need for a centrality in the process of producing scientific knowledge, much more than in the final product.

> However, we can approach some sort of methodological gap if the involved researchers follow the dynamic effects of the breakdown of the subject-object

> dyad that this methodology demands as one of its basic characteristics. The potentialities of obtaining a new solid knowledge from the establishment, in research, of a more fruitful subject-object relationship, that is, a complete integration and participation of those who undergo the research experience. (Fals Borda, 1981, p. 59)

Therefore, we propose an innovative epistemological and methodological discussion on the appreciation of scientific doing, presenting action research as a method that dialogues with innovation and empiricism. Action research is a liberating and emancipatory method to break away from "the imposed habits, customs and bureaucratic systematization" (Barbier, 2007, p. 59). We want to distance ourselves from a discourse focused on the universality of science and the neutrality of scientific production. "Science is historical, it moves, advances, and becomes something in conformity with the very historical process of civilizations. Therefore, if science is not univocal, so the epistemology of science is not", which means that participatory research is based on a departure from positivism and in the approach to the Dionysian view (Peruzzo, 2016, p. 4). This notion of epistemology, according to Peruzzo, helps in understanding the controversies that follow scientific knowledge and its validation, corroborating to a notion with an even greater dimension, the notion that the epistemology of the South has in the participant research the "entrance doors to the construction of knowledge", given the context and Latin American scientific logical thinking.

Therefore, this seems to be a good moment to be more emphatic and briefly introduce the general assumptions on action research, due to its clear proposal of rupture with the canons of empiricism and models created and sustained by Western scientific culture from a model of thought and action spirals. For this brief discussion, we use a basis the general aspects of the action research pointed out by Peruzzo (2016, p. 9), which highlights the "participation/inclusion of the researcher, type of action, researcher's participation and the return of the results".

Participation/inclusion of the researcher

Carry out an action research requires a continuous and effective participation of the researcher within the scenario and the reality in which the phenomena and/or group studied occur. Barbier (1985) action research is positioned as a current that not only drifts away from positivism but proposes an event or everyday life sociology. Thus, the researcher's participation is focused on monitoring the dynamics of the everyday life, so the researcher also has the autonomy to act. For this interaction to take place, prior authorization from the group or community is required.

In the inclusion phase, the researcher becomes closer to the group, this occurs when the researcher assumes its role as research coordinator. This function must be separated from the relation "oppressor and oppressed" or "master-apprentice", an issue pointed out by Paulo Freire (2005). Applying action research is to move away from the "banking model of education", where educating becomes the act of depositing knowledge, which

disregards consciousness and the dialectical process, but rather approaches research in the liberating perspective. The researcher is not a "trainer" of the studied group, but a "mediator", although autonomous and owner of its practice and speech, who has the purpose of developing an active role in solving the problems encountered, follow-up and evaluation.

Type of action

The action in the action research is twofold: the researcher's action and studied group's action. Peruzzo (2016) explains that this action differs from the conventional one in the ethnographic research concept, participant observation and traditional anthropological and psychological currents. In the action research, the researcher not only observes, but also acts freely, focused in the cooperation and collectively with the subjects from the studied group. In the definition of Thiollent (2009, p.16), action research is conceived and carried out in "strict association with an action or with the resolution of a collective problem, in which researchers and participants representing the situation or problem are involved in a cooperative or participative manner".

Researcher participation

The researcher has an active role in action research, which is not to separate the researcher from thought and action, from facts and values. Involvement between the researcher and the subjects of the research results in several levels of involvement. Thus, the participation of people that are subjects of the research is not considered a mere collaborative action but in actions that originate from the strategic elaboration of an actions plan to the effective performance of the research and debate on the data obtained with the results. It is a participation based not only on the researcher interests but on an effective and continuous contribution to the studied subjects, from the development of a collective knowledge and, thus, proposing a decolonization of knowledge.

Action research intends to overcome the of traditional scientific knowledge thinking by incorporating a social-political function, which is in line with the researcher's participation in the effectiveness of action research. Thiollent (2009) associates this political function with an action or resolution of a problem that must have as basic principle the collective and cooperation, where the studied subjects have something to say or do. Research and the way the researcher and research subjects conduct the research is directly linked to the proposed transformation policy. However, it is also necessary to consider the limitations existing in this process and to acknowledge the structural aspects of the social reality researched. Actions can only be structured and transformative if the subjects involved are aware of all these issues. Moreover, these changes are necessarily limited, since the social system is not definitively altered, and the transformations evoked here by action research occur directly in people's consciousness.

> Fair appreciation of the scope of changes associated with action research does not go through unique criteria. Each situation is different from the others. When the actions acquire an objective dimension of easy identification (for example: production, collective manifestation, etc.), the results can be evaluated in tangible terms: quantity produced, number of people mobilized, etc. Action is coupled to several subjective factors, and therefore it is necessary to distinguish several degrees in the awareness. (Thiollent, 2009, p. 47)

Return of the results

Return of knowledge is one of the great differentials of action research, drifting away from the normative assumption of conceiving science traditionally and of the "laboratory" concept, not following all these scientific standards. The return of the search result is often expected by the studied groups, but rarely benefits them. In action research, this beneficial return occurs throughout the research process and in a final step with clear and accessible language for everyone's understanding. Peruzzo (2016, p. 13) explains that action research assumes a democratic distribution of these results throughout the research because "the own steps outlined will enable participation in the discussion on "findings" because there are forums and seminars for presentation and discussion of partial results and internal research organization".

On the democratic distribution of this knowledge and the return of the research results, Fals Borda (1981) adds that it must be systematized, organized without intellectual arrogance, he proposes some rules for the "systematic restitution". The first rule deals with differentiated communication, which must be adapted according to the level of political and educational development of the studied group. The second determines the need of a simple communication method, prioritizing a language accessible to all. Next, the author suggests a self-research and control, in other words, a control of the research process by the studied group. This rule draws attention to the controlled autonomy of the researcher, who cannot decide alone what should be researched, but rather decide along with the subjects in the research group, starting from dialogical relations and interrupting the object-subject relation within the research. Finally, the last rule assumes that a scientific popularization, acknowledging the research techniques and presenting them in a way accessible to the groups.

Cartographies of action research in the Global South

New ways of perceiving and conceiving scientific knowledge are constantly being built in Latin America, that is, alternative ways to Eurocentric-colonial thinking. Latin America undergoes a change of perspective when putting itself "in Our position" (Lander, 2005). An epistemology of the South has been formed, becoming evident the urgency of an epistemological thinking. According to Santos (2007, p. 20), it has never

been so clear "that the understanding of the world is much broader than the Western understanding of the world", which explains the globalization context and the weakness of social theories. The big problem for those living in the South is that Western theories do not fit the realities of countries that are not part of the hegemonic axis.

The difference between theory and social practice reveals the birth of a Southern epistemology – the decolonization of science – and raise the need for a new mode of knowledge production (Santos, 2007). In this context, participatory methodological propositions gain strength as an alternative to new ways of conceiving thought, with action research being one of these possibilities, by going beyond the limits of action and strengthening awareness through participatory and thoughtful empowerment. In addition to generating concrete answers to the research group problems, action research allows the expansion of knowledge-building processes, establishing itself with a "new perspective on society, knowledge and science" (Colmenares, 2012).

Based on this scenario and trying to understand this process of knowledge construction based on participatory methodologies in the Global South, we have carried out a collection of scientific publications in Latin America on action research published in the last 17 years (2000-2017), since studies indicate a growth of researches on the topic since the 2000s (Lima & Silva, 2017). We intended to investigate what types of action research practices are being developed in the Global South, trying to trace, using cartographic methods, the consolidation of a research network on the subject.

Due to our understanding of such lack of space for publishing Brazilian and Latin American articles in scientific oligopoly journals, our collection sought to use other ways of measuring the promotion of scientific production on the subject, since traditional bibliometric searches using the Web of Science or Scopus' Science Direct do not make the scientific panorama from periphery countries visible (Wagner & Wong, 2012). Thus, this research sought to use other sources, such as Google Scholar, that allows a broader measurement of Brazilian research (Mugnaini, Strehl, 2008), although the scientific rigor for indexing is not very relevant. To do so, we used the Publish or Perish software to extract the data, searching for the papers "*investigación acción*" (951) and "*pesquisa-ação*" (856), totaling 1.807 categorized papers. Through the software, from each publication, we obtained the number of citations, author, paper, year, source, publisher, article URL, citation URL, among other data. To carry out a more in-depth investigation, we will analyze the data on action research, which comprehends the Brazilian scientific reality.

Of the total number of entries identified (n=856), only two papers were indexed by the large commercial publishers that are part of the scientific oligopoly, representing 0,35% of the total papers found in this sample, reinforcing the existence of a science invisible in the scientific market. The two sample papers present in the scientific oligopoly circuit are indexed in Elsevier. The indexing bases that appear with greater emphasis in the other papers analyzed are Redalyc, SciELO Brazil and Bireme, which are relevant bases in the context of Latin America (Babini, 2011). Action Research Journal, for example, is a journal owned by one of these great publishers who command this scientific oligopoly, Sage, and there are only two publications by Latin American authors in the last three years

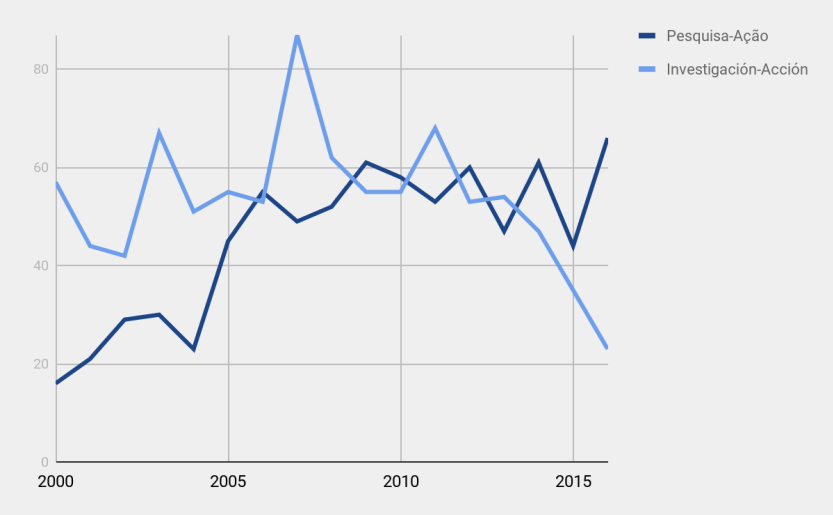
in published editions. In the editorial committee there is only one member from Latin America, who is from Mexico, despite having several members from the Global South. Despite the interest in the subject, and a tradition of the use of action research in some fields of knowledge such as education, for example, which has been highlighted since the works of Paulo Freire and Fals Borda in the 1970s, Latin American researchers have little space in the journals of large commercial publishers like Sage, either in the publication or in the evaluation space and quality legitimation of the material to be published. This brief review considering the last three years of publication of the *Action Research Journal*[4] shows how Latin American science is often invisible and tangential in the areas of great scientific circulation, thus, it is necessary to develop other methodologies to measure science beyond the platforms widely used as Web of Science and Scopus.

The collection was based on two searches using the keywords: research-action, for collection of publications by Brazilian researchers and investigación-acción, for the publications by Latin American researchers, excluding publications of researchers from Spain and other Spanish-speaking countries. This procedure aimed to quantitatively understand how the discussion on action research has evolved in Latin American countries, including Brazil, seeking later to delve into the publication profiles only in Brazilian productions.

In terms of its characteristics, the first graph (Graph 1) presents an overview of action research (Brazil) and investigación acción (Latin American countries) from 2000 to 2017, and it is possible to observe a stability of research-action in Brazil in the last five years and a decline in Investigación Accion in the rest of Latin America in the same period. Although the research is focused in these two terms, from the conceptual point of view, the nomenclatures vary according to the theoretical traditions. Peruzzo (2016) explains that action research is an Anglo-Saxon (action-research) and French (recherche-action) expression, particularly, from the Kurt Lewin research, with America Latin America influenced by the term participant research. In the Brazilian context, Paulo Freire, Carlos Rodrigues Brandão and João Bosco Pinto must be emphasized, with the participant research expression in a first moment. In a second moment, the research-action denomination is predominant with Michel Thiollent and Fals Borda adopting such nomenclature, among others.

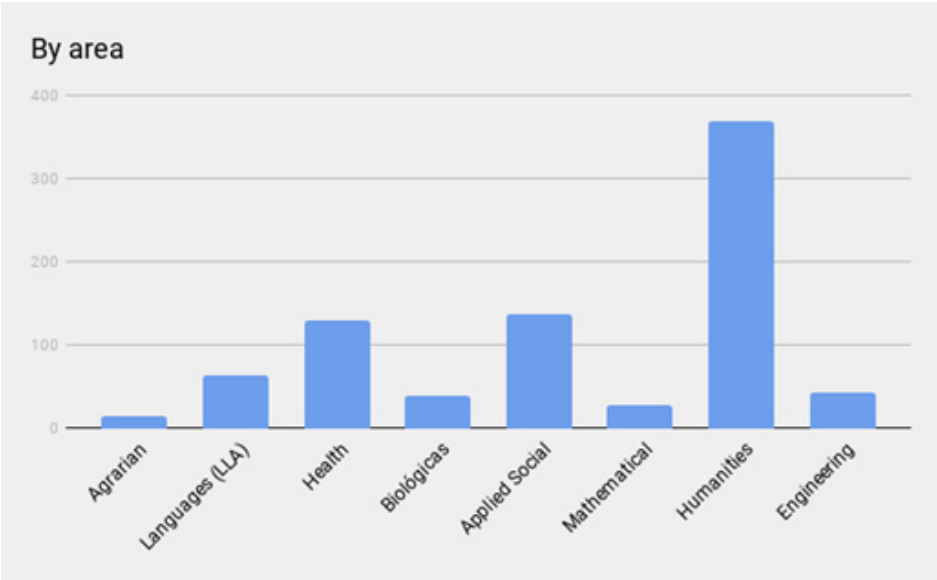
From this analysis, we can perceive the increasing interest on action research in Brazil, justifying our clipping about research from what has been published on the subject in the country. We do not mean that this is a type of research is common in Brazil, because the countries' scientific production is diverse and respond to the local agendas in each field of knowledge. As well as it is not possible to affirm that action research is a phenomenon endemic to Brazil, because as pointed out previously, many researches using this method have come from researchers of different nationalities, as in the Action Research Journal, for example. However, the increasing numbers of this type of research shows us a recurring interest in the country, in different areas of knowledge.

[4] Avalibale at http://journals.sagepub.com/home/arja



Graph 1: Action research and *investigación acción* development

Despite the different expressions to name action research in the most different contexts, there is no single and specific value to define it. The multidisciplinarity and the most varied appropriations of this research practice are characteristics that define the essentiality of action research, which can serve different interests depending on its purpose and epistemological current. From this interdisciplinary character, we can observe, in fact and within the Brazilian scientific reality, the appropriations of the research process practices proposed by action research in different areas of knowledge (Graph 2). For this categorization, we took as a basis the division of fields of knowledge defined by the Brazilian National Council of Scientific and Technological Development (CNPq), thus dividing the papers into eight major fields: Agrarian, Languages and Arts (LLA), Health, Applied Social Sciences, Mathematical and Earth Sciences, Humanities and Engineering.



Graph 2: Action research by field of knowledge

The categories of knowledge areas were raised to divide the material extracted, but it is important to note that sometimes they interconnect, which is due to the existence of multidisciplinary titles[5]. Thus, we observed that some productions could be classified in more than one category and, therefore, we take into account expressions and keywords contained in the titles of the publications for the accomplishment of an individualized categorization in all the listed files.

As we can see in the graph above, the productions related to action research in the field of Humanities stand out from the other fields, accounting for 368 papers. Most of the productions in this category fall under the theme of Education, reflecting a trend coming from the early studies on action research in Brazil, mainly proposed by Paulo Freire, due to its frequent use in the application and understanding of educational pedagogical practices, even though it assumes a multidisciplinary character. According to Barbier (2007, p. 19), who is an important researcher of action research and its approach to educational institutions, this relation reflects the pedagogical and political characteristics of action research, serving as a basis for the formation of a citizen concerned with the city's collective organization. Thus, it is part of the formation category par excellence.

According to the categorization process by field of knowledge, we have the category Applied Social Sciences (137 papers), Medicine (129 papers), with few papers separating one from another. The approach is a response to the attempts of consolidating action research in different fields of application, resulting in a multidisciplinary performance with different theoretical-methodological aspects. For example, Tripp (2005) is a strong supporter of the use of action research by researchers in the Humanities and Social Sciences. In medicine, Sommer (1999) and Williamson and Prosser (2002) emphasize the use of this methodological contribution to practical changes and generation of new knowledge from the empowerment of the participants in medical research, although they raise some reservations, such as ethical aspects (Melo et al., 2016). Thiollent (2009) points out some of the fields in which action research can be applied such as: education, communication, social service, rural development, political practices, and draws the attention to the use in more technical fields such as production engineering, agronomy, architecture, among others.

Only Medicine, Humanities and Applied Social areas have publications in all analyzed years. With regard to the themes of these papers, there is a predominance of theoretical-methodological discussions in almost all fields of knowledge, being this also the papers with the largest number of citations, which correspond to books and chapters, not counted by the large companies that dominate the "scientific oligopoly" (Larivière et al., 2015), which disfavor the measurement of the scientific impact of productions in action research, rendering invisible the production of knowledge from an epistemology that unites scientific and popular knowledge. This scientific scenario also represents a role that has been played by the South in the construction of scientific knowledge with strong influences of the Western scientific thinking, making it necessary to reinvent social

[5] We therefore acknowledge how limited this research can be in the proposed method for defining categories, which sought to consider the particularities and common multidisciplinarity in action research.

emancipation from the South through an organization outside the hegemonic centers (Santos, 2007).

University-Society relationship is another trait observed in the action research profile within the Brazilian reality. The term university comes from the Middle Ages to name any entity that aggregates a set of individuals with the same purpose, without necessarily possessing the institutional character of modern universities. Second Leonor Paini, it was enough that the students were linked to a master and follow their teachings so that this aggregation was called *schola* or "family". "Universities" in their broad sense at the time could happen anywhere, and "knowledge was considered a divine 'Gift' and as such, it would belong to any Christian who was bestowed by God and thus had the gift of knowledge of Latin language" (Paini & Costa, 2016, p. 60). Nevertheless, according to Leonor Paini, there was already a monetization of knowledge, since the university students paid the classes taught by the masters.

According to Chauí (2003), the modern university becomes what is known to us today after the French revolution and in the nineteenth century, its main aspects, such as teaching, and research are constituted. In Brazil, the first specialized schools were created together when the Portuguese monarchical seat was transferred to Brazil, without, however, being considered as a university. Until the Proclamation of the Republic, the model of higher education was based on the training of liberal professionals and "the objective was to grant a professional diploma in order to ensure a certain social prestige and the occupation of privileged posts in a restricted labor market" (Paini & Costa, 2016), which was reinforced with the country's modernization project, which took place in the decades of 1920/1930. At that time, as in the extension models from other countries that came from political and economic crises, the university came to include a third function, in addition to those already consolidated, which are teaching and research: the extension, which in the 1980s was understood in Brazil as an educational, cultural and scientific process that articulates Teaching and Research in an inseparable way and enables the transformative relationship between University and Society (Forproex, 2002). Through extension, the university "has a role of transferring knowledge and mobilize the community, so that the theoretical knowledge acquired in the university, added to the possibility of practical experience, could produce changes in response to market failures" (Bachmann & Parisotto, 2016, p. 22). However, it is precisely in this period of re-democratization of the country that this third mission of the university by its extension begins to acquire new shapes, mainly due to a closer partnership between the public university and the private companies, aiming at financing researches that meet their needs and mutual interests. In this sense, the market has emerged as an important factor in the consolidation of the university *ethos*, mainly due to changes in the public policies that opened the incentive to innovation in the country. Such conflicts over the control of this third function of the university meet what Boaventura de Sousa Santos points out as knowledge-emancipation and knowledge-regulation. According to him,

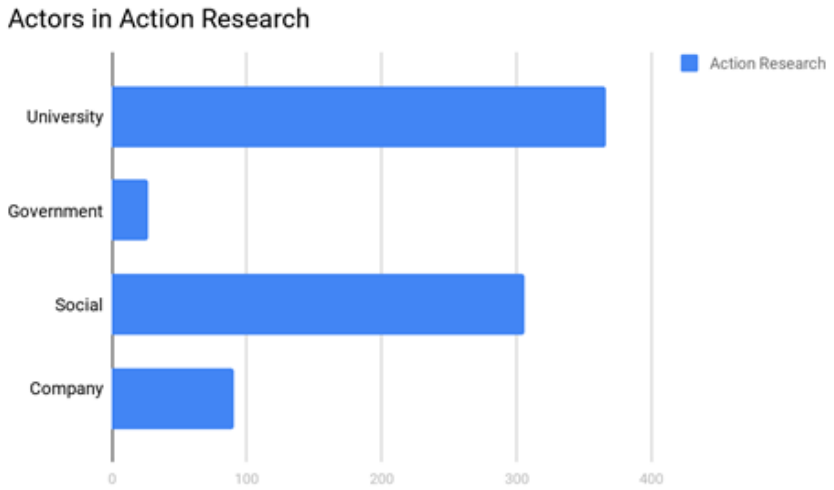
> it is an understanding and intimate knowledge that does not separate us and rather unites us personally to the object of our studies. It is not a matter

> of medieval amazement in the face of a hostile reality possessed by the breath of divinity, but rather of prudence in the face of a world which, though domesticated, shows us every day the precariousness of our life's meaning, however secure it may be in survival aspect, and for the overwhelming majority of the world population is not. (Santos, 2000, p. 84)

According to the author, the modernity project is based on two forms of knowledge: knowledge-as-emancipation and knowledge-as-regulation. Knowledge-as- regulation pillar is composed by the state, the market and the community/society, whereas in emancipation-as-knowledge it is possible to identify three forms of rationality: the aesthetic-expressive, the cognitive-instrumental, and finally the practical-moral rationality of law. In contemporaneity, we observe knowledge-as-emancipation being absorbed by regulation, from the convergence between modernity and capitalism and its rationalization based on modern science. Boaventura de Sousa Santos believes that this overlapping of knowledge-as-regulation on knowledge-as-emancipation occurred through the imposition of scientific rationality and market regulation on the state and community, thus making hegemonic scientific rationality and market the only principle and modern regulator that crosses all spheres of society. Meeting what Moisés Martins (2015, p. 407) points out as a context of commercialization and datafication has also affected how people think in the university: "they [the universities] are subject to the same kinetics that drives the world, the technological mobilization to the market, that is, to answer to the demands of a civilization based on numbers". To the author, this movement of transforming knowledge into a potential commodity to meet the market demands has weakened the research itself, which in the name of *accountability* its "economic value" has been even more considered than its "scientific value" into the evaluation of science as a commodity, which is traditionally measured through the number of citations.

To stop this imposed regulation and to emancipate knowledge, new paradigmatic models are needed in which it is possible to transform scientific knowledge (totalizing and undemocratic) into a new common sense, defined by Boaventura, as "prudent knowledge for a decent life". This understanding is in line with what Jésus Martin-Barbero (2014) reports on the existence of cognitive gaps that reveal the complicity maintained for more than two centuries between the rational monotheism of scientism and mercantilism that makes it profitable. To the author, convergence began to erode power over knowledge, established by scientific rationalism, in which researchers remain "entrenched in their authoritarian didacticism" (p. 5) maintaining little dialogue with the society. Although Barbero understands the convergence from a technological perspective, the dilution of the frontiers of the "traditionally modern" circuits of knowledge, surpass the technicality and converge to other senses: in the transdisciplinarity, in the multiplicity of social actors and in the recognition of the existence of diverse knowledge, by displacing the hierarchy of scientific knowledge.

In this sense, action research appears as a possible model of knowledge emancipation, integrating the community and science, the market and the state, as can be observed in the graph below.



Graph 3: Participation of the four actors in action research

In this gathering of different possible actors to be described by action research, we observe a type of post-abyssal thought emerge, a type of emancipatory knowledge that seeks to integrate the multiplicity of the ecology of scientific and popular knowledge. This relationship is based on the Triple Helix model created in 1990 by Henry Etzkowitz and Leot Leydesdorff, which is a reference in the discussions about innovation processes, whose objective is to describe the innovation in the relationship between the University-Business-Government (Etzkowitz, 2003), considering multiple processes in the construction and dissemination of knowledge where "each Helix is an independent institutional sphere, but works in cooperation and interdependence with other spheres through knowledge flows" (Gomes & Pereira, 2015, p. 138).

In this proposal, we consider, in the categorization of a sample of this research, the university, which has the role of providing in this system not only qualified subjects and research results, but prior to this, an intellectual capital that provides a distinct status in a knowledge-based society (Etzkowitz, 2003). Thus, all production with more theoretical and reflexive emphasis was placed in this category. The Government has the function of investing in public policies to strengthen relations in the triple helix model (Souza da Silva, Rocha & Silva, 2013), being identified in the analysis in papers that are directed to the propositions that invest in public policies. "Companies should prioritize social responsibility and entrepreneurship through the management of innovation in services, products, techniques, etc." (Souza da Silva et al., 2013, p. 11). In this way, we note that company category permeates the production with a commercial nature, but these companies must deal with actions that promote social responsibility and entrepreneurship.

Although it focuses on a type of action that indicates three fundamental elements for the development of society, the Social category is not contemplated by the traditional Triple Helix model created by Etzkowitz and Leydesdorff. According to Lindberg, Danilda and Torstensson (2012) a fourth helix can be identified: society or the public sector, including media, creative industry, culture, values, lifestyle and art, which, according to

them, also influence the innovation system and are not included in the traditional model. Thus, we consider in this analysis the fourth helix, the Society, identifying the papers where values and social demands were prioritized.

Final considerations

Action research in Brazil has other features that goes beyond the bases of the scientific pillars established by the rules of the dominant science. We observed that there is a predominance of a University-Society relationship, reflected by a greater participation in the field of Humanities in the papers on research-action published in the studied period. The subject is in the centrality of the state of the art of action research as one of its basic characteristics, distancing itself from the subject-object dichotomy widely diffused by hegemonic and traditional science. Thus, the social nature of the scientific publications expresses a Global South attempt to break barriers held by Western science, inserting action research as a proposal of decolonization of science and an epistemology of the South (Santos, 2007).

However, although the social nature appears with a strong incidence in the papers collected in this systematic review, there is also a high amount of works with theoretical-methodological directions towards the action research, being these most cited, which is a problem substantiated by the epistemology of the South, where "for a blind theory, social practice is invisible; for a blind practice, social theory is irrelevant" (Santos, 2007, p. 20). Thus, there is this trend to erase social practice from theory by the influence of Western scientific logic consolidated as an epistemology of the South. As a result, we perceive action research as something with little applicability in the practical social sphere, failing to fulfill the fundamental role of action research that is the transformation of the researched reality and subjects. However, this not means to deny the consolidation of action research in recent years in Brazil, in view of a notorious increase of the methodological proposal that is evident in the analysis of the material present in this research. We believe that the technical rationality of academic thinking has a great contribution in this process. In the context of the decolonization of science, we need a new way of producing knowledge (Santos, 2007) and action research is part of this debate as an alternative way of conceiving knowledge, but it is not immune to the academic thinking on production and scientific promotion. The scientific requirements multiply when we refer to action research, because there is a difficulty in reconciling scientific deadlines with the deadlines of an action research. The man's action time is not the same as that of the scholar man, revealing himself in scientific norms that match the perspectives of an academic "quality", which follows the "commercial ideology" logic in which "universities are corporations; education is a type of service; teaching and research are business opportunities; teachers are service professionals or consultants; the students are clients" (Martins, 2015, p. 409).

It is from a reality with social dynamics that action research can be carried out, proposing an epistemological radicalization and differentiating itself from other traditional researches. In this way, it plays a practical role that involves the resolution of a

plethora of factors, evidencing its multidisciplinary character (Barbier, 1985). In this context, we were able to categorize papers in eight areas of knowledge defined by the CNPq, predominating Humanities and Applied Social Sciences, followed by Medical Sciences. The main topics addressed by medical sciences, regarding action research, are Nursing, Family Health and PE. The results obtained with the categorization by field reveal the metamorphosis of action research that runs not only in different fields of application of knowledge but also the "field of the epistemology of science that transits between innovative practices of empirical research, but far from empiricism, and the epistemological questions of the scientific doing itself" (Peruzzo, 2016, p. 3)

Looking to develop a map of action research in Brazil, we also observed that the level of production of studies on this subject have stabilized in the last five years, tending towards a possible progressive growth. Much has been debated about the strategies of insertion of the researcher in the researched environment, but little has been presented and deepened in theoretical-methodological discussions in the Brazilian context. We believe that this is an urgent need, aiming at a more rapid and effective promotion of the knowledge on action research for the formation of a stronger and decolonized scientific methodological network of traditional scientific practices.

This research aims to discuss action research as one of the possibilities for the development of an epistemology of the South, in which scientific knowledge and other ecologies of knowledge can be linked. Although the assumptions of action research allow us to reflect on the emergence of epistemologies of the South and its relation with the acknowledgment of multiple knowledge beyond the academic knowledge imposed by scientific rationality, what we have observed is that this type of research still lacks more space for discussion, not only in the scientific circuits already consolidated and dominated by the hegemonic countries, such as the *Action Research* journal, published by Sage, but also of other scientific publishing spaces focused on the subject coming from emerging productions and perspectives of the periphery countries.

This discussion about action research is implicates directly in scientific assumptions, colonialism of knowledge and the idea of an invisible science, or rather, a science that is made invisible from the methodological assumptions of scientific rationality and geopolitics of knowledge, which renders other forms of production of multiple knowledge invisible. In the Global South, there is a need to review how science is evaluated, not only by its scientific value, impact and innovative aspects but also to include a concept that considers the social impact of science.

Translated by Hernán Baeza

Bibliographic references

Adelman, C. (1993). Kurt Lewin and the origins of action research. *Educational Action Research, 1*, 7-24. doi: 10.1080/0965079930010102

Babini, D. (2011). Acceso abierto a la producción científica de América Latina y el Caribe: Identification of main institutions for regional integration strategies. *Revista Iberoamericana de Ciencia Tecnología y Sociedad*, *6*(17), 31-56. Retrieved from http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsdl/collect/clacso/index/assoc/D4662.dir/babini_EDITADO_FINAL.pdf

Bachmann, A. & Parisotto, I. (2016). Extensão universitária e inovação social: estudo em uma universidade pública municipal. In *Anais do Engema – Encontro Internacional sobre gestão empresarial e meio ambiente* (pp. 1-15). São Paulo: Universidade de São Paulo.

Ballestrin, L. (2013). Decolonial turn and Latin America. *Revista Brasileira de Ciência Política, 11*, 89-117. doi: 10.1590/S0103-33522013000200004

Barbier, R. (1985). *A pesquisa-ação na instituição educativa.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Barbier, R. (2007). *A pesquisa-ação*. Brasília: Liber Livro Editora.

Castro-Gómez, S. & Mendieta, E. (1998). *Teorías sin disciplina: latinoamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate*. México: Miguel Ángel Porrúa.

Castro-Gómez, S. (2005). Ciências sociais, violência epistêmica e o problema da "invenção do outro". In E. Lander (Ed.), *A colonialidade do saber: eurocentrismo e Ciências Sociais. Perspectivas latino-americanas* (pp. 80-87). Buenos Aires: Colección Sur Sur.

Castro-Gómez, S. (2007). Decolonizar la universidad. La hybris del punto cero y el diálogo de saberes". In S. Castro-Gómez & R. Grosfoguel (Eds.), *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global* (pp. 79-91). Bogotá: Iesco-Pensar-Siglo del Hombre Editores.

Chauí, M. (2003). A universidade pública sob nova perspectiva. *Revista brasileira de educação*, *24*, 5-15. Retrieved from http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n24/n24a02.pdf

Colaço, T. (2012). *Novas perspectivas para a antropologia jurídica na América Latina: o direito e o pensamento decolonial.* Florianópolis: Fundação Boiteux.

Colmenares, A. (2012). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la acción. *Voces y Silencios*, *3*, 102-115. Retrieved from https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.18175/vys3.1.2012.07

Dhanani, A. & Jones, M. (2017). Editorial boards of accounting journals: gender diversity and internationalisation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *30*(5), 1008-1040. doi: 10.1108/AAAJ-08-2014-1785

Etzkowitz, H. (2003). Innovation in innovation: the triple helix of university-industry government relations. *Social Science Information*, *42* (3), 293-337. doi: 10.1177/05390184030423002

Fals Borda, O. (1981). Aspectos teóricos da pesquisa participante: considerações sobre o significado e o papel da ciência na participação popular. In C. R. Brandão (Ed.), *Pesquisa participante* (pp. 42-62). São Paulo: Brasiliense.

Fals Borda, O. (2012). La praxis: ciencia y compromiso. In H. Armando. & L. López. (Eds.), *Ciencia, compromiso y cambio social. Textos de Orlando Fals Borda* (pp. 147-205). Buenos Aires: El Colectivo.

Freire, P. (2005). *Pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Forproex. (2012). Política Nacional de Extensão Universitária, do Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileira (FORPROEX). Retrieved from http://proex.ufsc.br/files/2016/04/Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Extens%C3%A3o-Universit%C3%A1ria-e-book.pdf

Gajardo, M. (1985). *Teoría y práctica de la educación popular*. México: Organización de Estados Americanos.

Gomes, M. & Pereira, F. E. (2015). Hélice tríplice: um ensaio teórico sobre a relação Universidade-Empresa-Governo em busca da Inovação. *International Journal of Knowledge Engineering and Management*, *4*(8), 136-155. Retrieved from http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/IJKEM/article/view/3309

Hall, B. & Tandon, R. (2017). Decolonization of knowledge, epistemicide, participatory research and higher education. *Research for All*, *1*, 06-19. doi: 10.18546/RFA.01.1.02

Lander, E. (2005). Ciências sociais: saberes coloniais eurocêntricos. In E. Lander (Ed.), *A colonialidade do saber: eurocentrismo e Ciências Sociais. Perspectivas latino-americanas* (pp. 8-23). Buenos Aires: Colección Sur.

Larivière, V., Haustein, S. & Mongeon, P. (2015). The oligopoly of academic publishers in the digital era. *PloS one*, *10*(6). doi: e0127502.

Levander, C. & Mignolo, W. (2011). Introduction: the global south and world dis/order. *The Global South*, *5*, 1-11. doi: 10.3998/jar.0521004.0067.202

Lindberg, M., Danilda, I. & Torstensson, B.-M. (2012). Women resource centres: a creative knowledge environment of quadruple helix. *Journal of the Knowledge Economy*, *3*(1), 36-52. doi: 10.1007/s13132-011-0053-8

Lima, E. & Silva, F. (2017). Pesquisa-ação na formação inicial de professores de matemática. *Revista Saberes Docentes*, *2*, 1-22. Retrieved from http://www.revista.ajes.edu.br/index.php/RSD/article/view/212

Maldonado-Torres, N. (2008). A topologia do ser e a geopolítica do conhecimento. Modernidade, império e colonialidade. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, *80*, 71-114. Retrieved from https://journals.openedition.org/rccs/695

Martín-Barbero, J. (2014). "Tudo o que sabemos, sabemo-lo entre todos" "Aquela segunda oportunidade sobre a terra" - Algumas palavras para não faltar completamente. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, *2*(1), 4-6. Retrieved from http://www.rlec.pt/index.php/rlec/article/view/51/44

Martins, M. (2015). A liberdade académica e os seus inimigos. *Comunicação e Sociedade*, *27*, 405, 420. doi: 10.17231/comsoc.27(2015).2109

Mata, I. (2014). Estudos pós-coloniais. Desconstruindo genealogias eurocêntricas. *Civitas – Revista de Ciências Sociais*, *14*, 27-42. doi: 10.15448/1984-7289.2014.1.16185

Melo, A., Maia Filho, O. & Chaves, H. (2016). Lewin e a pesquisa-ação: gênese, aplicação e finalidade. *Factal*, *28*, 153-159. doi: 10.1590/1984-0292/1162

Meneses, M. P. (2008). Epistemologias do Sul. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, *80*, 5-10. Retrieved from http://journals.openedition.org/rccs/689

Merton, R. (1968). The Matthew effect in science. *Science*, *159*(3810), 56-63. doi: 10.1126/science.159.3810.56

Merton, R. (1972). *The sociology of science: theoretical and empirical investigations*. Chicago: University of Chigaco Press.

Mignolo, W. (2008). Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política. *Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Literatura, língua e identidade*, *34*, 287-324. Retrieved from http://www.uff.br/cadernosdeletrasuff/34/traducao.pdf

Mignolo, W. (2013). Geopolítica de la sensibilidad y del conocimiento. Sobre (de) colonialidad, pensamiento fronterizo y desobediencia epistémica. *Revista de Filosofía*, *74*(2). Retrieved from http://eipcp.net/transversal/0112/mignolo/es

Mugnaini, R. & Strehl, L. (2008). Recuperação e impacto da produção científica na era Google: uma análise comparativa entre o Google Acadêmico e a Web of Science. *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação* (Vol. Especial), 92-105. doi: 10.5007/1518-2924.2008v13nesp1p92

Paini, L. & Costa, L. (2016). A função social da universidade na contemporaneidade: algumas considerações. *Eventos Pedagógicos*, *7*, 59-72. Retrieved from http://sinop.unemat.br/projetos/revista/index.php/eventos/article/viewFile/2077/1701

Peruzzo, C. (2003). Da observação participante à pesquisa-ação em Comunicação: pressupostos epistemológicos e metodológicos. In *Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1-23). Belo Horizonte: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Peruzzo, C. (2016). Epistemologia e método da pesquisa-ação. Uma aproximação aos movimentos sociais e à comunicação. In *Anais XXV Encontro Anual da Compós (*pp. 1-22). Goiânia: Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.

Resende, F. & Thies, S. (2017). Temporalidades enredadas no Sul Global. *Revista Contracampo, 36* (3), 1-19. doi: 10.22409/contracampo.v36i3.1095

Santos, B. D. S. (1995). *Toward a new common sense: law, science and politics in paradigmatic transition.* New York and London: Routledge.

Santos, B. D. S. (1999). *Um discurso sobre as ciências.* Porto: Afrontamento.

Santos, B. D. S. (2000). *A crítica da razão indolente***.** São Paulo: Cortez.

Santos, B. D. S. (2007). Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. *Novos Estudos-CEBRAP*, *79*, 71-94. doi: 10.1590/S0101-33002007000300004

Santos, B. D. S. (2008). *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social.* São Paulo: Boitempo.

Sommer, R. (1999). Action research: from mental hospital reform in Saskatchewan to community building in California. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, *40*(1), 47-55. doi: 10.1037/h0092490

Souza da Silva, H., Rocha, E. & Silva, W. (2003). Inovar para desenvolver: relação entre os atores universidade, empresa e governo. *Examãpaku*, *6*(2), 1-14. doi: 10.18227/1983-9065ex.v6i2.2022

Thiollent, M. (2009). *Metodologia da pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez.

Tripp, D. (2005). Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. *Educação e Pesquisa*, *31*(3), 443-466. Retrieved from http://www.scielo.br/pdf/ep/v31n3/a09v31n3.pdf

Vessuri, H., Guédon, J. & Cetto, A. M. (2014). Excellence or quality? Impact of the current competition regime on science and scientific publishing in Latin America and its implications for development. *Current Sociology*, *62*(5), 647-665. doi: 10.1177/0011392113512839

Wagner, C. & Wong, S. (2011). Unseen science: representation of BRICs in global science. In *2011 Atlanta Conf on Science and Innovation Policy*, Atlanta, September 15-17, 2011.

Williamson, G. & Prosser, S. (2002). Action research: politics, ethics and participation. *Journal of Advanced Nursing*, *40*(5), 587-593. doi: 10.1046/j.1365-2648.2002.02416.x

Biographical notes

Lumárya Souza de Sousa is a master's student in the Post-Graduation Program in Communication at the Fluminense Federal University. Member of the Laboratório de Experiências de Engajamento e Transformações da Audiência [Laboratory of Public Participation and Transformations Experiments] (Leeta). Assistant editor at Contracampo magazine. The theme of her undergoing thesis is the democratization of knowledge from the applied research project, Favelação, which is developed in Morro do Estado, in Niterói, RJ, Brazil. She has worked on knowledge democratization initiatives such as the Dose de Ciência celebrated on Dia D da Ciência [D-Day of Science], Pint of Science, among others.

E-mail: lumaryas@gmail.com

Address: Rua Aurelino Leal, 105, Ap 904 - Centro - Niterói / RJ - Brazil. Cep: 24020-110.

Thaiane Oliveira is a Professor in the Postgraduate Program in Communication at the Fluminense Federal University. Coordinator at the Laboratório de Investigação em Ciência, Inovação, Tecnologia e Educação [Research Laboratory for Science, Innovation, Technology and Education] (Cite-Lab), which houses the the Laboratório de Experiências de Engajamento e Transformações da Audiência [Laboratory of Public Participation and Transformations Experiments] (Leeta) and the o Núcleo de Estudos Estratégicos de Circulação e Políticas Científicas [Nucleus of Strategic Studies of Circulation and Science Policies] (Nepc).

E-mail: thaianeoliveira@id.uff.br

Address: Rua Cacilda Ouro, 783 - Itaipu - Niterói / RJ - Brazil. CEP: 24342-220.

*** Submitted: 30.11.2017**

*** Accepted: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 107 – 128
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2909

1989, o ano que não terminou: epistemologia e metodologia da pesquisa em Comunicação e Política no Brasil

Francisco Paulo Jamil Marques & Edna Miola

Resumo

Este trabalho examina o perfil de parte relevante da produção científica da área de Comunicação e Política no Brasil a fim de elaborar um balanço acerca dos avanços e dos entraves epistemológicos e metodológicos comuns às abordagens investigativas mais recorrentes no país. O argumento está dividido em quatro partes. Na primeira delas, discutem-se problemas de fundo teórico, apontando-se desde a imprecisão na definição dos objetos até certa desatualização conceitual. Em seguida, a proposta se debruça sobre as falhas que caracterizam algumas das opções metodológicas mais empregadas em pesquisas da área. A terceira seção avalia as consequências dos estorvos anteriormente verificados, mencionando-se, por exemplo, a tendência a elaborar generalizações equivocadas sobre os efeitos políticos da mídia. O texto é encerrado com um tópico disposto a endereçar sugestões que podem colaborar na resolução de parte dos problemas aqui tratados.

Palavras-chave
Comunicação; epistemologia; metodologia; política

Abstract

This paper examines a relevant part of the Brazilian scientific production in Political Communication in order to assess the epistemological and methodological advances and flaws that have featured this area of expertise. The argument is divided into four parts. In the first one, we discuss different theoretical questions, ranging from the imprecision in the definition of objects and categories of research to a persistent conceptual outdatedness. Next, the text focuses on some of the most common methodological options found in empirical studies present in the field, diagnosing the predominance of a descriptive emphasis. The third section reflects on the consequences of the burdens previously pointed out: for example, research findings that tend to overestimate media effects. We conclude our argument by addressing some suggestions that may help to solve part of the problems here outlined.

Keywords
Communication; epistemology; methodology; politics

Introdução

O objetivo deste artigo é examinar o perfil de parte relevante da produção científica da área de Comunicação e Política no Brasil, a fim de elaborar um balanço dos avanços e dos entraves epistemológicos e metodológicos comuns às abordagens investigativas

mais recorrentes no país. Argumenta-se que um mapeamento das principais ênfases dos estudos elaborados após as eleições presidenciais de 1989 se faz necessário para que seja possível perceber os desafios metodológicos e epistemológicos que marcam a área de Comunicação e Política no panorama brasileiro.

Indo direto ao ponto, pretende-se verificar a impressão de que os avanços na seara teórico-metodológica do referido campo de investigações se mostram relativamente tímidos. Quase 30 anos depois do pleito que levou Fernando Collor à Presidência da República, alguns dos trabalhos mais recentes continuam, por exemplo, a analisar a cobertura eleitoral jornalística praticamente com a mesma visada que caracterizou as pesquisas dos anos 1990.

Ressalte-se que o ano de 1989 é particularmente relevante para a democracia brasileira e para os estudos na área de Comunicação e Política uma vez que, antes daquela oportunidade, as últimas eleições presidenciais no país haviam sido realizadas em 1960. Durante esse intervalo, verificou-se um significativo avanço tecnológico das comunicações no Brasil (com o aprimoramento das transmissões via satélite que tornou as mídias capazes de alcançarem mesmo as regiões mais distantes dos grandes centros), o que encetou novas formas de sociabilidade político-eleitoral. Assim, a redemocratização trouxe a necessidade de que os 22 candidatos que concorreram à Presidência naquele ano tivessem de se adaptar às novas gramáticas audiovisuais, aos debates eleitorais, aos resultados das sondagens de opinião pública e às negociações com os consultores de marketing (Albuquerque, 1999; Carvalho, 1999). Somando-se esses fatores à exibição de uma versão editada do debate presidencial entre Lula e Collor por parte da Rede Globo (2018), catalisou-se a onda de estudos que iria conferir relevância à área de Comunicação e Política no Brasil (Weber, 1990). A partir daquele ano, ficou mais evidente uma nova frente de investigações, disposta a não mais examinar a Comunicação somente como política de Governo – perspectiva predominante até então por conta da regulamentação e da censura impostas pelo Regime Militar (Lima, 1997).

Mesmo que aquela eleição tenha acontecido há quase três décadas, a impressão de que os avanços na pesquisa se mostram limitados se espraia para diferentes subespecialidades ou temas associados ao campo de investigações em questão. Se, a título de ilustração, tomarmos os estudos sobre Jornalismo Político no Brasil, perceber-se-á que uma série de leituras continua a tratar agentes e fenômenos como se o cenário político-midiático fosse praticamente o mesmo desde a eleição de Collor, em 1989. Evidências diversas – como a de que as organizações Globo não têm o mesmo poder de influência anteriormente verificado (Sampaio, 2010), dada alteração nos modos de consumo de informações políticas; a exemplo da mudança de postura do referido grupo midiático quanto a algumas dimensões da cobertura eleitoral (Rede Globo, 2018); ou da competição do Jornalismo com as redes sociais digitais (Canavilhas, 2010) – apontam que a atividade noticiosa se transformou desde então (Guerra, 2014). Além dela, as gramáticas e as formas de se conduzir uma campanha eleitoral também se modificaram (Gomes, 2004); já do ponto de vista institucional, o Estado brasileiro se encontra em contínua modificação (Bresser-Pereira, 2017). Uma parcela da produção científica, contudo,

permanece atrelada a um referencial que carece de atualização teórica, metodológica e epistemológica. É o que se propõe discutir aqui.

Antes de prosseguir com o argumento, elabora-se algumas notas de cautela. Cabe, primeiramente, admitir que este é um diagnóstico incompleto. Mesmo que esta proposta não tenha caráter experimental-quantitativo, e sim reflexivo, o texto precisa enfrentar a acusação de que conta com limitações ao não revisar integralmente o que foi produzido até o momento – aliás, essa seria uma tarefa impossível, dado que o fluxo da produção científica é perene. Justamente por isso, evita-se generalizar o diagnóstico.

Contudo, mesmo sem estabelecer um *corpus* precisamente delimitado, é possível esclarecer que tipo de produção científica foi levada em conta pelos autores deste artigo. Dito de forma mais clara, são quatro as fontes principais que permitiram ao texto compilar as tendências de investigação em Comunicação e Política no Brasil. A primeira delas se refere às atas do Grupo de Trabalho (GT) Comunicação e Política da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação e Política, que existe desde 1992. O grupo debate, anualmente, 10 trabalhos, acumulando, até o momento, mais de 250 artigos (Compós, 2018). Pesquisadores de diferentes instituições de pesquisa – muitos deles veteranos que já formaram investigadores de gerações mais recentes – coordenaram o referido espaço de debates, que funciona como caixa de ressonância a agregar comunicólogos, cientistas políticos e outros estudiosos com produção relevante.

A segunda fonte abrange os trabalhos apresentados nos GTs da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais. O evento anual desta entidade ofereceu uma de suas primeiras oportunidades à Comunicação e Política em 1994, em uma sessão intitulada "Mídia e Cidadania" do GT Cultura e Política. Em 1996, foi a vez de o GT Partidos Políticos e Comportamento Eleitoral dar visibilidade ao assunto, por meio da sessão "Mídia, Socialização Política e Descrença Política". Foi somente em 1997, porém, que a ANPOCS começou a reservar espaço cativo aos autores vinculados ao tema, ainda que o nome do GT tenha sofrido variações. A título de ilustração, o grupo se intitulava "Mídia, Política e Opinião Pública" quando de sua estreia; "Mídia, Opinião Pública e Eleições", em 2000; "Democracia, Comunicação Política e Eleições", em 2004; "Democracia, comunicação política e eleições", em 2009; "Mídias, política e eleições", em 2008 (ANPOCS, 2018).

A terceira base a possibilitar um panorama da especialidade é o Diretório de Teses e Dissertação da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, cujo catálogo conta com cerca de 500 títulos (Compolítica, 2018). O repositório se encontra dividido em nove temáticas (de Propaganda e Marketing Político a Jornalismo Político, entre outras) e permite conhecer instituições, pesquisadores e indicadores de produção – itens que foram objeto de artigos já publicados, a exemplo de Aldé, Chagas & Santos (2013) e Santos, Aldé & Schwambach (2016).

Por último, é possível indicar um conjunto de coletâneas que marcam as tendências da produção científica brasileira na especialidade aqui examinada – sobretudo porque, uma vez mais, envolvem pesquisadores que ainda detêm posição de liderança na área. A título de ilustração, pode-se mencionar o livro *Mídia, Eleições e Democracia*, organizado por Heloiza Matos em 1994; o livro *Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens*,

publicado sob responsabilidade de Albino Rubim em 2004 e resenhado por João Carlos Correia (2005) como representativo da produção nacional; e *Mídia, representação e democracia*, organizado por Luis Felipe Miguel e Flávia Biroli, em 2010.

Ainda que tais fontes não sejam abordadas empiricamente; ainda que o conhecimento que delas se tem não permita a generalização das conclusões para todo o campo de estudos; e mesmo que consideremos legítimas estas e outras ressalvas ao trabalho ora apresentado, defende-se a utilidade deste artigo por provocar o debate e por trazer à tona considerações sobre os progressos e os entraves que dificultam, por exemplo, a ampliação do grau de impacto internacional de publicações brasileiras em nível internacional. Este, aliás, constitui um dos maiores estorvos apontados pelo Relatório da Avaliação Quadrienal 2017 da área de Comunicação e Informação, elaborado sob responsabilidade da CAPES (2017). Assim, sustenta-se a ideia de que, a partir desta contribuição, o leitor terá a oportunidade de identificar (e de evitar) os obstáculos aqui retratados quando da condução de seus próprios projetos em Comunicação e Política.

Esclareça-se, ademais, que, ao contrário da proposta de Alan Sokal e Jean Bricmont (2010), no livro *Imposturas intelectuais*, a ideia deste artigo não, de forma alguma, é denunciar "abusos" (sic) – ainda que a questão do relativismo epistêmico levantada por esses dois autores represente um foco de inquietação, conforme será explicado em breve. Aliás, sublinhe-se que, em nenhum momento, o propósito do artigo é sinalizar a existência de má-fé por parte dos autores ou dos trabalhos referenciados. Deseja-se, somente, colocar em pauta obstáculos que podem comprometer o acúmulo de conhecimento em nosso campo de estudos. Isto é, a questão de fundo se refere à necessidade de abordar problemas analíticos que, até o momento, não têm sido objeto de reflexão de forma suficiente. Aliás, também de forma oposta ao que fizeram Sokal e Bricmont (2010), optou-se, no escrito ora apresentado, apenas por ilustrar alguns dos trabalhos que se encaixam em situações problemáticas. Isso porque, uma vez mais, não haveria vantagem alguma em gerar mal-entendidos ao se personalizar a crítica quando a meta é explorar elementos que parecem ter alcance mais amplo do que o trabalho de um grupo ou de uma linha desenvolvida em instituição de pesquisa específica.

Defende-se, todavia, que as questões apontadas nesta proposta não constituem exceções, uma vez que se dão em número significante. Evidências disso podem ser testemunhadas a partir de, pelo menos, três fontes: a primeira delas reside em problematizações e fenômenos abordados em coletâneas publicadas nos últimos anos – das quais Rubim (2004), já citado, é um exemplo; a segunda evidência se encontra nos documentos de área que veiculam a avaliação que a CAPES faz da área de Comunicação – documentos, aliás, que, por serem referência para as políticas acadêmicas e científicas, são abordados mais adiante neste artigo; por fim, ao longo do presente argumento, dialoga-se com outros pensadores do campo que compartilham das mesmas preocupações aqui diagnosticadas.

O trabalho se encontra dividido em quatro partes. Na primeira delas, discutem-se problemas de fundo teórico, apontando-se desde a imprecisão na definição dos objetos até certa desatualização conceitual. Em seguida, a proposta se debruça sobre as falhas

que caracterizam algumas das opções metodológicas mais empregadas em trabalhos da área. A terceira seção avalia as consequências dos problemas anteriormente verificados, mencionando-se, por exemplo, a tendência a elaborar generalizações equivocadas sobre os efeitos políticos da mídia. O texto é encerrado com um tópico disposto a endereçar sugestões que podem colaborar na resolução de parte dos problemas aqui tratados.

Dificuldades teóricas

Da imprecisão terminológica

A área de Comunicação e Política, por sua história e legado, reúne investigações de naturezas diversas. É possível concentrar os estudos em diferentes momentos da vida política das sociedades (períodos de mandatos, de eleições ou de crises institucionais), enfatizar mensagens veiculadas em determinados suportes (televisão, rádio, material impresso e dispositivos digitais), dar atenção à mobilização midiática de certos atores políticos (representantes eleitos, candidatos, movimentos sociais, consultores de comunicação, jornalistas) ou, de forma mais ampla, dedicar-se a pesquisar as variadas atividades sociais que envolvem a mídia e a democracia (a exemplo da atuação do Estado na regulação do mercado de comunicação) (Albuquerque, 2013; Coelho & Locatelli, 2017; Gomes & Maia, 2008; Maia, 2012; Miguel & Biroli, 2010; Rubim, 2004; Weber, 1990). Assim, a oportunidade de associar plataformas, suportes, agentes e atividades confere aos estudiosos da área a vantagem de ter à mão uma fonte praticamente inesgotável de temas de investigação.

Ao mesmo tempo, tal profusão de opções pode implicar dificuldade em cercar, de maneira mais clara, os objetos de estudo da especialidade aqui abordada. Dito de outra forma, se é preciso ressaltar as vantagens trazidas pela interdisciplinaridade que marca os Estudos de Mídia, não se pode ignorar a preocupação com as imprecisões terminológicas que caracterizam parte de nossas produções. Se for tomada como exemplo a ideia de "esfera pública" (Habermas, 1984), será possível verificar que o movimento dedicado a esgarçar tal conceito a fim de que ele abarque uma pluralidade de fenômenos e ambientes pode acabar provocando sua própria inutilidade (Marques, 2006; Miola, 2009). Situação semelhante ocorre com os conceitos de "poder" ou "espetacularização" (Chaui, 2006; Guareschi, 1994); já a definição de "interesse público" adota perspectivas por vezes conflitantes quando designa experiências de Comunicação Pública (Duarte, 2012; Matos, 2012; Paulino, Guazina & Oliveira, 2016).

Mas, sublinhe-se, este traço de imprecisão terminológica não é marca apenas da subárea de Comunicação e Política. Conforme Moragas:

> a história da investigação sobre comunicação de massas põe de manifesto que as colocações que pretendem constituir este trabalho em uma disciplina "independente", homologável em *status* às ciências sociais, revelaram-se tarefa muito pouco rentável para o desenvolvimento ou progresso dos conhecimentos sobre nosso objeto de estudo, sempre difícil de delimitar. (1981, p. 12)

O caso é que, nos estudos brasileiros em Comunicação e Política, mostra-se frequente o uso de macrocategorias que, ao serem empregadas para explicar fenômenos díspares, acabam gerando mais dúvidas do que esclarecimentos. Se "meios de comunicação", "grande mídia" ou "mídia hegemônica" permanecem sendo termos muitas vezes utilizados como sinônimos, registre-se que uma observação mais atenta por parte do leitor revelaria um conjunto de confusões terminológicas.

Dizendo-se de forma mais clara e objetiva, ainda não se conseguiu vencer, por completo, a desordem conceitual que cerca, por exemplo, a noção de "mídia". O termo pode designar dispositivo para armazenamento de dados (Figueiredo & Mendes, 2015), canal de comunicação através do qual a mensagem é transmitida (Peruzzo, 2003), área de atuação no agenciamento de propaganda (Giacomini Filho, 2013) ou agentes ligados ao campo do Jornalismo (Fernandes & Correia, 2014). O uso indiscriminado do termo "mídia", assim, deixa em segundo plano toda a riqueza de fenômenos, serviços, interesses, mercados, profissionais, deontologias, tecnologias, técnicas e práticas que marcam a comunicação de massa contemporânea (Citelli, Berger, Baccega, Lopes & França, 2014). Quando as análises pecam quanto à cautela conceitual e insistem em tratar com a mesma lente investigativa (sob o guarda-chuva "mídia") atividades diversas, torna-se frequente o embaralhar entre meios (em uma perspectiva instrumental-propagandística), de um lado, e instituições, de outro. Se, em princípio, fosse admitido que tais distinções poderiam estar claramente estabelecidas na mente dos autores, talvez seja necessário padronizar uma melhor a dimensão redacional (Fausto Neto, 2004).

Desatualização da literatura

Mostra-se comum, em trabalhos brasileiros da área de Comunicação e Política, a utilização de referenciais clássicos das Teorias da Comunicação. Em princípio, isso não seria problema, mas é preciso reconhecer que, em situações diversas, teorias e hipóteses da década de 1970 ainda são apresentadas como se novidade fossem.

Observe-se, a título de ilustração, mesmo o caso daqueles estudos mais recentes sobre agendamento midiático (Gomes & Torres, 2017). Se, por um lado, é possível argumentar que novos canais de comunicação encetam possibilidades inéditas quanto ao processo de agendamento (é o caso dos fluxos que envolvem redes sociais digitais), por outro lado, as perguntas de partida e as providências empíricas continuam, muitas vezes, limitadas a reproduzir o que já se faz há décadas (McCombs & Shaw, 1972).

Para não ser injusto, é prudente ressaltar que um grupo de investigações, na última década, passou a considerar o conceito de *framing* (também conhecido como "segundo nível de *agenda-setting*") (Liedtke, 2008) – ainda que quase sempre reproduzindo o que desenvolveram, sob diferentes olhares, Gamson e Modigliani (1989), Entman (1994) ou Goffman (1986), que tampouco são referências recentes.

Na prática, o que diferentes textos dedicados a analisar enquadramentos fazem é adotar a seguinte lógica: introduzir ao leitor o esforço metodológico elaborado em um dos trabalhos de autores pioneiros; modelar os critérios de análise lançando mão

de categorias que, muitas vezes, sobrepõem-se ou procedem a uma classificação dos quadros de maneira marcadamente subjetiva e de sistematização que dá excessivo espaço a polêmicas. Nesse sentido, sob a justificativa de que "cada caso é um caso", fica estabelecida uma zona de conforto teórico-metodológico que mantém sintonia com o que foi explorado décadas atrás, como se pouco tivesse sido aperfeiçoado desde então. Exceções podem ser encontradas em Vimieiro e Maia (2011) e em Campos (2014), que adotam uma postura interessante quanto às aplicações conceituais clássicas e que montam uma arquitetura empírica original.

Dificuldades metodológicas

Falava-se, no início dos anos 2000, que a área de Comunicação no Brasil se caracterizava pela dificuldade em acumular conhecimento, dadas as fragilidades das pesquisas anteriores. Quem desejava descobrir algo, teria de partir praticamente do zero por conta da inconsistência metodológica da maioria dos estudos até então elaborados. De acordo com o então representante de área de Ciências Sociais Aplicadas I no Ministério da Educação:

> falta à mentalidade dos programas [de pós-graduação em Comunicação], em geral, uma ideia clara e efetiva de pesquisa cumulativa. Ou se desconhece o trabalho anterior ou ele é de tal forma pouco confiável em seus resultados que os nossos pesquisadores estão sempre começando de novo o trabalho da produção de conhecimento sobre um tema ou especialidade. Desse modo é praticamente impossível estabilizar um campo de pesquisa com um volume suficiente de conhecimento consolidado, isto é, testado, avaliado e aceito pela comunidade de pesquisa. (Gomes & Moreira, 2000, p.131)

Em se tratando, especificamente, dos estudos em Comunicação e Política, o aumento numérico de pesquisadores, bem como a citação mútua de trabalhos da área, não implicou, necessariamente, avanço notável em termos metodológicos a ponto de nos inserir nos embates travados internacionalmente em periódicos de ponta (não obstante o esforço relevante verificado em congressos da área). É o que se debate a seguir.

Pouco se cria e mal se copia

A Comunicação é uma área do conhecimento que, no caso brasileiro, consolidou-se a partir da segunda metade do século XX, fenômeno que se deve a elementos tais como a ampliação no número de cursos de graduação e pós-graduação no país (Melo, 1999). Sabidamente, o ato de reivindicar objetos, teorias e problemas de investigação próprios requer, também, o desenvolvimento de metodologias de pesquisa singulares (Silva, 2009). Isso não significa, naturalmente, a defesa de um isolamento no que se refere à proposição ou ao emprego de técnicas de investigação.

Sendo assim, argumenta-se que, se, por um lado, o diálogo com métodos de análise oriundos de outras áreas do conhecimento é fundamental, por outro, demanda-se

um profundo domínio de tais técnicas – seja para reproduzi-las, seja para adaptá-las. No caso, não se pode negar que o processo de apropriação implica adaptações nem sempre felizes.

Vejamos o caso da utilização da análise de conteúdo (ou a adoção de parâmetros da análise de discurso, ambas em suas mais variadas vertentes), que, muitas vezes, desconsidera particularidades das áreas que originaram tais estratégias. Por exemplo, utilizar AD em conjunção com AC para tratar um mesmo *corpus* é alvo de crítica em variadas referências fundamentais (Bardin, 2007; Charaudeau, 2006; Fairclough, 2001; Foucault, 1979; Orlandi, 2007; Pêcheux, 1988; Van Dijk, 2008).

Outro exemplo da transposição de técnicas de análise encontra-se em trabalhos brasileiros direcionados a investigar a ideia de deliberação pública (Seridorio & Luvizotto, 2017). Embora os modelos teóricos inspiradores de tal perspectiva (Bohman, 1996; Elster, 1998; Gutmann & Thompson, 1996; Habermas, 1996) sejam frequentemente criticados por conta de seu caráter normativo, não são poucas as pesquisas nacionais que, de antemão, optam por selecionar um conjunto específico de parâmetros (reflexividade, representatividade, reciprocidade, dentre outros) cuja resultante é a frustração com as descobertas da investigação (lamenta-se, por exemplo, que, não obstante o potencial discursivo de fóruns *online*, os cidadãos insistem em se atacar ou se manter em silêncio). Isso ocorre não somente porque a realidade se mostra ao pesquisador como sendo diferente daquilo que por ele foi desenhado como ideal, mas, também, pela necessidade de se considerar a influência dos contextos socioculturais e de momentos políticos determinados sobre os processos de conversação política – em um debate eleitoral televisivo, por exemplo, convergir com o oponente pode aumentar as chances de perder votos (Marques, Vimieiro, Vieira & Melo, 2009). Nesse sentido, parte dessas investigações (Sousa & Marques, 2015, por exemplo) aponta contribuições que se limitam a ilustrar (a) que cada caso é um caso, (b) que dificilmente se verifica debate público de boa qualidade (sobretudo em contextos acirrados) e (c) que os modelos analíticos elaborados pecam ao tentar fazer a realidade da dinâmica deliberativa caber em categorias elaboradas no plano teórico-filosófico.

Muita descrição, pouco avanço heurístico

A consistência de um estudo empírico se revela nas dimensões concernentes à adequação dos métodos de coleta, dos métodos de análise e à profundidade da interpretação dos resultados – que deve se dar em confronto direto com a literatura pertinente.

Enquanto a informatização dos bancos de dados e a utilização de *softwares* e aplicativos têm proporcionado avanços notáveis em métodos de coleta, o progresso no que se refere às formas de interpretação do material extraído, contudo, ainda parece acanhado. São diversas as propostas na área de Comunicação e Política no Brasil que, no âmbito dos eventos relacionados às tecnologias da comunicação em rede, por exemplo, satisfazem-se em contar número de *hashtags*, *posts* ou seguidores.

Em outras palavras, se as ferramentas de coleta de metadados podem contribuir para ampliar as possibilidades de análise empírica, permitindo o processamento de

dados ou o estabelecimento de associações até então mais trabalhosas por serem executadas manualmente, isso não significa que as pesquisas tragam conclusões que façam avançar a compreensão que se tem do estado da arte. É o caso das aparentemente sofisticadas análises de redes que, ao lançarem mão de grafos ou ao se debruçarem sobre relações entre "influenciadores" e "influenciados", pouco se preocupam em refletir, por exemplo, acerca dos reais efeitos das formas de uso das mídias digitais sobre as decisões políticas. Ao dizer isso, este ensaio não visa desvalorizar as informações levantadas nas referidas investigações; o problema se refere, antes, à impressão de que boa parcela dos estudos a dominarem tais recursos poderia empregar os dados coletados de forma mais produtiva, de forma a estabelecer um confronto que vá além das ilustrações (Recuero, Zago & Bastos, 2014).

Há, também, trabalhos nos quais o esforço para montar uma metodologia de pesquisa robusta resulta em um tipo de argumento que privilegia o método em si (a arquitetura da coleta, por exemplo), em detrimento do próprio problema investigado. Uma vez mais, a intenção aqui não é depreciar o fato de que, em determinadas ocasiões, as descrições são necessárias como sendo o primeiro passo no sentido de realizar um mapeamento que permitirá, em etapas posteriores, descobertas mais consistentes. A questão é: a partir de qual momento consideramos ser suficiente tal inventário de fenômenos, a fim de não repetirmos *ad infinitum* ilustrações de casos que, muitas vezes, pouco ajudam a ampliar nossa compreensão acerca dos objetos analisados?

Falhas no processo de montagem e de aplicação das estratégias metodológicas

Ainda vinculada à discussão metodológica, uma polêmica recorrente nos estudos em Comunicação e Política no Brasil (algo que, na verdade, permeia as Ciências Humanas e Sociais) se refere à disputa entre pesquisadores que enfatizam métodos quantitativos ou qualitativos. Se a pesquisa na área evoluiu a ponto de perceber que as duas abordagens não são antagônicas (Cervi, 2009), o esforço mais recente tem sido ratificar a ideia de que determinadas perguntas de partida apenas são passíveis de resposta caso o leque de técnicas selecionado para conduzir o estudo seja condizente com o problema de pesquisa. Tomemos o caso de uma investigação acerca das tensões que marcam os bastidores da interação entre as coordenações de política, de um lado, e de marketing, de outro, que prestam serviço a determinada candidatura (Marques & Carneiro, 2018). No caso, as entrevistas em profundidade seriam uma das poucas alternativas capazes de dar resposta a tais inquietações – e de pouco adiantaria a insistência na utilização de métodos quantitativos se apenas a interlocução direta com agentes envolvidos no processo em questão pode ajudar a revelar as atitudes e as perspectivas dos participantes (Barakso, Sabet & Schaffner, 2014). Nessas ocasiões, o rigor metodológico deve se referir a questões sobre como garantir a representatividade dos entrevistados e a transparência dos dados primários (tornar disponíveis as transcrições das entrevistas, por exemplo).

Verifica-se, ademais, a existência de pesquisas que reivindicam caráter quantitativo (dispostas, para isso, a apresentar tabelas e gráficos das mais diversas naturezas e

formatos), mas que, no final das contas, limitam-se a contar frequências (indicar quantas vezes determinados termos aparecem na amostra, por exemplo) (Grijó & Vieira, 2017). A crítica se volta, assim, para aqueles casos que apenas enfatizam a descrição dos dados coletados, tendo sua contribuição limitada a ilustrar o que ocorreu em uma situação particular (Andrade, 2014).

Uma análise quantitativa consistente parte de distinções entre variáveis dependentes e independentes, sendo capaz de avaliar possíveis correlações entre estas; reflete acerca da pertinência dos índices a serem averiguados e cotejados; separa as variáveis mais relevantes para a explicação de determinado problema, evitando regressões espúrias ou atribuindo pesos a fatores essencialmente diferentes; especula acerca do grau de influência mútua entre as variáveis, para evitar duplicação ao mensurar os efeitos. Nem sempre tais aspectos são contemplados nas investigações de nossa especialidade.

Analisemos o caso de estudos que se autointitulam "quantitativos" ao lançarem mão de categorias (sejam elas fundamentadas na literatura, sejam elas construídas indutivamente) dispostas a avaliar, por exemplo, o conteúdo de materiais da comunicação política. Em diferentes trabalhos (Marques, Silva & Matos, 2012), percebe-se que não há preocupação evidente em construir os índices considerando-se a maior (ou menor) proximidade (ou até sobreposição) das tipologias entre si. O resultado, às vezes, refere-se a taxonomias nas quais se confunde forma, função e conteúdo de agentes, agendas e propostas – sem contar o inchaço da categoria "outros", que focaliza situações não contempladas nos indicadores inicialmente propostos.

Ressalte-se, a esta altura, que há providências metodológicas que não dependem do desenvolvimento de novas técnicas ou que se encontram além dos cuidados a serem tomados quando do processo de montagem dos indicadores analíticos. Aqui se está fazendo menção, novamente, à importância de ser transparente quanto ao uso das técnicas de coleta, análise e interpretação dos dados: como foi feita a classificação do conteúdo? Quantos pesquisadores tomaram parte no processo? Houve treinamento da equipe responsável pela catalogação e classificação? Foi realizado teste de confiabilidade? O que foi feito no caso de divergência entre os investigadores ao longo do processo de categorização? Se a classificação ficou por conta apenas de um investigador, quais os riscos de uma análise eminentemente subjetiva comprometer os resultados apresentados?

A tais respostas devem ser acrescidas a disponibilização do banco de dados e do livro de códigos utilizado para a categorização, o que permitiria replicar os procedimentos, bem como checar possíveis inconsistências. Nesse sentido, este trabalho chama a atenção para um fato apontado por Gary King (2006) há mais de uma década: periódicos diversos (inclusive da área de Ciências Humanas e Sociais) têm adotado políticas de compartilhamento de dados brutos e investido em normas que encorajam os leitores a replicar os resultados dos trabalhos que veiculam. Em resumo, não apenas os trabalhos da área de Comunicação e Política, mas, também, qualquer trabalho científico deve evitar que o leitor ou avaliador tenha de confiar na palavra do pesquisador.

Consequências dos problemas teórico-metodológicos

As dificuldades teóricas e metodológicas de parte dos trabalhos abrigados na interface entre Comunicação e Política no Brasil podem ser verificadas em suas respectivas conclusões. Pelo menos três problemas se destacam nos resultados de diferentes pesquisas sobre a *mídia* e a democracia: certo exagero quanto aos efeitos da comunicação de massa sobre a audiência; a generalização dos achados (descobertas sobre casos específicos nem sempre se aplicam a um *corpus* mais abrangente); e uma espécie de síndrome da perseguição ideológica, alinhada com a ideia de "percepção de mídia hostil" (Vallone, Ross & Lepper, 1985).

A questão do hipermidiatismo e da generalização das conclusões

A boa qualidade de uma investigação empírica é aferida por meio da literatura atualizada e plural que o trabalho aciona, bem como através dos parâmetros empíricos utilizados para dar conta de determinado fenômeno, objeto ou *corpus*. Além disso, a discussão proporcionada após a apresentação dos dados também se mostra fundamental para convencer o leitor de que as descobertas da análise são convincentes. É nesse ponto que um entrave adicional se mostra perceptível na especialidade ora examinada.

Em diferentes ocasiões, o estudo acerca da utilização de uma plataforma de comunicação específica (ou a abordagem empírica sobre um ator ou instituição em particular) acaba servindo para fazer ilações de cunho mais amplo. Esse fenômeno é mais facilmente verificável em trabalhos dedicados à comunicação eleitoral. Persistem análises orientadas estritamente de acordo com o resultado do pleito. Por exemplo: se determinado candidato foi derrotado, isso se deveria a uma utilização equivocada das estratégias de comunicação – não importa se a margem de derrota foi mínima e nem se existem outros fatores associados ao contexto, à agenda da campanha ou ao comportamento do eleitor, conforme bem apontam Figueiredo (2008) e Moisés (2008).

A depender do caso, o estudo de um simples perfil do Instagram é o objeto utilizado para identificar o tom geral de uma campanha ou mesmo para explicar o motivo pelo qual a eleição foi (ou não) um sucesso para determinado candidato. Aponta-se, então, para a necessidade de se evitar uma perspectiva "hipermidiática", uma vez que nem tudo do ponto de vista eleitoral se resume à construção de imagem; nem sempre microfenômenos são suficientes para explicar vitórias e derrotas na disputa pelo voto. É nesse sentido que se mostra fundamental adotar uma postura que reconheça as limitações das próprias descobertas – o que nem sempre ocorre.

A síndrome da perseguição ideológica

É necessário discutir se, e em que medida, verifica-se alguma influência ideológico-partidária em análises da área de Comunicação e Política no Brasil. Registre-se, antes de dar continuidade ao presente tópico, que não se trata de crítica às pessoas dos autores ou às preferências partidárias que, por acaso, eles possam, legitimamente, ter. O que

se apela é para que seja ampliado o esforço em evitar uma possível interpretação dos fenômenos que se confunda a defesa de determinada diretriz política.

De forma prática, é preciso dizer que não se verifica novidade alguma em afirmar (ou mesmo denunciar, a depender do ânimo) que empresa de comunicação "x" tem preferência editorial por uma agremiação ou tendência política particular. Há, inclusive, casos em que as instituições jornalísticas apoiaram, de maneira aberta, determinadas candidaturas, conforme ocorreu com a *Folha de S. Paulo* em 2000, quando endossou Marta Suplicy (Partido dos Trabalhadores) na disputa para a Prefeitura de São Paulo (Marta X Maluf, 2000, 15 de outubro, p. A2); ou o caso do jornal *O Estado de S. Paulo*, que optou por José Serra nas eleições presidenciais de 2010 (Editorial: O mal a evitar, 2010, 26 de setembro, p. A3).

Além dessas ocasiões, há distinções importantes de serem feitas quando tratamos, por exemplo, de diferentes gêneros jornalísticos: (a) a postura de um ou outro articulista contrário a determinado partido pode ser clara e textual, até porque alguns deles já eram, de origem, filiados a movimentos políticos ou sociais antes de serem convidados a escrever; (b) há circunstâncias em que a audiência talvez não compreenda, por completo, as separações entre notícia e opinião. Mas o que se vê, com alguma regularidade, são trabalhos acadêmicos que encontram obstáculos mesmo para diferenciar, de um lado, a abordagem noticiosa e, de outro, a postura editorial do jornal.

Com isso, não se está afirmando que o proprietário ou que os acionistas majoritários da empresa não busquem direcionar a agenda da cobertura cotidiana; que não exista sincronia e sintonia entre agendas noticiosas e editoriais (Marques, Miola, Mitozo & Mont'Alverne, 2017); nem se está negando que os próprios jornalistas também podem preferir dar voz a fontes que ideologicamente consideram mais apropriadas; e, por último, não se está diminuindo a influência política dos jornais sobre a audiência (Eilders, 1999; McKnight, 2010). O argumento, aqui, é mais simples: boa parte da crítica acerca do desempenho ou do viés adotado pelas *mídias* jornalísticas (Chaui, 2006) se trata mais de premissa do que de conclusão empiricamente comprovada.

> Mais frequentemente presumido do que testado (ou seja, uma narrativa, não ciência), os efeitos negativos da mídia alcançaram o *status* de mito nacional no país que produziu tanto o verdadeiro William Randolph Hearst ("Você fornece as imagens, eu forneço a guerra": 1897) quanto sua apoteose fictícia (As pessoas pensarão... o que eu lhes disser para pensar": 1941). (Hartley, 2015, p. 852)

Essas constatações não pretendem invalidar os esforços feitos no sentido de identificar interesses "fora de cena" (Gomes 2004). O argumento deste trabalho, na verdade, mantém sintonia com Luis Felipe Miguel, quando o autor se debruça sobre pesquisas fundamentadas na técnica de análise de valências:

> não creio que se trate de, junto com a ferramenta da valência, invalidar a ideia de que existe viés no noticiário, atribuindo tudo à dissonância

> cognitiva dos consumidores de informação (Gomes, 2014). O caminho é, exatamente, avançar numa compreensão mais complexa, impedindo que as debilidades do recurso à valência comprometam nossa capacidade de fazer uma crítica embasada da ação política da mídia. (Miguel, 2015, p. 175)

A referida "compreensão mais complexa" se refere, provavelmente, à importância de se admitir que existem lógicas próprias de produção no Jornalismo, dinâmicas que nem sempre estão meramente circunscritas à ação política; ou que se considere a existência da ação política do Jornalismo sem equipará-lo a partidos políticos, como bem aponta Biroli (2013).

Aliás, Azevedo (2010) compartilha avaliação semelhante ao apontar a necessidade de produzir explicações mais substantivas para que seja possível medir o grau de partidarismo no caso do Jornalismo brasileiro:

> respeitando-se a legítima opção democrática de cada veículo da imprensa optar por uma das candidaturas em competição, a questão a ser respondida é se o PT e o seu candidato presidencial desde 1989 (Lula) receberam um tratamento equilibrado e em pé de igualdade com seus principais adversários políticos. (...) Caso a resposta seja negativa, é necessário produzir uma explicação consistente que vá além da teoria conspiratória das "classes dominantes" contra o PT ou da simples constatação de que o DNA da mídia é conservador e ponto final. (Azevedo, 2010, p. 50)

Assim, se a influência da direção da empresa não pode ser descartada (ainda que poucos trabalhos tenham mensurado de forma confiável como tal processo ocorre), continua fundamental compreender em que medida a instituição negocia com o fato de que há princípios, competências e habilidades fomentadas durante a trajetória de formação dos profissionais e que também sustentam o contrato de leitura das empresas jornalísticas com suas audiências (Fausto Neto, 2008). Não se pode, enfim, ignorar as peculiaridades da rotina de tal atividade ou o esforço analítico de pesquisadores das Teorias do Jornalismo.

De forma mais direta, pergunta-se: as notícias, de fato, posicionam-se de maneira tão clara, conforme constatam textos dedicados a denunciar o viés da cobertura? É possível asseverar que o grau de luminosidade de uma fotografia teve como intenção ressaltar a presença de determinada figura política? Que o ângulo escolhido pelo fotógrafo produzirá os mesmos sentidos junto à audiência? Não parece adequado, então, presumir – sem o devido tratamento empírico – quais seriam as intenções dos produtores das mensagens; assim como também é desaconselhável generalizar os efeitos dos produtos midiáticos sobre diferentes parcelas do público, conforme pondera o importante estudo elaborado por Mundim (2014).

É legítimo questionar, a esta altura, se existe o risco de os trabalhos elaborados não enxergarem seu próprio viés. Tal postura, aliás, também é criticada mesmo por autores com atuação político-partidária, conforme aponta o trecho abaixo:

> Florestan Fernandes, quando discute 'sobre o trabalho teórico', observa que 'uma atividade militante intensa é incompatível com a vida acadêmica: ela pode ser posta de modo transitório em dados momentos'. A política quebra o isolamento intelectual, mas seu exercício prolongado nos empurra para as razões pragmáticas que lhes são inerentes. (Ortiz, 1990, p. 173)

Nesse cenário, torna-se comum que resultados de investigações no campo da Comunicação e Política sejam utilizados por agremiações partidárias a fim de ratificar uma visão de mundo a ser compartilhada pela militância (Partido dos Trabalhadores, 2015).

Para encerrar o tópico, é possível apontar outro prejuízo analítico caso se confirme ou se exacerbe o risco ora discutido: a circulação regular e comumente aceita de diagnósticos "certeiros" sobre os efeitos políticos das *mídias* nos induz à sensação de que estes estariam dispensados de maior rigor avaliativo (justamente por trazerem embutidas perspectivas de mundo amplamente compartilhadas e convenientes). Trata-se de problema relevante, sobretudo caso seja verificada resistência em se aceitar, quando dos processos de avaliação de artigos e projetos, o estudo de agendas ou instituições que são tidas como "conservadoras". Seria nocivo para o ambiente de pesquisa cercear estudos que contemplem entidades tidas como "inimigas" por uma parcela do campo.

Para concluir: perspectivas de melhoria

O livro *Opinião Pública*, de Walter Lippmann (1922/2008), é considerado, por diferentes estudiosos, como um dos precursores dos estudos em Comunicação e Política. Desde os primórdios da especialidade aqui abordada, os investigadores a ela vinculados procuraram se posicionar de forma preponderantemente "crítica" ao desempenho político da comunicação de massa. Seja em relação aos papeis dos profissionais e das empresas jornalísticas, seja no que concerne à dinâmica de trabalho dos *spin doctors* e demais agentes dedicados à construção de imagens públicas, o fato é que as ressalvas reverberam, hoje em dia, não mais apenas entre os estudiosos da Comunicação Política, mas é, também, oriunda de não especialistas.

Há algo de positivo nisso: uma maior parcela dos cidadãos passa a acompanhar mais de perto os produtos e os agentes da política midiática, restando-se mais atentos à cobertura jornalística, ao padrão dos programas eleitorais e ao desempenho dos candidatos ao longo dos debates. Mas não se deve deixar de perceber, por outro lado, que tal disposição em avaliar continuamente (e, muitas vezes, sem conhecer os parâmetros de funcionamento do campo) o desempenho do sistema midiático parece evidenciar, em parte, a necessidade de que os estudos em Comunicação Política no Brasil se firmem como autoridade de referência.

Em tempo: não se está sugerindo que o campo deva se fechar a avaliações externas, nem se está censurando a apresentação de ressalvas por parte de não-especialistas. O que se está sugerindo é a necessidade de que a literatura pare de andar em círculos. Mesmo cerca de 30 anos depois da redemocratização brasileira, permanece-se com muitas das perguntas de partida originalmente formuladas, perscrutadas por meio de estratégias metodológicas repetitivas, o que dificulta a consolidação da autoridade da disciplina.

Com vistas a encerrar o ensaio ora apresentado, a intenção é abordar, a seguir, duas questões adicionais, intimamente ligadas, que funcionam como sugestões a colaborar na resolução de parte dos obstáculos aqui tratados. A primeira delas refere-se à necessidade de refinar a articulação dos projetos de Comunicação e Política com especialidades científicas vizinhas. Em segundo lugar, destaca-se o papel das associações científicas enquanto entidades fundamentais na tarefa de patrocinar o alargamento das fronteiras da pesquisa na área.

Carência de articulação com especialidades vizinhas

Um problema recorrente na especialidade aqui tratada concerne à resistência em promover a integração da área de Comunicação e Política com estudos de áreas tangentes – é o caso da opção por negligenciar a Economia Política da Comunicação e as políticas públicas no setor (Rothberg, Napolitano & Stroppa, 2016).

O livro da Hallin e Mancini (2004) representa uma referência emblemática ao associar, de um lado, uma discussão ligada à realidade do mercado de comunicação em diferentes países e, de outro, as estratégias de comunicação política empregadas por atores diversos. Outro estudioso importante que defende a aproximação entre as competências da Economia Política e da Comunicação e Política é Papathanassopoulos (2015, p. 770), ao afirmar que:

> ... de fato, existe uma relação crítica entre, de um lado, as políticas da comunicação midiática e, de outro, a comunicação política. Esses diferentes processos de exercício do poder se alimentam uns dos outros e, desde que haja equilíbrio de poder, eles se limitam mutuamente em benefício do interesse público.

Estreitar o diálogo com a literatura da Economia Política da Comunicação (como o fazem Lattman-Weltman e Chagas (2016), por exemplo) abriria a oportunidade de inserir em nossa agenda temas como o poder das empresas de telecomunicações sobre os novos modelos de negócios de instituições do campo midiático – o que afeta desde o financiamento de campanhas eleitorais até a atividade jornalística. Um desafio relevante, assim, encontra-se na rejeição à permanência em zonas de conforto epistemológico.

Na mesma trilha da resistência percebida nos estudos de Comunicação e Política em se aproximarem de teorias e metodologias pouco familiares pode ser incluída a análise de conteúdos visuais – o que, especula-se, pode ser resultado da falta de trânsito junto às Teorias da Imagem. Os poucos movimentos nessa direção se associam à análise do discurso ou partem do legado da Semiótica para propor análises contestáveis da relação entre texto e imagem (quando não o fazem de forma fragmentada, separando os dois tipos de conteúdo – texto e imagem – em artigos diferentes e, assim, comprometendo a compreensão integral da mensagem). Há de se fomentar essa aproximação, bem como propiciar uma maior integração entre metodologias que visam abarcar um mesmo conjunto de objetos.

O papel das associações científicas e dos periódicos na agenda de pesquisa

Não pode ser desconsiderado o papel de associações e de eventos da área de Comunicação e Política no que concerne ao incentivo a debates epistemológicos. São fundamentais, por exemplo, mesas redondas dispostas a dar voz, especificamente, a editores de periódicos interessados na interface aqui discutida. Em tais oportunidades, os autores poderiam conhecer mais de perto não somente as características desejáveis com as quais deveriam contar os artigos submetidos (ou compreender as falhas mais recorrentes apontadas nas submissões recusadas), como também verificar o grau de transparência dos processos de avaliação (o que contribui para profissionalizar o campo). Essas ocasiões serviriam, ainda, para que os editores, justamente por terem contato com o que de mais recente vem sendo produzido pelos investigadores, identificassem publicamente quais agendas carecem de maior investimento.

Aproveitar os encontros científicos para promover esclarecimentos, cooperações e embates sobre ciência de boa qualidade abriria a oportunidade para que temas até agora pouco trabalhados – mas, nem por isso, desimportantes – ganhassem condição para serem debatidos em profundidade. Dentre os assuntos ainda pouco explorados (e que poderiam ser alvo de dossiês, por exemplo), estão: a utilização cada vez mais frequente de militantes para "terceirizar" a crítica a adversários por meio de perfis em redes sociais digitais; as particularidades do consumo de informações políticas simultaneamente em múltiplas telas; o aperfeiçoamento dos processos de transparência pública em organizações do estado; a comparação entre as dimensões opinativa e noticiosa dos jornais com o intuito de perceber se (e em que medida) há viés.

Delineado o que o argumento tinha de fundamental a apresentar, é chegado o momento de elaborar duas ponderações finais.

Em primeiro lugar, pergunta-se: Até que ponto os problemas verificados em parte das pesquisas conduzidas no Brasil se repetem em outras democracias? Se é verdade que as diretrizes institucionais (seja do sistema político, seja do sistema da mídia) ou as características da cultura política nacional influenciam os interesses de investigação mais recorrentes, registre-se que os problemas anteriormente apontados não são exclusividade da literatura brasileira em Comunicação e Política. Assim, mesmo que impliquem variações de tom, as críticas ao ramo dos Estudos de Mídia aqui posto em tela se repetem em outros contextos sociais, políticos e intelectuais (Blumler, 2016).

Partindo de tal constatação, Kaid e Strömbäck (2008) apelam para a necessidade de criar parâmetros de mensuração a serem utilizados por pesquisadores interessados em comparar casos oriundos de diferentes países. Esser e colegas, por sua vez, apontam as dificuldades ocasionadas por imprecisões conceituais e refletem sobre como isso reverbera na operacionalização de variáveis comparativas:

> ... apesar de todo o progresso, a pesquisa sobre jornalismo político enfrenta sérios desafios relacionados à falta de clareza conceitual, bem como demonstra uma comparabilidade insuficiente entre os estudos e o acúmulo de conhecimento. (...) Embora muitos estudiosos utilizem conceitos

> teóricos similares, as definições das categorias e, em particular, as operacionalizações diferem frequentemente. (Esser et al., 2011, p. 140)

Tais reflexões comprovam que o problema delineado ao longo deste artigo existe, de fato, e que ele não se limita à produção brasileira. Nesse sentido, a preocupação essencial, aqui, é provocar o debate a fim de saber quão atentos estão os pesquisadores brasileiros a tais problemas e se estão dispostos a desafiá-los.

Por último, é nítido que, ao longo dos últimos dez anos, o perfil do material produzido por investigadores da área de Comunicação e Política tem se aperfeiçoado – principalmente por conta das maiores exigências dos processos de avaliação da pós-graduação no Brasil. Isso, porém, não nos impede de apontar que persistem barreiras para que se verifique um acúmulo consistente de metodologias, bem como para que se amplie a inserção de nossas investigações em âmbito internacional – um estorvo persistente e que vai além de eventuais barreiras linguísticas.

Referências bibliográficas

Albuquerque, A. (1999). *Aqui você vê a verdade na tevê: A propaganda política na televisão*. Niterói: Universidade Federal Fluminense.

Albuquerque, A. (2013). Media/politics connections. *Media, Culture & Society*, *35*(6), 742-758. doi: 10.1177/0163443713491302

Aldé, A., Chagas, V. & Santos, J. G. B. (2013). Teses e dissertações defendidas no Brasil (1992-2012): um mapa da pesquisa em comunicação e política. *Revista Compolítica*, *3*(2), 7-43. doi: 10.21878/compolitica.2013.3.2.43

Andrade, D. S. (2014). A comunicação governamental da presidente Dilma Rousseff: uma análise de conteúdo do portal da Presidência da República. *Comunicação e Sociedade, 26*, 191-206. doi: 10.17231/comsoc.26(2014).2033

ANPOCS, Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais. (2018). *Encontros Anteriores*. São Paulo: ANPOCS. Retirado de http://www.anpocs.com/index.php/encontros/encontros-anteriores

Azevedo, F. (2010). A imprensa brasileira e o PT: um balanço das coberturas das eleições presidenciais (1989-2006). *Revista ECO-Pós, 12*(3), 48-65.

Barakso, M., Sabet, D. & Schaffner, B. (2013). *Understanding political science research methods*. Londres: Routledge. doi. 10.4324/9780203801253

Bardin, L. (2007). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Biroli, F. (2013). Limites da política e esvaziamento dos conflitos: o jornalismo como gestor de consensos. *Revista Estudos Políticos, 6,* 144-161.

Blumler, J. (2016). Political communication. In G. Mazzoleni, K. Barnhurst, K. Ikeda, H. Wessler & R. Maia (Eds.), *The international encyclopedia of political communication* (pp. 1-9). Londres: Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781118541555.wbiepc213

Bohman, J. (1996). *Public deliberation: pluralism, complexity, and democracy*. Cambridge: MIT press. doi: 10.5860/choice.34-5341

Bresser-Pereira, L. (2017). *The political construction of Brazil: society, economy, and state since independence*. Boulder: Lynne Rienner Publishers.

Campos, L. (2014). A identificação de enquadramentos através da análise de correspondências. *Opinião Pública, 20*(3), 377-406. doi: 10.1590/1807-01912014203377

Canavilhas, J. (2010). Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In *Nuevos Medios, Nueva Comunicación – Livro de atas do II Congreso Internacional Comunicación 3.0* (pp. 1-12). Salamanca: Universidad de Salamanca. Retirado de http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf

CAPES, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. (2017). R*elatório da Avaliação Quadrienal 2017: Comunicação e Informação*. Brasília, CAPES. Retirado de http://capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/relatorios-finais-quadrienal-2017/20122017-Comunicacao-quadrienal.pdf

Carvalho, R. (1999). *Transição democrática brasileira e padrão midiático publicitário da política*. Campinas: Pontes.

Cervi, E. (2009). Métodos quantitativos nas ciências sociais: uma abordagem alternativa ao fetichismo dos números e ao debate com qualitativistas. In J. Bourguignon (Eds.), *Pesquisa Social* (pp. 125-143). Ponta Grossa: Toda Palavra.

Charaudeau, P. (2006). *Discurso político.* São Paulo: Contexto.

Chaui, M. (2006). *Simulacro e poder: uma análise da mídia*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

Citelli, A., Berger, C., Baccega, M., Lopes, M. & França, V. (Eds.). (2014). *Dicionário de comunicação: Escolas, teorias e autores*. São Paulo: Contexto.

Compolítica, Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. (2018). *Diretório de Teses e Dissertações*. Rio de Janeiro: Compolítica. Retirado de http://compolitica.org/diretorio/index.php/diretorio/catalog

Compós, Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação. (2018). *Anais*. Brasília: Compós. Retirado de http://www.compos.org.br/anais_encontros.php

Correia, J. C. (2005). Recensão do livro *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*, de A. A. C. Rubim. *Media & Jornalismo*, *7*, 137-147.

Duarte, J. (Ed.) (2012). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas.

Editorial: O mal a evitar (2010, 26 de setembro). *O Estado de São Paulo*, p. A3.

Eilders, C. (1999). Synchronization of issue agendas in news and editorials of the prestige press in Germany. *The International Journal of Communications Research, 24*(3), 301-328. doi: 10.1515/comm.1999.24.3.301

Elster, J. (Ed.) (1998). *Deliberative democracy*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/cbo9781139175005

Entman, R. (1993). Framing: toward a clarifcation of a fractured paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Esser, F., Strömbäck, J. & De Vreese, C. (2012). Reviewing key concepts in research on political news journalism. *Journalism*, *13*(2), 139-143. doi: 10.1177/1464884911427795

Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília: Universidade de Brasília.

Fausto Neto, A. (2004) Discurso político e mídia. In A. A. Rubin, (Ed.), *Comunicação e Política: conceitos e abordagens* (pp. 105-125). Salvador: Edufba.

Fausto Neto, A. (2008). Notas sobre as estratégias de celebração e consagração do jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 5,* 17-29. doi: /10.5007/1984-6924.2008v5n1p109

Fernandes, C. M. & Correia, G. C. (2014). Mídia jornalística como instrumento de ação política no Golpe Militar de 1964. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 11*(1), 77-88.

Figueiredo, C. D. & Mendes, A. R. S. (2015). Roteiros para dispositivos de mídias móveis: tela, tempo e trânsito como elementos contingentes. *Revista GEMInIS*, *6*(2), 165-182, 2015.

Figueiredo, M. (2008). *A decisão do voto*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Foucault, M. (1979). *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal.

Gamson, W. & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power. *American Journal of Sociology*, *95*(1), 1-37. doi: 10.1086/229213

Gamson, W. (1992). *Talking politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Giacomini Filho, G. (2013). Publicidade: possibilidades para um receptor interativo. In A. Pessoni & P. F. Perazzo (Eds.), *Neorreceptor no fluxo da comunicação* (pp. 15-32). Porto Alegre: EdiPUCRS.

Goffman, E. (1986). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.

Gomes, A. L. & Torres, J. V. C. (2017). Nos labirintos do discurso: agendamento e procedimentos de exclusão nos títulos da Folha, Globo e Estadão. *Comunicação & Inovação, 18*(36), 68-78.

Gomes, W. & Maia, R. (2008). *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus.

Gomes, W. & Moreira, S. V. (2000). O estado da arte dos cursos brasileiros de pós-graduação em Comunicação (entrevista). *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 23*(2), 121-136.

Gomes, W. (2003). O estranho caso de certos discursos epistemológicos que visitam a área de Comunicação. In M. Lopes (Ed.) ,*Epistemologia da Comunicação* (pp. 313-330). São Paulo: Loyola.

Gomes, W. (2004). *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.

Grijó, W. P. & Vieira, I. G. (2017) Visibilidade comunicativa na Internet: uma análise da fan page de Marcelo Freixo. *Comunicação & Informação, 20*(3), 64-83.

Guareschi, P. (1994). *Comunicação e poder: presença e o papel dos meios de comunicação*. São Paulo: Vozes.

Guerra, J. (2014). Transparência editorial. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 11,* 196-209.

Gutmann, A. & Thompson, D. (1996). *Democracy and disagreement*. Cambridge: Harvard University Press.

Habermas, J. (1996) *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. Cambridge: Polity Press.

Hallin, D. & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/cbo9780511790867

Hartley, J. (2015). Narrative, political. In G. Mazzoleni; K. Barnhurst; K. Ikeda; H. Wessler & R. Maia (Eds.), *The international encyclopedia of political communication* (pp. 849-857). Londres: Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781118541555.wbiepc137

Kaid, L. L. & Strömbäck, J. (2008). Election news coverage around the world. In J. Strömbäck & L. L. Kaid (Eds.), *The handbook of election news coverage around the world* (pp. 421-431). Nova Iorque: Routledge. doi: 10.4324/9780203887172

King, G. (2006). Publication, publication. *Political Science & Politics*, *39*(1), 119-125. doi: 10.1017/s1049096506060252

Lattman-Weltman, F. & Chagas, V. (2016). Mercado futuro: a economia política da (re)partidarização da imprensa no Brasil. *Dados, 59*, 323-356. doi: 10.1590/00115258201679

Liedtke, P. F. (2008). Governando com a mídia: os presidentes e o uso político dos meios de comunicação de massa. *Comunicação & Inovação, 9*(16), 32-41.

Lima, V. A. (1997). Políticas regionais de comunicação: novos atores, velhos problemas. In I. Lopes & J. Marques de Melo (Eds.), *Políticas Regionais de Comunicação: Os Desafios do Mercosul* (pp. 133-143). Londrina: Intercom.

Lippman, W. (1922/2008). *Opinião pública*. Petrópolis: Vozes.

Maia, R. (2006). Mídia e vida pública. In R. Maia & M. Castro (Eds.), *Mídia, esfera pública e identidades coletivas* (pp. 11-45). Belo Horizonte: Editora UFMG.

Maia, R. (2012). *Deliberation, the media and political talk*. Nova Iorque: Hampton Press.

Marques, F. P. J. & Carneiro, A. (2018). Corações, mentes e estratégias: A relação entre "marqueteiros" e políticos durante as eleições de 2012 em Fortaleza. *Revista de Sociologia e Política*, *26*(65), 105-131. doi: 10.1590/1678-987317266507

Marques, F. P. J. (2006). Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil. *Opinião P*ública, *12*(1), 164-187. doi: 10.1590/S0104-62762006000100007

Marques, F. P. J., Silva, F. W. & Matos, N. (2012). Estratégias de comunicação política online: uma análise do perfil de José Serra no Twitter//Political campaigns and online strategies: the case of the 2010 Brazilian elections. *Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura, 9*(3), 344-369.

Marques, F. P. J., Miola, E., Mitozo, I. & Mont'Alverne, C. (2017). Um estudo comparativo entre as agendas políticas dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo nas seções opinativa e informativa. *41º Encontro Anual da ANPOCS – Livro de atas do 41º Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais* (pp. 1-26), Caxambu: ANPOCS.

Marques, F. P. J., Vimieiro, A. C. S. C., Vieira, A. C. R. & Melo, S. B. C. (2009). O fórum na tela: eleições, debates televisivos e deliberação mediada. *Contemporanea, 7*(1), 1-28.

Marta X Maluf (2000, 15 de outubro). *Folha de S. Paulo*, p. A2.

Matos, H. (1994). *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo: Scritta.

Matos, H. (Ed.). (2012). *Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP.

McCombs, M. E. & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly, 36*(2), 176-187. doi: 10.1086/267990

McKnight, D. (2010). A change in the climate? The journalism of opinion at News Corporation. *Journalism, 11*(6), 693-706. doi: 10.1177/1464884910379704

Melo, J. M. de (1999). A produção acadêmica brasileira em comunicação. *Revista Famecos, 6*(11), 7-26. doi: 10.15448/1980-3729.1999.11.3048

Miguel, L. & Biroli, F. (2010). *Mídia, representação e democracia*. São Paulo: Hucitec.

Miguel, L. (2015). Quanto vale uma valência? *Revista Brasileira de Ciência Política, 17*, 165-178. doi: 10.1590/0103-335220151706

Miguel, L. F. & Biroli, F. (Eds.) (2010). *Mídia, representação e democracia*. São Paulo: Hucitec.

Miola, E. (2009). Deliberação online em ambientes institucionais: um estudo do fórum de discussão do portal da câmara dos deputados. *Contemporanea*, *7*(2), 1-24.

Moisés, J. (2008). Cultura política, instituições e democracia. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, *23*(66), 11-43. doi: 10.1590/s0102-69092008000100002

Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.

Mundim, P. (2014). Cobertura da imprensa e eleições presidenciais de 2006. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, *29*, 91-107. doi: 10.1590/s0102-69092014000300007

Orlandi, E. (2007). *Análise de discurso*. Campinas: Pontes.

Ortiz, R. (1990). Notas sobre as ciências sociais no Brasil. *Novos Estudos, 27*, 163-175.

Papathanassopoulos, S. (2015). Media policy. In G. Mazzoleni, K. Barnhurst, K. Ikeda, H. Wessler & R. Maia (Eds.), *The international encyclopedia of political communication* (pp. 1-9). Londres: Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781118541555.wbiepc094

Partido dos Trabalhadores. (2015). *Globo: 50 anos de manipulação*. Brasília. Retirado de http://www.pt.org.br/globo-50-anos-de-manipulacao/

Paulino, F. P., Guazina, L. & Oliveira, M. (2016). Serviço público de média e comunicação pública: conceito, contextos e experiências. *Comunicação e Sociedade, 30*, 55-70. doi: 10.17231/comsoc.30(2016).2485

Pêcheux, M. (1988). *Semântica e discurso*. São Paulo: Unicamp.

Peruzzo, C. M. K. (2003). Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In M. Ledo; X. López & M. Salgueiro (Eds.), *Anuário internacional de comunicação lusófona* (pp. 141-162). São Paulo: LUSOCOM.

Recuero, R., Zago, G. & Bastos, M. T. (2014) O discurso dos# ProtestosBR: análise de conteúdo do Twitter. *Galáxia, 28*, 199-216. doi: 10.1590/1982-25542014217911

Rede Globo. (2018). *Debate collor x Lula*. Retirado de http://memoriaglobo.globo.com/erros/debate-collor-x-lula.htm

Rothberg, D., Napolitano, C. J. & Stroppa, T. (2016). Direito, sociedade e comunicação: um exame do anteprojeto de lei da mídia democrática no Brasil. *Comunicação & Informação, 30*, 87-102. doi: 10.17231/comsoc.30(2016).2487

Rubim, A. (Ed.) (2004). *Comunicação e política*. Salvador, Edufba.

Sampaio, A. (2010). Um novo cenário na TV aberta brasileira. *Encontro de estudos multidisciplinares em cultura – Livro de Atas do VI ENECULT* (pp. 1-15). Salvador: FACOM/UFBA.

Santos, J. G. B., Aldé, A. & Schwambach, A. C. F. (2016). Panorama das teses e dissertações brasileiras envolvendo internet e política de 1995 a 2014. *40º Encontro anual da ANPOCS – Livro de atas do 40º Encontro anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais* (pp. 1-27), Águas de Lindóia: ANPOCS.

Seridorio, D. F. & Luvizotto, C. K. (2017). Internet como espaço de deliberação e participação política. *Comunicação & Sociedade, 39*(3), 79-110.

Silva, G. (2009). De que campo do jornalismo estamos falando? *Matrizes*, *3*(1), 197-212.

Sokal, A. & Bricmont, J. (2010). *Imposturas intelectuais*. Rio de Janeiro: Record.

Sousa, C. H. P. & Marques, F. P. J. A. (2015). Wikipédia, democracia e eleições municipais em São Paulo: um estudo sobre as edições de verbetes durante a campanha eleitoral de 2012. *RECIIS. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, 9(2), 1-25. doi: 10.29397/reciis.v9i2.940

Vallone, R., Ross, L. & Lepper, M. (1985). The hostile media phenomenon. *Journal of Personality and Social Psychology, 49,* 577-585. doi: 10.1037//0022-3514.49.3.577

Van Dijk, T. A. (2008). *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto.

Vimieiro, A. & Maia, R. (2011). Análise indireta de enquadramentos da mídia. *Revista Famecos, 18*(1), 235-252. doi: 10.15448/1980-3729.2011.1.8810

Weber, M. H. (1990). Pedagogias de despolitização e desqualificação da política brasileira (as telenovelas da Globo nas eleições de 1989). *Comunicação & Política*, *1*, 67-84.

Weber, M., Coelho, M. & Locatelli, C. (Eds.) (2017). *Comunicação pública e política* Florianópolis: Insular.

Agradecimentos

Os autores agradecem a Camila Mont'Alverne, Isabele Mitozo e Paulo Ferracioli pela leitura e revisão do texto. Isabele Mitozo, ademais, ficou responsável pela tradução do artigo para a versão em inglês. Também merecem destaque a CAPES (Auxílio Prêmio de Teses) e o CNPq (bolsas de iniciação científica e de produtividade em pesquisa; Edital Ciências Humanas e Sociais, processo 444493/2015-8).

Notas biográficas

Francisco Paulo Jamil Marques é Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA, 2008). Professor e Pesquisador da Universidade Federal do Paraná. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Áreas de investigação: Comunicação Política; Opinião Pública; Jornalismo; Democracia Digital; Mídia e Eleições.

E-mail: marquesjamil@gmail.com
Morada: Avenida Silva Jardim, 368, apto. 1602
Rebouças, Curitiba, Paraná, Brasil
CEP: 80230-000

Edna Miola é Doutora em Comunicação Social (UFMG, 2012). Professora e Pesquisadora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Áreas de investigação: Comunicação Política; Comunicação Pública; Opinião Pública.

E-mail: ednamiola@gmail.com
Morada: Avenida Silva Jardim, 368, apto. 1602
Rebouças, Curitiba, Paraná, Brasil
CEP: 80230-000

*** Submetido: 30.11.2017**
*** Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 129 – 150
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2910

1989, the year that never ended: epistemology and methodology of the research in Political Communication in Brazil

Francisco Paulo Jamil Marques & Edna Miola

Abstract

This paper examines a relevant part of the Brazilian scientific production in Political Communication in order to assess the epistemological and methodological advances and flaws that have featured this area of expertise. The argument is divided into four parts. In the first one, we discuss different theoretical questions, ranging from the imprecision in the definition of objects and categories of research to a persistent conceptual outdatedness. Next, the text focuses on some of the most common methodological options found in empirical studies present in the field, diagnosing the predominance of a descriptive emphasis. The third section reflects on the consequences of the burdens previously pointed out: for example, research findings that tend to overestimate media effects. We conclude our argument by addressing some suggestions that may help to solve part of the problems here outlined.

Keywords
Communication; epistemology; methodology; politics

Resumo

Este trabalho examina o perfil de parte relevante da produção científica da área de Comunicação e Política no Brasil a fim de elaborar um balanço acerca dos avanços e dos entraves epistemológicos e metodológicos comuns às abordagens investigativas mais recorrentes no país. O argumento está dividido em quatro partes. Na primeira delas, discutem-se problemas de fundo teórico, apontando-se desde a imprecisão na definição dos objetos até certa desatualização conceitual. Em seguida, a proposta se debruça sobre as falhas que caracterizam algumas das opções metodológicas mais empregadas em pesquisas da área. A terceira seção avalia as consequências dos estorvos anteriormente verificados, mencionando-se, por exemplo, a tendência a elaborar generalizações equivocadas sobre os efeitos políticos da *mídia*. O texto é encerrado com um tópico disposto a endereçar sugestões que podem colaborar na resolução de parte dos problemas aqui tratados.

Palavras-chave
Comunicação; epistemologia; metodologia; política

Introdução

This article aims to examine the profile of a relevant part of the Brazilian scientific production in Political Communication to develop a panorama of its main epistemological and methodological advances and barriers. The idea is to privilege the most recurrent

investigative approach in this country. We advocate that mapping the emphases on the main studies after the presidential run in 1989 is necessary to identify the methodological and epistemological challenges that have marked the interface between Communications and Politics in the Brazilian context.

More specifically, we aim to investigate the impression that the advances witnessed on the theoretical-methodological dimensions seem to be relatively timid in this field. For example, almost 30 years after the elections that led Fernando Collor to the Presidency of Brazil, some of the most recent works keep analyzing the journalistic coverage of elections by using the very same lenses that characterized the research on the 1990's.

The year of 1989 is particularly relevant to the Brazilian democracy and to the studies on the area in focus since the last national elections before that opportunity had taken place only in 1960. During this interval, Brazil experienced significative technological advances on its broadcast communications (improving the country's capacity of reaching even regions distant from the main cities), which have established new ways of political-electoral sociability. Thus, the redemocratization imposed to the 22 candidates the need to adapt to a new audiovisual grammar, forcing them to take part in electoral debates, opinion polls, and to deal with marketing consultants (Albuquerque, 1999; Carvalho, 1999). We may add to these factors the exhibition of an edited version of the presidential debate between Lula and Collor on the TV channel "Globo", which catalyzed a wave of studies that brought relevance to the area of Political Communication in Brazil (Weber, 1990). We can say that a new research agenda was proposed from that year thanks to the work of scholars prone to go beyond the idea of political communication as a governmental agenda – a predominant perspective until then due to the rules and censorship imposed by the Military Regime (Lima, 1997).

Although those elections happened almost three decades ago, the perception that advances on the research seem to be limited is spread to different sub-areas of knowledge associated to the field of investigations at stake. As an illustration, if we consider the studies on Political Journalism in Brazil, it is possible to say that a noticeable amount of literature keeps treating agents and phenomena as if the political and media landscapes were the same as those of Collor's election, in 1989. A set of different evidences points out that the news activity has changed since then (Guerra, 2014). As example of these signs we can remind that Globo Organizations do not have the same influence power than it had in that decade (Sampaio, 2010) due to 1) – changes in the consumption of political information; 2) – transformations in the patterns of electoral coverage practiced by this media group (Rede Globo, 2018); or 3) the competition between journalism and social media (Canavilhas, 2010). Moreover, the ways of conducting an electoral campaign since then have also changed (Gomes, 2004). From an institutional perspective, the Brazilian State is continuously changing (Bresser-Pereira, 2017). A portion of the scientific production, however, stays connected to references that lack theoretical, methodological and epistemological update. It is what we propose to discuss here.

Before proceeding to the main argument, we make some cautious notes. Firstly, it is reasonable to admit that this is an incomplete diagnosis. Even though this proposal

has no experimental-quantitative approach (on the contrary, it is a reflexive work), the text needs to face the indictment that it suffers from limitations when it does not revise completely what has been produced over the last 30 years – indeed, it would be an impossible task due to the growing flow of scientific production. Therefore, we avoid generalizing the diagnosis.

However, even though we do not set a precisely delimited *corpus*, it is possible to clarify the kind of scientific production that was taken in account in this article. There are four main sources that allowed us to enumerate the tendencies of investigation in Political Communication in Brazil. The first of them concerns the proceedings of the Specialist Group (SG) in "Communication and Politics" of the Brazilian National Association of Post-Graduate Programs in Communication (Compós), which exists since 1992. This group annually debates 10 texts, which assemble about 250 texts by 2018. Researchers from diverse institutions – many of them traditional researchers who have formed new generations of scholars – have coordinated this space for debate, which works like a sounding board that aggregates researchers from the fields of communication, political science, among others.

The second source covers the works presented on the SGs of the National Association of Post-Graduate Studies and Research in Social Sciences (ANPOCS). Its annual conference offered one of the first opportunities to discuss the area of Political Communication in 1994, in a session named "Media and citizenship" hosted at the SG "Political Culture". In 1996, it was the time for the SG "Political parties and Electoral behavior" to propose a session named "Media, political socialization and disbelief". Only in 1997, however, ANPOCS started to maintain a permanent space to the authors connected to Political Communication, even if the name of the session has varied over time. The SG was named as "Media, Politics and Public opinion" when it first appeared; "Media, Public Opinion and elections", in 2000; "Democracy, Political communication and elections", in 2004 and 2009; "Media, politics and elections", in 2008.

The third dataset able to allow us to sketch a panorama of this expertise is the Directory of Dissertations and Theses of the Brazilian Association of Researchers in Communication and Politics, whose catalog has around 500 works (Compolítica, 2018). The repository is divided into nine themes (from Journalism to Political Marketing, for example) and allows us to know institutions, researchers and indicators of production – items that were studied in articles previously published, e.g. Aldé, Chagas e Santos (2013), and Santos, Aldé e Schwambach (2016).

Finally, it is possible to point out a range of books that featured some of the tendencies of the Brazilian scientific production in Political Communication – mainly because they involve researchers who still have a leadership in the area. Illustratively, we may mention the book *Media, elections, and democracy*, organized by Heloiza Matos in 1994; the book *Communication and politics: concepts and approaches*, published under the responsibility of Albino Rubim in 2004 and critically reviewed by João Carlos Correia (2005) as representative of the national production; and *Media, representation, and democracy*, organized by Luis Felipe Miguel and Flávia Biroli, in 2010.

Even though 1) these sources are not approached empirically in this article, 2) the knowledge of them do not allow us to generalize conclusions for all the field of research, and 3) we consider legitimate these and other reservations to our work, we defend the importance of the argument outlined in this text. The article brings to the debate an array of considerations on the progress and the problems that make difficult to rise the impact factor of the Brazilian publications. Indeed, this burden constitutes one of the most relevant embarrassments in the area of Communication and Information pointed out by the Quadrienal Evaluation Report 2017 launched under the responsibility of the CAPES Foundation. Thus, we support the idea that by considering this contribution the reader will have the opportunity of identifying (and avoiding) some obstacles when conducting his own projects on Political Communication.

Moreover, we want to clarify that, contrarily to the proposal of Alan Sokal and Jean Bricmont (2010), in the book *Intellectual impostures*, the idea of this article is absolutely not to denounce 'abuses' (sic) – although the question of the epistemic relativism highlighted by these authors represents a focus of restlessness, as explained further up. By the way, we do believe that the authors or the works we mention do not have the intention to deceive the reader. Our single aim is to put in question the embarrassments that may compromise the accumulation of knowledge in our field of studies. In other words, our goal is to stress some analytical problems that until now have not been object of reflection. We opted then for illustrating some of the works affected by the problems we diagnose. Once more, we decided to do this taking into account that there would not be any advantage to generate misunderstandings in personalizing the critics, since the target is to explore elements that seem to have a broader reach than a work of a group or a single institution.

We can assure, however, that the questions pointed out in this proposal do not constitute exceptions. This idea can be testified from at least three sources: the first one consists in questioning the analyses covered by chapters published over the last years – among them Rubim (2004), as mentioned before; the second evidence is the evaluation on the Communication research area provided by the CAPES Foundation (Brazilian Ministry of Education). Lastly, this article dialogues with other researches who share the same concerns as ours.

The text is divided into four parts. In the first one, we discuss a diverse array of theoretical questions, ranging from the imprecision in defining objects and categories of research to a persistent conceptual outdatedness. Next, the article focuses on some of the most common methodological options found in empirical studies in the field, diagnosing the predominance of a descriptive emphasis. The third section reflects on the consequences of the burdens previously pointed out: for example, the salience of research findings that tend to overestimate media effects. The conclusion addresses some suggestions that may help to solve part of the problems here outlined.

Theoretical difficulties

The terminological imprecision

The area of Political Communication, by its history and legacy, brings together investigations of diverse natures. It is possible to focus the studies in different moments of the political life of societies (during mandates, elections or institutional crises); to emphasize the content of messages published on certain medium (television, radio, printed material and digital devices); to give attention to how the media mobilize political actors (elected representatives, candidates, social movements, communication consultants, journalists); or, in a broadly manner, to research the various social activities that involve the media and democracy (like the state's performance in regulating the communication market) (Albuquerque, 2013; Coelho & Locatelli, 2017; Gomes & Maia, 2008; Maia, 2012; Miguel & Biroli, 2010; Rubim, 2004; Weber, 1990).

Thus, the opportunity to associate platforms, agents and activities gives the scholars of this area of expertise the advantage of having at hand an almost inexhaustible source of research topics.

At the same time, such a profusion of options may imply difficulties in enclosing more clearly the objects of study. In other words, if we are blessed by the advantages the interdisciplinarity brings to the Media Studies, one cannot ignore the preoccupation with the terminological inaccuracies that feature part of our production. If we take the idea of "public sphere" (Habermas, 1984) as an example, it will be possible to verify that the movement dedicated to loosing this concept in order to encompass a plurality of phenomena and environments may end up provoking exactly its uselessness (Marques, 2006; Miola, 2009). A similar situation occurs to the concepts of "power" or "spectacularization" (Chaui, 2006; Guareschi, 1994); moreover, the definition of "public interest" sometimes adopts conflicting perspectives when it designates experiences of Public Communication (Duarte, 2012; Matos, 2012; Paulino, Guazina & Oliveira, 2016).

Notwithstanding, it has to be emphasized this kind of terminological imprecision is not only a mark of the subarea of Political Communication. According to Moragas:

> the story of investigation about mass communication makes it clear that the assignments that intend to constitute this work in an "independent" discipline, homologous in status to the social sciences, have proved to be a very unprofitable task for the development or progress of knowledge about our object of study, which is always difficult to delimit. (1981, p. 12)

The point is that, in the Brazilian studies of Political Communication, it is frequent the use of macrocategories that end up generating more doubts than clarifications when they are used to explain different phenomena. If "media" or "hegemonic media" remain terms that are often used as synonyms, the reader must notice that a closer observation reveals a terminological confusion.

Objectively, the conceptual disorder surrounding, for example, the notion of "media" has not yet been completely overcome. The term may designate a device for data storage (Figueiredo & Mendes, 2015); a communication channel through which the

message is transmitted (Peruzzo, 2003); an area of activity in an advertising agency (Giacomini Filho, 2013); or agents related to the field of Journalism (Fernandes & Correia, 2014). The indiscriminate use of the term "media" thus leaves in the background all the wealth of phenomena, services, interests, markets, professionals, deontologies, technologies, techniques and practices that encompasses contemporary mass communication (Citelli, Berger, Baccega, Lopes & França, 2014). When the analyses fail regarding conceptual caution – insisting on considering with the same investigative lens (under the umbrella "media") diverse activities –, it becomes natural to confuse means (in an instrumental-propagandistic perspective), on the one hand, and institutions, on the other. If we speculate that such distinctions are clearly established in the authors' minds, it may be necessary to work to improve the redactional dimension in our literature (Fausto Neto, 2004).

Outdated literature

In Brazilian papers in Political Communication, it is common to use classical concepts typical of Communication Theories. In principle, this would not be a problem, but we must acknowledge that, in different situations, theories and hypotheses of the 1970s are still presented in our research field as if they were recent.

Note, for example, even the case of those newer studies on agenda-setting (Gomes & Torres, 2017). If, on the one hand, it is possible to argue that new communication channels introduce unprecedented possibilities for the agenda process (this is the case of flows involving social network sites), on the other hand, the starting questions and the empirical provision we deal with are very often limited to reproducing what has been done for decades (McCombs & Shaw, 1972).

To be fair, it is wise to point out that a group of investigations published over the last decade has come to consider the concept of framing (also known as "second level of agenda-setting") (Liedtke, 2008) – although almost always reproducing, under different looks, what Gamson & Modigliani (1989), Entman (1994) or Goffman (1986) developed – which are not necessarily recent references either.

In practice, different texts dedicated to frame studies adopt the following logic: introducing the reader to the methodological efforts elaborated by some of the pioneering authors' works; modeling the criteria of analysis by using categories that often overlap or employ a markedly subjective classification of frames – opening up space to controversies. In this sense, under the justification that each case is a different case, a zone of theoretical and methodological convenience is established, as if nothing had been improved since then. Exceptions can be found in Vimieiro & Maia (2011) and Campos (2014), who adopt an interesting posture regarding the classical conceptual applications and that build an original empirical architecture.

Methodological difficulties

At the beginning of the 2000s, the area of Communication studies in Brazil was characterized by the difficulty in accumulating knowledge, given the fragilities of previous research. Whoever wanted to discover something new, would have to start practically from zero due to the methodological inconsistency of most of the studies elaborated until then. According to the representative of the area of Applied Social Sciences I in the Ministry of Education at that time:

> the mentality of our programs [postgraduate programs in communication], in general, lacks a clear and effective idea of cumulative research. Either they are unaware of the previous work or they are so unreliable in their results that our researchers are always starting again the work of producing knowledge about a topic or specialty. Then, it is practically impossible to stabilize a field of research with a sufficient volume of consolidated knowledge, i.e. tested, evaluated and accepted by the scientific community. (Gomes & Moreira, 2000, p. 131)

In the specific case of studies in Political Communication, the numerical increase of researchers, as well as the mutual citation of works of the area, did not necessarily imply a noteworthy advance in methodological terms able to lead us to take part in intellectual clashes witnessed in international journals. This is what we discuss below.

Little is invented, but much is poorly copied

Communication studies are consolidated as an area of knowledge in Brazil since the second half of the twentieth century due to the increase in the number of undergraduate and postgraduate schools since then (Melo, 1999).

However, as we know, the act of claiming objects, theories, and research problems requires the development of unique research methodologies (Silva, 2009). This does not mean, of course, defending isolation in regard to the proposition or use of diverse investigative techniques.

Therefore, we argue that if, on the one hand, dialogue with analysis methods from other areas of knowledge is fundamental, on the other, a deep domain of such techniques is required – either to reproduce or to adapt them. Thus, we must say that not always the process of appropriating diverse methodologies has successful results.

Consider how some of the Brazilian works in Political Communication use content analysis (or the adoption of discourse analysis) – often ignoring particularities of the original areas which created such techniques. For example, using discourse analysis in conjunction with content analysis for treating the same *corpus* is criticized in a number of key references (Bardin, 2007; Charaudeau, 2006; Fairclough, 2001; Foucault, 1979; Orlandi, 2007; Pêcheux, 1988; Van Dijk, 2008).

Another example of the simple transposition of analytical techniques is found in Brazilian works aimed at investigating the idea of public deliberation (Seridorio &

Luvizotto, 2017). Although the theoretical models inspiring such a perspective (Bohman, 1996; Elster, 1998; Gutmann & Thompson, 1996; Habermas, 1996) are often criticized due to their normative nature, national research often choose to apply a specific set of parameters (reflexivity, representativeness, reciprocity, among others), resulting in frustration with the research findings (researchers regret, for example, that, despite the discursive potential of online forums, citizens insist on attacking each other or remaining silent). This occurs not only because reality is different from the ideal models designed by researchers, but also because of the need to consider the influence of sociocultural contexts and specific political moments on the processes of political conversation. In a televised electoral debate, for example, agreeing with the adversary can increase the chances of losing votes (Marques, Vimieiro, Vieira & Melo, 2009). In this sense, part of the investigations in our field (Sousa & Marques, 2015, for example) points to contributions that merely illustrate (a) that each case is unique, (b) that public debate of good quality is difficult to happen (especially in competitive landscapes), and (c) that the analytical models elaborated are wrong if they try to make reality fit in categories elaborated with a theoretical-philosophical groundwork.

Too much description, too little heuristic progress

The consistency of an empirical study is revealed in the dimensions concerning the appropriateness of the collection and analysis methods, as well as the depth of the interpretation of research results – which should be in direct comparison with the relevant literature.

While on the one hand the computerization of databases and the use of software and other applications have provided notable advances in collection methods, on the other the progresses in interpreting the extracted material still seem quite timid. There are several proposals in Political Communication in Brazil that, with the excuse of investigating events related to network communication technologies, for example, are satisfied in counting number of hashtags, posts or followers.

In other words, if metadata gathering tools can contribute to broadening the possibilities of empirical analysis – avoiding data processing to be manually executed - this does not mean that the researches draw conclusions that bring advances to the understanding of the state of the art. This is the case of apparently sophisticated network analyzes that, by using graphs or by focusing on relations between "influencers" and "influenced" users, are little concerned with reflecting on the real effects of digital media use on political decisions, for example. In saying so, this essay does not intend to devalue the information raised in such investigations; the problem refers rather to the impression that a relevant portion of the studies that dominate such resources could use the data collected more productively in order to establish a confrontation that goes beyond mere illustrations (Recuero, Zago & Bastos, 2014).

There are also works intended to set up a robust research design but that result in a type of argument that privileges the method itself (the collection design, for example),

to the detriment of the investigated problem itself. Again, the intention here is not to depreciate the fact that, on some occasions, descriptions are necessary as the first step towards a mapping that will allow (in later stages) more consistent findings. The question is: from what moment do we consider such an inventory of phenomena to be sufficient, in order not to repeat *ad infinitum* illustrations of cases that often do little to broaden our understanding of the objects analyzed?

Failures in the process of setting up and applying methodological strategies

Still bound to the methodological discussion, a recurrent polemic in the studies in Political Communication in Brazil (in fact, it permeates the Human and Social Sciences in the country) refers to the dispute between researchers that emphasize quantitative or qualitative methods. If the research in the area has evolved to the point of realizing that the two approaches are not antagonistic (Cervi, 2009), the most recent effort has ratified the idea that certain starting questions can only be answered if the range of techniques selected to conduct the study is consistent with the research problem.

Let us take the case of an investigation about the tensions that mark the backstage of the interactions between political coordination and marketing consultants that work for a same electoral campaign (Marques & Carneiro, 2018). In this case, in-depth interviews would be one of the few alternatives capable of responding to such concerns – and there would be little point in insisting on the use of quantitative methods if only direct interaction with the agents involved in the process can help to reveal attitudes and perspectives of the participants (Barakso, Sabet & Schaffner, 2014). In this kind of research, methodological rigor should address questions about how to ensure the representativeness of respondents and the transparency of primary data (making interview transcripts publicly available, for example).

In addition, one acknowledges the existence of researches that claim quantitative character (willing to present tables and graphs of the most diverse formats), but which, in the end, are limited to counting frequencies (indicating how many times certain terms appear in a sample, for example) (Grijó & Vieira, 2017). Criticism thus turns over those cases that only emphasize the description of the data collected – and their limited contribution to illustrate what occurred in a situation (Andrade, 2014).

A consistent quantitative analysis starts from the distinctions between dependent and independent variables, and (a) is able to evaluate possible correlations between these variables; (b) reflects on the relevance of the indexes to be checked and compared; (c) separates the most relevant variables for the explanation of a given problem (avoiding spurious regressions and assigning weights to essentially different factors); (d) speculates about the degree of mutual influence between variables, to avoid duplication when we measure the effects. These aspects are not always covered by the investigations of our expertise.

Let us analyze the case of studies that call themselves "quantitative" by using categories (whether they are based on literature or constructed inductively) which are

willing to evaluate, for example, the content of political communication pieces. In different works (Marques, Silva & Matos, 2012), it is noticed that there is no evident concern in constructing the indexes considering the major (or minor) proximity (or even overlapping) of the own typologies proposed. The result sometimes refers to taxonomies in which form, function and content of agents and agendas are confused – not to mention the high numbers of the category "others", which focuses on situations not included in the initially proposed indicators.

It should be noted at this point that there are methodological procedures that do not depend on the development of new techniques. Here again the importance of being transparent about the use of data collection, analysis and interpretative methods deserves a careful consideration: How steps were followed during the content classification? How many researchers took part in the process? Was the team responsible for cataloging and rating trained? Was there a reliability test? What was done in case of divergence among researchers throughout the categorization process? If the classification was solely made by a single investigator, the risks of a subjective analysis could compromise the consistency of the results?

Such responses should include the availability of the databases and codebooks used for categorization, which would allow other researchers to replicate the procedures as well as check for possible inconsistencies. In this sense, this paper draws attention to a fact pointed out by Gary King (2006) for more than a decade: several journals (including those in Humanities and Social Sciences) have adopted policies of sharing raw data and invested in norms that encourage readers to replicate the results of the articles they publish. In short, not only the works of Political Communication, but also any scientific work should prevent the reader or evaluator from having to rely on the researcher's word.

Consequences of theoretical-methodological problems

The theoretical and methodological difficulties of some of the Brazilian articles on Political Communication can be verified in their respective conclusions. At least three problems stand out in the results of different researches on media and democracy: exaggeration about the effects of mass communication on the audience; generalization of the findings (discoveries on specific cases do not always apply to a more comprehensive corpus); and a kind of ideological persecution syndrome, aligned with the idea of "hostile media perception" (Vallone, Ross & Lepper, 1985).

The question of hypermidiatism and the generalization of the conclusions

The good quality of an empirical investigation is measured through the updated and plural literature that the work employs, as well as through the its empirical procedures to examine a certain phenomenon, object or *corpus*. In addition, the discussion provided after the presentation of the data is also imperative to convince the reader that the findings are compelling. At this point, an additional hindrance becomes noticeable in the area of expertise examined here.

In several opportunities, the study of the use of a specific communication platform (or the empirical approach to a particular actor or institution) frequently serves to achieve broader conclusions. This phenomenon is more easily verified in papers dedicated to electoral communication. For example, if a given candidate was defeated, this would be due to misuse of communication strategies – whether the margin of defeat was minimal or whether there are other factors associated with the context, campaign agenda or voter behavior, as Figueiredo (2008) and Moisés (2008) have pointed out.

Depending on the case, the study of a simple Instagram profile is the object used to identify the overall tone of a campaign or even to explain why the election was successful (or not) for a candidate. One points, therefore, to the need to avoid a "hyper-mediatic" perspective, since not everything from the electoral point of view is limited to the construction of image; not always microphenomena are sufficient to explain victories and defeats in the dispute for the vote. Thus, it is fundamental to adopt a position that recognizes the limitations of the research findings themselves – which does not always occur in the research tied to the area of expertise here examined.

The ideological persecution syndrome

It is necessary to discuss if and to what extent an ideological-party influence is verified in studies linked to the area of Political Communication in Brazil. It should be noted, before proceeding with the argument, that this is not a matter of criticizing the authors themselves (or even the party preferences that they may legitimately have). Our aim in this topic is to invest in efforts able to avoid an interpretation of the phenomena mixed with the defense of a political guideline.

In practice, it should be said that there is no novelty in affirming (or even denouncing, depending on the mood) that a specific media company has editorial preference for a political party or ideology. Indeed, we have witnessed newspapers clearly supporting candidates, as it happened to *Folha de S. Paulo* in 2000, when it endorsed Marta Suplicy (Labours Party) in the run for São Paulo City Hall (Marta X Maluf, 2000, 15 October, p. A2); or the case of the newspaper *O Estado de S. Paulo*, which opted for José Serra in the 2010 presidential elections (Editorial: O mal a evitar, 2010, 26 September, p. A3).

Moreover, not all works observe the particularities of newspapers routines such as: (a) the position of the writers against a particular party can be clear and textual, since some of them are affiliated to political or social movements (what does not mean that they defend the same editorial position typically hold by the newspaper); (b) there are circumstances in which the audience may not fully understand the boundaries between news and opinion. But what we frequently deal with are academic texts that find obstacles even to differentiate the news coverage from editorial coverage.

This article is not advocating in favor of the idea that (1) the owner or the majority shareholders of media companies do not head the daily agenda-setting; (2) nor are we denying that there is no synchrony between news and editorial agendas (Marques, Miola, Mitozo & Mont'Alverne, 2017); nor is it being denied that journalists themselves

may also prefer to give voice to sources they ideologically consider most appropriate; and, finally, we are not underestimating the political influence that the media have over the audience (Eilders, 1999; McKnight, 2010). The argument here is simple: in the Brazilian case, much of the criticism about performance or bias adopted by the media (Chaui, 2006) is more a premise than the result of a empirically substantiated conclusion.

> More often asserted than tested (i.e., a story, not science), negative media effects achieved the status of national myth in the country that produced both the real William Randolph Hearst ("You furnish the pictures; I'll furnish the war": 1897) and his fictional apotheosis, Citizen Kane ("People will think... what I tell them to think": 1941). (Hartley, 2015, p. 852)

These findings are not intended to invalidate the efforts made to identify "out of the political scene" interests (Gomes 2004). The argument of this paper, in fact, is in tune with Luis Felipe Miguel's one, when the author focuses on studies based on the technique of valence:

> I do not believe that it is necessary [when discussing the valence of journalistic coverages] (...) to invalidate the idea that there is bias in the news. (...). The way forward is precisely to advance in a more complex understanding, preventing the weaknesses of the use of valence to compromise our ability to make a grounded critique of the political action of the media. (Miguel, 2015, p. 175)

This "more complex understanding" probably refers to the importance of admitting that journalism has its own production routines, i.e. dynamics that are not always limited to political action alone; or to consider the existence of political activity sponsored by media companies without matching it directly with political parties, as Biroli points out (2013).

In addition, Azevedo (2010) shares a similar assessment by pointing out the need to produce more substantive explanations so that it might be possible to measure the degree of partisanship in the case of Brazilian Journalism:

> respecting the legitimate democratic choice of each press vehicle to choose one of the candidates in competition, the question to be answered is whether the LP [Labors Party] and its presidential candidate since 1989 (Lula) received a balanced treatment and on an equal footing with his main political opponents. (...) If the answer is no, it is necessary to produce a consistent explanation that goes beyond the conspiracy theory of the "ruling classes" against LP or the simple realization that the DNA of the media is conservative and period. (Azevedo, 2010, p. 50)

Thus, if the editorial influence of media owners cannot be ruled out, it remains fundamental to understand to what extent the institution negotiates with the fact that there are principles, skills and abilities fostered during the professional training journalists

receive (Fausto Neto, 2008). Finally, as said before, one cannot ignore the production routines that have being carefully considered by journalism research.

More directly, we ask: do the news stand in favor of a political position so clear as claimed by texts dedicated to denouncing the coverage bias? Is it possible to assert that the degree of luminosity of a photograph is intended to emphasize the presence of a political authority? Will the angle chosen by the photographer produce the same interpretative effect over the audience? It does not seem appropriate, then, to assume – without a proper empirical treatment – which would be the intentions of the messages' producers. It is also reckless to generalize the effects of media products on different parts of the public, as Mundim (2014) says.

At this stage, it is legitimate to query whether there is a risk that the research work on Political Communication will not perceive its own bias. Such a stance, by the way, is also criticized even by authors with political-party actions, as indicated below: "Florestan Fernandes, when discussing 'on theoretical work', observes that 'an intense militant activity is incompatible with academic life... (...) Politics breaks the intellectual isolation, but its continuous exercise pushes us to the pragmatic reasons inherent in them" (Ortiz, 1990, p. 173).

In this landscape, it is common that research results in the field of Political Communication are used by political parties in order to ratify a world perspective to be shared by militants (Labors Party, 2015).

To finish this topic, it is possible to point out another analytical damage if the party alignment here discussed is confirmed: the regular and commonly accepted circulation of "accurate" diagnoses about the political effects of the media seems to be exempted from more rigorous evaluation (precisely because they bring a convenient political panorama). This is a relevant problem, especially if there is resistance in accepting (when evaluating articles and projects) the study of agendas or institutions that are considered as "conservative". It would be harmful to the research environment to diminish studies that contemplate institutions considered as "enemies" by a portion of the research field.

Conclusion: prospects for improvement

Walter Lippmann's book *Public Opinion* (1922/2008) is considered by different scholars as one of the forerunners of the studies in Political Communication. Since the very beginning of the investigations we are discussing, researchers said to seek a "critical" position in the way they assess the performance of mass communication. Regarding the roles of professionals and journalistic companies, as well as the work dynamics of spin doctors and other agents dedicated to the construction of public images, the fact is that caveats associated to media bias now reverberate not only between the scholars of Political Communication, but also comes from non-specialists.

There is something positive about this: a greater share of the citizens follows more closely the products and the agents of the media politics, being more attentive to the journalistic coverage, the content of the electoral programs and the performance of the

candidates during the debates. On the other hand, it should be noted that such a willingness to continually evaluate (and often, without knowing the parameters or procedures used by media professionals) the performance of the media system seems to highlight the need for studies in Political Communication in Brazil to become a reference for citizens.

We must highlight that it is not being suggested that the field should close itself to external evaluations, nor the idea is to censor the flaws presented by non-specialists. What we suggest is the need for literature to stop circling around itself. Even almost 30 years after the Brazilian redemocratization, many of the original questions were not left behind – what can be proved by examining our repetitive methodological strategies and our weakness in consolidating the social authority of our discipline.

In order to conclude this article, our intention is now to address two additional closely related issues that serve as suggestions to help solving some of the obstacles we bring into account. The first of these issues refers to the need to refine the articulation of Political Communication projects with neighboring scientific specialties. Furthermore, we stress the role of scientific associations as key institutions in the task of sponsoring the broadening of research boundaries in the area.

The lack of articulation with neighboring specialties

A persisting problem in our area of expertise is linked to the resistance to integrate Political Communication with studies of bordering areas – for instance, the option to neglect the contributions offered by the Political Economy of Communication (Rothberg, Napolitano & Stroppa, 2016).

Hallin & Mancini's book (2004) represents an emblematic reference because it associates a discussion associated to the communication market's landscape in different countries to the strategies of political communication employed by diverse actors. Another important scholar who advocates for the approximation between the competences of Political Economy and Political Communication is Papathanassopoulos (2015, p. 770), when he states that:

> in effect, there is a critical relation between media policy on the one hand, and political communication on the other. These distinct processes of exercising power feed into one another and, provided there is a balance of power, they mutually determine one another to the benefit of the public interest.

Maintaining a closer dialogue with the literature on Political Economy of Communication (for example, as provided by Lattman-Weltman & Chagas (2016)) would open the opportunity to include in our agenda topics such as the power of telecommunications companies on the new business models – which affects from the financing of electoral campaigns to journalistic practices. A relevant challenge, therefore, lies in rejecting our permanence in areas of epistemological comfort.

The investments in serious analyses of visual contents can be included in the same path of resistance perceived in the studies of Political Communication. Once more, this

is a result of the lack of dialogue with theories dedicated to assessing media images. The few movements in this direction are associated with discourse analysis or are originated from the Semiotics legacy to propose controversial analyses of the relationship between text and image. It is important to mention that sometimes the works in our field of studies do it in a fragmented way, separating the two types of content – text and image – into different articles and thereby compromising the full understanding of the message. Then, we should foster a greater integration between methodologies that aim to cover the same set of objects.

The role of scientific associations and journals in the research agenda

The role of associations and scientific congresses in Political Communication cannot be disregarded concerning the incentive to cultivate epistemological debates. For example, round tables able to give voice to journal editors are essential. In such opportunities, the authors could know more not only about the desirable characteristics that feature the articles that get published (or understand the most recurrent faults pointed out in refused submissions), but also to verify the degree of transparency of the evaluation processes (what would contribute to professionalize the scientific field). Listening to the editors is fundamental since they have contact with the most recent productions – what could make them to reveal which research agendas need more investment.

Taking advantage of scientific meetings to promote clarifications, cooperation and clashes on good science would open the opportunity for issues that have hitherto attracted little attention – but which are important – to be debated in depth. Among the issues that are still under-explored (and which could be targeted by dossiers, for example) are: the increasing use of activists to criticize political enemies through profiles on digital social networks; the particularities that feature the consumption of political information simultaneously through multiple screens; the comparison between news and opinion dimensions on newspapers to understand if (and to what extent) there is a bias.

The fundamental argument is now outlined, so it is time to elaborate two final considerations.

In the first place, we ask: to what extent do the problems verified in part of the research conducted in Brazil are repeated in other democracies? If it is true that the institutional guidelines (whether of the political system or the media system) or the characteristics of the national political culture influence the most recurrent research interests, we must stress that the problems previously mentioned are not exclusive to the Brazilian literature in Political Communication. Thus, even if they imply variations, critiques related to the field of Media Studies mentioned here are repeated in other social, political and intellectual contexts (Blumler, 2016).

Based on this, Kaid and Strömbäck (2008) call for the need to create measurement parameters to be used by researchers interested in comparing cases from different countries. Esser and colleagues point out the difficulties entailed by conceptual inaccuracies and reflect on how this reverberates in the operationalization of comparative variables:

> ... despite all progress, research on political news journalism faces some serious challenges related to a lack of conceptual clarity as well as insufficient comparability across studies and cumulativity of findings. (...) While many scholars use similar theoretical concepts, the conceptualizations and, in particular, operationalizations often differ. (Esser et al., 2011, p. 140)

Such reflections prove that the problem outlined throughout this article does exist, and that it is not limited to the Brazilian scientific production. In this sense, the essential concern here is to provoke debate in order to know how attentive Brazilian researchers are to such problems and whether these researchers are willing to challenge them.

Finally, over the last ten years the profile of the material produced by researchers in the field of Political Communication has improved – mainly due to the greater exigences of the evaluation processes of postgraduate programs in Brazil. However, this does not prevent us from pointing out that there are persistent barriers to a consistent accumulation of methodologies and knowledge, as well as to increase the insertion of our research in the international arena – a persistent obstacle that goes beyond language barriers.

Translated by Isabele Mitozo

Bibliographic references

Albuquerque, A. (1999). *Aqui você vê a verdade na tevê: A propaganda política na televisão*. Niterói: Universidade Federal Fluminense.

Albuquerque, A. (2013). Media/politics connections. *Media, Culture & Society*, *35*(6), 742-758. doi: 10.1177/0163443713491302

Aldé, A., Chagas, V. & Santos, J. G. B. (2013). Teses e dissertações defendidas no Brasil (1992-2012): um mapa da pesquisa em comunicação e política. *Revista Compolítica*, *3*(2), 7-43. doi: 10.21878/compolitica.2013.3.2.43

Andrade, D. S. (2014). A comunicação governamental da presidente Dilma Rousseff: uma análise de conteúdo do portal da Presidência da República. *Comunicação e Sociedade, 26*, 191-206. doi: 10.17231/comsoc.26(2014).2033

ANPOCS, Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais. (2018). *Encontros Anteriores*. São Paulo: ANPOCS. Retrieved from http://www.anpocs.com/index.php/encontros/encontros-anteriores

Azevedo, F. (2010). A imprensa brasileira e o PT: um balanço das coberturas das eleições presidenciais (1989-2006). *Revista ECO-Pós, 12*(3), 48-65.

Barakso, M., Sabet, D. & Schaffner, B. (2013). *Understanding political science research methods*. London: Routledge. doi: 10.4324/9780203801253

Bardin, L. (2007). *Análise de conteúdo*. Lisbon: Edições 70.

Biroli, F. (2013). Limites da política e esvaziamento dos conflitos: o jornalismo como gestor de consensos. *Revista Estudos Políticos, 6,* 144-161.

Blumler, J. (2016). Political Communication. In G. Mazzoleni, K. Barnhurst, K. Ikeda, H. Wessler & R. Maia (Eds.), *The international encyclopedia of political communication* (pp. 1-9). London: Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781118541555.wbiepc213

Bohman, J. (1996). *Public deliberation: Pluralism, complexity, and democracy*. Cambridge: MIT Press. doi: 10.5860/choice.34-5341

Bresser-Pereira, L. (2017). *The political construction of Brazil: society, economy, and State since independence*. Boulder: Lynne Rienner Publishers.

Campos, L. (2014). A identificação de enquadramentos através da análise de correspondências. *Opinião Pública, 20*(3), 377-406. doi: 10.1590/1807-01912014203377

Canavilhas, J. (2010). Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In *Nuevos medios, nueva comunicación – Livro de atas do II Congreso Internacional Comunicación 3.0* (pp. 1-12). Salamanca: Universidad de Salamanca. Retrieved from http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf

CAPES, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. (2017). *Relatório da Avaliação Quadrienal 2017: Comunicação e Informação*. Brasília, CAPES. Retrieved from http://capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/relatorios-finais-quadrienal-2017/20122017-Comunicacao-quadrienal.pdf

Carvalho, R. (1999). *Transição democrática brasileira e padrão midiático publicitário da política*. Campinas: Pontes.

Cervi, E. (2009). Métodos quantitativos nas ciências sociais: uma abordagem alternativa ao fetichismo dos números e ao debate com qualitativistas. In J. Bourguignon (Ed.), *Pesquisa Social* (pp. 125-143). Ponta Grossa: Toda Palavra.

Charaudeau, P. (2006). *Discurso político.* São Paulo: Contexto.

Chaui, M. (2006). *Simulacro e poder: uma análise da mídia*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

Citelli, A., Berger, C., Baccega, M., Lopes, M. & França, V. (Eds.) (2014). *Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores*. São Paulo: Contexto.

Compolítica, Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. (2018). *Diretório de Teses e Dissertações*. Rio de Janeiro: Compolítica. Retrieved from http://compolitica.org/diretorio/index.php/diretorio/catalog

Compós, Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação. (2018). *Anais*. Brasília: Compós. Retrieved from http://www.compos.org.br/anais_encontros.php

Correia, J. C. (2005). Recensão do livro *Comunicação e política: conceitos e abordagens*, de A. A. C. Rubim. *Media & Jornalismo*, *7*, 137-147.

Duarte, J. (Ed.). (2012). *Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas.

Editorial: O mal a evitar (2010, 26 de setembro). *O Estado de São Paulo*, p. A3.

Eilders, C. (1999). Synchronization of issue agendas in news and editorials of the prestige press in Germany. *The International Journal of Communications Research, 24*(3), 301-328. doi: 10.1515/comm.1999.24.3.301

Elster, J. (Ed.) (1998). *Deliberative democracy*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/cbo9781139175005

Entman, R. (1993). Framing: toward a clarifcation of a fractured paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Esser, F., Strömbäck, J. & De Vreese, C. (2012). Reviewing key concepts in research on political news journalism. *Journalism*, *13*(2), 139-143. doi: 10.1177/1464884911427795

Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília: Universidade de Brasília.

Fausto Neto, A. (2004) Discurso político e mídia. In A. A. Rubin, (Ed.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens* (pp. 105-125). Salvador: Edufba.

Fausto Neto, A. (2008). Notas sobre as estratégias de celebração e consagração do jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 5,* 17-29. doi: 10.5007/1984-6924.2008v5n1p109

Fernandes, C. M. & Correia, G. C. (2014). Mídia jornalística como instrumento de ação política no Golpe Militar de 1964. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 11*(1), 77-88.

Figueiredo, C. D. & Mendes, A. R. S. (2015). Roteiros para dispositivos de mídias móveis: tela, tempo e trânsito como elementos contingentes. *Revista GEMInIS*, *6*(2), 165-182.

Figueiredo, M. (2008). *A decisão do voto*. Belo Horizonte, Editora UFMG.

Foucault, M. (1979). *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal.

Gamson, W. & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power. *American Journal of Sociology*, *95*(1), 1-37. doi: 10.1086/229213

Gamson, W. (1992). *Talking politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Giacomini Filho, G. (2013). Publicidade: possibilidades para um receptor interativo. In A. Pessoni & P. F. Perazzo (Eds.), *Neorreceptor no fluxo da comunicação* (pp. 15-32). Porto Alegre: EdiPUCRS.

Goffman, E. (1986). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.

Gomes, A. L. & Torres, J. V. C. (2017). Nos labirintos do discurso: agendamento e procedimentos de exclusão nos títulos da Folha, Globo e Estadão. *Comunicação & Inovação, 18*(36), 68-78.

Gomes, W. & Maia, R. (2008). *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus.

Gomes, W. & Moreira, S. V. (2000). O estado da arte dos cursos brasileiros de pós-graduação em Comunicação (entrevista). *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 23*(2), 121-136.

Gomes, W. (2003). O estranho caso de certos discursos epistemológicos que visitam a área de Comunicação. In M. Lopes (Ed.), *Epistemologia da Comunicação* (pp. 313-330). São Paulo: Loyola.

Gomes, W. (2004). *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.

Grijó, W. P. & Vieira, I. G. (2017) Visibilidade comunicativa na internet: uma análise da fan page de Marcelo Freixo. *Comunicação & Informação, 20*(3), 64-83.

Guareschi, P. (1994). *Comunicação e poder: presença e o papel dos meios de comunicação*. São Paulo: Vozes.

Guerra, J. (2014). Transparência editorial. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 11,* 196-209.

Gutmann, A. & Thompson, D. (1996). *Democracy and disagreement*. Cambridge: Harvard University Press.

Habermas, J. (1996) *Between facts and norms: contributions to a discourse theory of law and democracy*. Cambridge: Polity Press.

Hallin, D. & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/cbo9780511790867

Hartley, J. (2015). Narrative, political. In G. Mazzoleni, K. Barnhurst, K. Ikeda, H. Wessler & R. Maia (Eds.), *The international encyclopedia of political communication* (pp. 849-857). London: Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781118541555.wbiepc137

Kaid, L. L. & Strömbäck, J. (2008). Election news coverage around the world. In J. Strömbäck & L. L. Kaid (Eds.), *The handbook of election news coverage around the World* (pp. 421-431). New York: Routledge. doi: 10.4324/9780203887172

King, G. (2006). Publication, publication. *Political Science & Politics*, *39*(1), 119-125. doi: 10.1017/s1049096506060252

Lattman-Weltman, F. & Chagas, V. (2016). Mercado futuro: a economia política da (re)partidarização da imprensa no Brasil. *Dados, 59*, 323-356. doi: 10.1590/00115258201679

Liedtke, P. F. (2008). Governando com a mídia: os presidentes e o uso político dos meios de comunicação de massa. *Comunicação & Inovação, 9*(16), 32-41.

Lima, V. A. (1997). Políticas regionais de comunicação: novos atores, velhos problemas. In I. Lopes & J. Marques de Melo (Eds.), *Políticas regionais de comunicação: os desafios do Mercosul* (pp. 133-143). Londrina: Intercom.

Lippman, W. (1922/2008). *Opinião pública*. Petrópolis: Vozes.

Maia, R. (2006). Mídia e vida pública. In R. Maia & M. Castro (Eds.), *Mídia, esfera pública e identidades coletivas* (pp. 11-45). Belo Horizonte: Editora UFMG.

Maia, R. (2012). *Deliberation, the media and political talk*. New York: Hampton Press.

Marques, F. P. J. & Carneiro, A. (2018). Corações, mentes e estratégias: a relação entre "marqueteiros" e políticos durante as eleições de 2012 em Fortaleza. *Revista de Sociologia e Política*, *26*(65), 105-131. doi: 10.1590/1678-987317266507

Marques, F. P. J. (2006). Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil. *Opinião pública, 12*(1), 164-187. doi: 10.1590/S0104-62762006000100007

Marques, F. P. J., Silva, F. W. & Matos, N. (2012). Estratégias de comunicação política online: uma análise do perfil de José Serra no Twitter//Political campaigns and online strategies: the case of the 2010 Brazilian elections. *Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura, 9*(3), 344-369.

Marques, F. P. J., Miola, E., Mitozo, I. & Mont'Alverne, C. (2017). Um estudo comparativo entre as agendas políticas dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo nas seções opinativa e informativa. *41º Encontro Anual da ANPOCS – Livro de atas do 41º Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais* (pp. 1-26), Caxambu: ANPOCS.

Marques, F. P. J., Vimieiro, A.C.S.C., Vieira, A. C. R & MELO, S.B.C. (2009). O fórum na tela: eleições, debates televisivos e deliberação mediada. *Contemporanea, 7*(1), 1-28.

Marta X Maluf (2000, 15 de outubro). *Folha de S. Paulo*, p. A2.

Matos, H. (1994). *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo: Scritta.

Matos, H. (Ed.) (2012). *Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP.

McCombs, M. E. & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly, 36*(2), 176-187. doi: 10.1086/267990

McKnight, D. (2010). A change in the climate? The journalism of opinion at News Corporation. *Journalism, 11*(6), 693-706. doi: 10.1177/1464884910379704

Melo, J. M. de (1999). A produção acadêmica brasileira em comunicação. *Revista Famecos, 6*(11), 7-26. doi: 10.15448/1980-3729.1999.11.3048

Miguel, L. & Biroli, F. (2010). *Mídia, representação e democracia*. São Paulo: Hucitec.

Miguel, L. (2015). Quanto vale uma valência? *Revista Brasileira de Ciência Política, 17*, 165-178. doi: 10.1590/0103-335220151706

Miguel, L. F. & Biroli, F. (Eds.) (2010). *Mídia, representação e democracia*. São Paulo: Hucitec.

Miola, E. (2009). Deliberação online em ambientes institucionais: um estudo do fórum de discussão do portal da Câmara dos Deputados. *Contemporanea*, *7*(2), 1-24.

Moisés, J. (2008). Cultura política, instituições e democracia. *Revista brasileira de ciências sociais*, *23*(66), 11-43. doi: 10.1590/s0102-69092008000100002

Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.

Mundim, P. (2014). Cobertura da imprensa e eleições presidenciais de 2006. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, *29*, 91-107. doi: 10.1590/s0102-69092014000300007

Orlandi, E. (2007). *Análise de discurso*. Campinas: Pontes.

Ortiz, R. (1990). Notas sobre as ciências sociais no Brasil. *Novos Estudos, 27*, 163-175.

Papathanassopoulos, S. (2015). Media policy. In G. Mazzoleni, K. Barnhurst, K. Ikeda, H. Wessler & R. Maia (Eds.), *The international encyclopedia of political communication* (pp. 1-9). London: Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781118541555.wbiepc094

Partido dos Trabalhadores. (2015). *Globo: 50 anos de manipulação*. Brasília. Retrieved from http://www.pt.org.br/globo-50-anos-de-manipulacao/

Paulino, F. P., Guazina, L. & Oliveira, M. (2016). Serviço público de média e comunicação pública: conceito, contextos e experiências. *Comunicação e Sociedade, 30*, 55-70. doi: 10.17231/comsoc.30(2016).2485

Pêcheux, M. (1988). *Semântica e discurso*. São Paulo: Unicamp.

Peruzzo, C. M. K. (2003). Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In M. Ledo, X. López & M. Salgueiro (Eds.), *Anuário internacional de comunicação lusófona* (pp. 141-162). São Paulo: LUSOCOM.

Recuero, R., Zago, G. & Bastos, M. T. (2014) O discurso dos# ProtestosBR: análise de conteúdo do Twitter. *Galáxia, 28*, 199-216. doi: 10.1590/1982-25542014217911

Rede Globo. (2018). *Debate collor x Lula*. Retrieved from http://memoriaglobo.globo.com/erros/debate-collor-x-lula.htm

Rothberg, D., Napolitano, C. J. & Stroppa, T. (2016). Direito, sociedade e comunicação: um exame do anteprojeto de lei da mídia democrática no Brasil. *Comunicação & Informação, 30*, 87-102. doi: 10.17231/comsoc.30(2016).2487

Rubim, A. (Ed.) (2004). *Comunicação e política*. Salvador: Edufba.

Sampaio, A. (2010). Um novo cenário na TV aberta brasileira. *Encontro de estudos multidisciplinares em cultura – Livro de Atas do VI ENECULT* (pp. 1-15). Salvador: FACOM/UFBA.

Santos, J. G. B., Aldé, A. & Schwambach, A. C. F. (2016). Panorama das teses e dissertações brasileiras envolvendo internet e política de 1995 a 2014. *40º encontro anual da ANPOCS – Livro de atas do 40º Encontro anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais* (pp. 1-27). Águas de Lindóia: ANPOCS.

Seridorio, D. F. & Luvizotto, C. K. (2017). Internet como espaço de deliberação e participação política. *Comunicação & Sociedade, 39*(3), 79-110.

Silva, G. (2009). De que campo do jornalismo estamos falando? *Matrizes*, *3*(1), 197-212.

Sokal, A. & Bricmont, J. (2010). *Imposturas intelectuais*. Rio de Janeiro: Record.

Sousa, C. H. P. & Marques, F. P. J. A. (2015). Wikipédia, democracia e eleições municipais em São Paulo: um estudo sobre as edições de verbetes durante a campanha eleitoral de 2012. *RECIIS. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, *9*(2), 1-25. doi: 10.29397/reciis.v9i2.940

Vallone, R., Ross, L. & Lepper, M. (1985). The hostile media phenomenon. *Journal of Personality and Social Psychology, 49,* 577-585. doi: 10.1037//0022-3514.49.3.577

Van Dijk, T. A. (2008). *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto.

Vimieiro, A. & Maia, R. (2011). Análise indireta de enquadramentos da mídia. *Revista Famecos, 18*(1), 235-252. doi. 10.15448/1980-3729.2011.1.8810

Weber, M. H. (1990). Pedagogias de despolitização e desqualificação da política brasileira (as telenovelas da Globo nas eleições de 1989). *Comunicação & Política*, *1*, 67-84.

Weber, M., Coelho, M. & Locatelli, C. (Eds.) (2017). *Comunicação pública e política*. Florianópolis: Insular.

Acknowledgements

The authors are grateful to Camila Mont'Alverne, Isabele Mitozo, and Paulo Ferracioli for criticizing the main arguments that we outlined here. Moreover, Isabele Mitozo was responsible for translating the article to its English version. We thank to all the institutions that provided funding for this research, namely CAPES and CNPq.

Biographical notes

Francisco Paulo Jamil Marques holds a PhD in Communication Studies and a Senior Lecturer in Politics at the Federal University of Paraná, Brazil. He works as a CNPq (Brazilian National Scientific Council) research fellow and coordinates the Research Group on Media, Politics, and Technology (PONTE). His interests focus on Political Communication, Journalism, Public Opinion, and Digital Democracy.

E-mail: marquesjamil@gmail.com

Address: Avenida Silva Jardim, 368, apto. 1503

Rebouças, Curitiba, Paraná, Brasil
CEP: 80230-000

Edna Miola holds a PhD in Communication Studies (UFMG, 2012). Professor and researcher at Federal University of Technology-Paraná, Brazil. Areas of interest: Political Communication, Public Communication, and Public Opinion.
E-mail: ednamiola@gmail.com
Address: Avenida Silva Jardim, 368, apto. 1503
Rebouças, Curitiba, Paraná, Brasil
CEP: 80230-000

* **Submitted: 30.11.2017**
* **Accepted: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 151 – 166
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2911

Epistemologia, métodos e teorias da comunicação na era do *Big Data*: panorama crítico da pesquisa em mídias sociais

Ana Thereza Nogueira Soares

Resumo

O artigo propõe uma reflexão crítica sobre as implicações epistemológicas, metodológicas e teórico-conceituais das pesquisas baseadas no *Big Data* – especialmente em dados de mídias sociais – para o campo científico da comunicação. Do ponto de vista epistemológico, revela a insustentabilidade de modelos de análise baseados em enquadramentos estáticos da comunicação, alegando que os processos sociais que emergem com a influência da internet apresentam-se, inequivocamente, em formatos fluidos e contingentes. Nesse âmbito, destaca que a própria evolução da tecnologia tem condições de impulsionar a construção de ferramentas de coleta e análise de dados capazes de apreender os movimentos comunicacionais, fazendo jus à necessidade de alinhamento entre ontologia, epistemologia e metodologia na pesquisa científica. O texto, ainda, problematiza questões relativas à construção teórico-conceitual da comunicação. Acredita-se que o relevo adquirido pelos dados, nos últimos anos, não deve apontar para um domínio do empírico sobre o teórico. Efetivamente, o fortalecimento da ciência da comunicação passa pela precisão e pelo cuidado com o uso de termos, modelos e referências teóricas historicamente consolidados na problematização e explicação do contemporâneo.

Palavras-chave
Big Data; epistemologia; mídias sociais; teoria da comunicação

Abstract

This paper proposes a critical reflection on the epistemological, methodological and theoretical implications of the researches based on Big Data – especially on social media data – for the scientific field of communication. From an epistemological point of view, it reveals the unsustainability of analytical models based on static frameworks of communication, claiming that the social processes that emerge with the influence of the internet are unequivocally presented in fluid and contingent formats. In this context, it highlights that the evolution of technology itself has the potential to boost the construction of data collection and analysis tools capable of grasping the communication movements, justifying the need for alignment between ontology, epistemology and methodology in scientific research. The text, also, poses questions about communication theory and its concepts. It is believed that the relevance acquired by data in recent years should not point to a domain of the empirical over the theoretical. Effectively, the strengthening of the communication science demands precision and care with the use of terms, models and theoretical references historically consolidated in the problematization and explanation of the contemporary.

Keywords
Big Data; communication theory; epistemology; social media

Introdução

Pode o *Big Data*, a partir do potencial disruptivo que apresenta para as formas de organização da sociedade e para a ciência, gerar insumos para rediscussão de conceitos e teorias da comunicação? A questão, aparentemente retórica, configura-se como essencial para uma reflexão sobre o futuro da ciência da comunicação. Cerca de um século após as primeiras elaborações teóricas sobre o fenômeno comunicacional e seus efeitos sobre as configurações psíquicas e sociais dos indivíduos na sociedade de massa, a ubiquidade das mensagens e dos meios materializada pela apropriação que fazemos da tecnologia gera intenso debate, que alcança todas as esferas da sociedade.

Cukier e Myer-Schonberger (2013), Boyd e Crawford (2012) Coté, Gerbaudo e Pybus (2016) e Gil de Zúñiga (2015) são apenas alguns dos autores dedicados à reflexão sobre a força do *Big Data* e dos algoritmos na conformação e reprodução das práticas socioculturais. Segundo Kitchin (2017), há uma pressão cada vez maior para que se analise criticamente o modo como os algoritmos têm interferido na produção do conhecimento científico. Torna-se difícil, de fato, identificar um campo que não seja direta ou indiretamente afetado pela velocidade, variedade e volume da produção dos dados e de sua conversão em informações com alto poder de difusão. Da ciência à saúde pública, do sistema bancário à produção de notícias: a quantidade de dados produzidos e registrados espontânea ou compulsoriamente pela sociedade cresce de forma inimaginada, gerando novos regimes políticos que têm potencial para desafiar convenções sociais em vigor. Algo realmente distinto está impresso na realidade social quando, por exemplo, uma empresa como a Google torna-se base confiável de conhecimento para a prevenção e controle de uma gripe com potencial para se alastrar pelo mundo (Cukier & Mayer-Schönberger, 2013; Helbing, 2015).

Assim, o objetivo deste texto é apontar, de forma preliminar, pontos críticos e caminhos para o ofício do pesquisador da comunicação na atualidade, tendo em vista as vastas possibilidades de coleta e análise de dados habilitadas pelas plataformas, ferramentas e aplicativos de internet. O foco da reflexão é o impacto do *Big Data* nas epistemologias, teorias e métodos em que se baseiam as pesquisas que traduzem a realidade da comunicação, por meio de dados oriundos das diversas mídias e aplicativos digitais hoje disponíveis para a sociedade.

Big Data: circunscrevendo os significados do fenômeno para a ciência

O crescimento exponencial de pesquisas e artigos que envolvem a mensuração da vida social através de ambientes digitais como plataformas de mídias sociais e sistemas de dados abertos governamentais revela a premente necessidade de debate sobre questões epistemológicas e teórico-metodológicas que os dados vêm ajudando a forjar.

Coté, Gerbaudo e Pybus (2016), por exemplo, situam o *Big Data* no espectro político que orienta a manipulação de dados algorítmicos pelos agentes sociais. A partir da questão geral sobre que relações de poder influem no conhecimento gerado pela análise de dados digitais, os autores refletem criticamente sobre os significados da apropriação

do *Big Data* pelos cientistas. Para eles, não convencem os argumentos utilizados em favor de um conhecimento isento e de validade universal garantido pelas supostas neutralidade e objetividade técnica das coletas massivas de dados da internet. O poder de mercado do Silicon Valley e seu papel preponderante nessa nova cadeia produtiva da economia, as desigualdades estruturais entre a geração dos dados pelos cidadãos e seu controle pelas corporações, bem como a opacidade dos algoritmos que decidem configurações da rede e percepções dos usuários (Coté, Gerbaudo & Pybus, 2016) são apenas alguns dos sinais de que já exploramos uma nova interface da relação da sociedade com a tecnologia.

Há no espírito de nosso tempo uma urgência em entender como a díade dos algoritmos e *Big Data* podem habilitar novas formas sociais e culturais. É preciso entender como eles são empregados e desenvolver um senso crítico sobre seus limites, capacidades, implicações e possibilidades. Se esses arranjos tecnológicos propiciam um vasto manancial de possibilidades de conhecimento, contudo precisam também ser compreendidos diante do aspecto humano que orienta os procedimentos formais de reconhecimento de padrões, estabelecimento de parâmetros de programação e geração de dados em que eventualmente incorrem lacunas semânticas e preconceitos (Kitchin, 2017; Uricchio, 2017).

Ao mesmo tempo, os mecanismos de dominação exercidos pela dinâmica capitalista de monetização dos dados digitais têm sido constantemente tensionados pelos próprios agentes sociais. Isto é, os usos e apropriações dos dados pelas esferas econômica e política, porque vêm adquirindo essa enorme dimensão e influência, tornam-se também *inputs* para a constituição do conhecimento, no inevitável movimento reflexivo que rege as consciências individuais e coletivas. Milan e van der Velden (2016) propõem o conceito de "data ativismo", vislumbre de um conhecimento que escape à reificação do futuro, a partir de um desenvolvimento crítico da ciência e da tecnologia, inscrito pelo próprio uso dos dados pelos investigadores. Neste âmbito, a crescente disponibilidade dos dados é vista como uma oportunidade poderosa e sem precedentes para provocar mudanças sociais. O "data ativismo" apoia a emergência de novas culturas epistêmicas que "desafiam as leituras predominantes da realidade" e "moldam a forma como relacionamo-nos com o conhecimento e sua validação" (Milan & van der Velden, 2016, p. 63).

Do ponto de vista da investigação sobre a comunicação política nas mídias sociais, ou das plataformas digitais de redes sociais, também Gil de Zúñiga (2015) introduz um conjunto de trabalhos que oferecem formas únicas de combinar métodos e técnicas relacionados ao *Big Data* e que, além disso, levam em conta o componente ético da utilização de dados pessoais para a formulação de pesquisas. O próprio autor reconhece, porém, que saber como interpretar a imensidão de dados disponibilizados por nossas "pegadas digitais" permanece ainda um enorme desafio (Gil de Zúñiga, 2015, p. 2). No contexto que vivenciamos, estão em jogo noções como a validade de construtos científicos, testes de hipóteses e generalização, ou seja, alguns dos cânones paradigmáticos da ciência moderna. Preocupam os autores questões como a eliminação das teorias como ponto de partida para a produção de conhecimento, a perda de força explicativa

da dimensão estrutural da sociedade (Coté Gerbaudo & Pybus, 2016), assim como os moldes das ferramentas de coleta de dados capazes de reunir potencialmente infinitas bases de dados digitais (Gil de Zúñiga, 2015).

A inversão de procedimentos metodológicos que colocam as coleções e correlações de dados extensivos sobre o social como expressões máximas e aprimoradas do conhecimento é tida como indicador de uma macro revolução científica, no sentido que Kuhn (1998) imprimiu ao termo. Kitchin (2014) explora justamente em que medida o *Big Data* conduz a epistemologias alternativas nas ciências sociais, a partir de uma avaliação também crítica das mudanças nas práticas de pesquisa. O autor desafia a ideia, que emerge nesse contexto, de um *modus operandi* puramente indutivo nas pesquisas, defendendo que, ao invés do fomento ao empiricismo em detrimento da construção teórica, a ciência conduzida pelos dados (*data-driven science*, no original) seja uma versão reconfigurada do método científico tradicional. Para isso, entretanto, é preciso que dados sejam coletados e interpretados à luz de questões relevantes para o conhecimento já existente. Os conjuntos desagregados de "fotografias" relativas a ambientes e contextos temporais específicos da realidade digital, ao ilustrar algum tipo de correlação visualizada pelo investigador sobre rastros sociais dispostos na internet, não respondem, necessariamente, a questões teórico-científicas.

O aspecto sedutor da pesquisa baseada em *Big Data* afirma-se, também, pela construção de uma mitologia, segundo o termo usado por Boyd e Crawford, que se baseia na "crença generalizada de que grandes bases de dados oferecem uma forma maior de inteligência e conhecimento geradora de conhecimentos anteriormente improváveis, com aura de verdade, objetividade e acurácia" (2012, p. 663). Tal dimensão simbólica dos dados atua como reforço para a ilusão de abrangência, representatividade e fidedignidade das informações e postulados disponibilizados tende a ser capturada, assim, como fundamento ontológico que orienta e molda o conhecimento científico e sua difusão pública. Há uma garantia de verossimilhança que subjaz a essa nova epistemologia de viés altamente empiricista e alicerçada por uma profusão de mergulhos exploratórios em conjuntos de dados minerados da internet. Nesse movimento, porém, Kitchin (2014, p. 5) adverte que "os dados são examinados através de lentes particulares que influenciam como são interpretados" e, ademais, que "correlações entre variáveis num conjunto de dados podem ser aleatórias por natureza e possuir nenhuma ou pequena associação causal".

A naturalização de falácias ecológicas apontada por Kitchin (2014), como risco potencial dessa epistemologia da ciência que emerge com o *Big Data*, não se configura como questão isolada para a reflexão. Entre outros desafios observados para as práticas tradicionais do campo científico está também aquele de uma excessiva individualização dos métodos de busca e coleta de dados. Isso conduz, no extremo, à incomensurabilidade das análises e, portanto, à inviabilização dos procedimentos críticos que constituem a base sobre a qual são testadas e aperfeiçoadas as teorias.

A autonomia concedida aos pesquisadores para a elaboração de sua própria ferramenta de rastreamento, mineração, coleta e análise de dados tem potencial para

tornar-se, paradoxalmente, aquilo que retira da ciência moderna uma de suas principais forças – a possibilidade de evolução e busca da verdade por meio da comparação de resultados de testes investigativos e da refutação de hipóteses. Porque enfatiza o empírico disposto nas plataformas digitais e o estabelece, *a priori*, como a verdade a ser desvelada, a customização das pesquisas fundamentadas pelo *Big Data* individualiza o fazer científico, transformando enquadramentos múltiplos de realidade em conhecimento válido. Os resultados de pesquisas, particularizados por instrumentos algorítmicos que coletam e sistematizam dados, tendem a perder o potencial explicativo que é marca da generalização e alimenta as teorias.

Hoje, diversos laboratórios e grupos de pesquisa espalhados pelo mundo, dedicados à pesquisa sobre internet e interessados em explorar dados armazenados digitalmente, têm seus próprios modelos e ferramentas digitais de coletas de dados[1]. Os algoritmos criados para a seleção e combinação de dados das mídias sociais são inúmeros, e nem todos têm o código aberto. O interesse crescente na realização de pesquisas sobre as redes de relacionamento social na internet (que ganham tanto relevo nos estudos do campo da comunicação na última década) está refletido na vasta gama de ferramentas e *softwares* disponíveis exclusivamente para o tratamento desse tipo de dados, cada qual com sua funcionalidade e com seu percurso de codificação algorítmica e formulação estética[2].

Apesar dessa diversidade de abordagens representar uma superação em relação a modelos e técnicas que limitam a compreensão da realidade social, justamente porque construídos a partir de uma perspectiva de controle e de fixidez dessa mesma realidade em enquadramentos interpretativos estáticos (e incongruentes, portanto, com o movimento inerente à comunicação), deve-se atentar para algumas características que singularizam essas ferramentas de pesquisa. A construção desses dispositivos técnicos de captura e análise de dados é feita por meio de algoritmos, cuja forma heterogênea e opaca, eventualmente programada para exercer a função de inteligência artificial, tem potencial para estender as intenções balizadoras de sua concepção. Como salienta Kitchin, os algoritmos trabalham de modos multivariados, "precisam ser reconhecidos como sendo ontogenéticos, performativos e contingentes: isto é, eles não são nunca fixos por natureza, mas sim emergentes" (2017, p. 21). "Muitos algoritmos são desenhados para serem reativos e mutáveis por *inputs*" (Kitchin, 2017, p. 21), desdobrando continuamente, por meio de sua inteligência artificial, novos dados e informações passíveis de interpretação.

[1] Entre alguns dos muitos centros de pesquisa hoje em funcionamento podem ser citados o The Citizen Lab, laboratório da Munk School of Global Affairs, na Universidade de Toronto; o The Social Media Lab, da Ryerson University, também em Toronto, o Centro de Cultura Digital, no México; o Nordic Centre for Internet and Society, da Univesidade de Siegen, na Alemanha; o Singapore Internet Research Centre e o Media Lab Research, do MIT (Massachusetts Institute of Technology), nos Estados Unidos. No Brasil, contando apenas o foco de pesquisa em dados de mídias sociais, podemos citar ao menos três centros de pesquisa, o Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), da Universidade Federal do Espírito Santo; o Grupo Interdisciplinar de Pesquisa em Análise de Redes Sociais, da Universidade Federal de Minas Gerais e o Laboratório de Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS), da Universidade Católica de Pelotas. Essa lista não é exaustiva, contudo.

[2] Apenas a título de ilustração, as seguintes ferramentas, entre muitas outras, compõem a lista de alternativas para coleta, tratamento e análise de dados da internet: NodeXL, iGraph, Netlytic, Uberlink, Issue Crawler, Gephi, Cosmos, Chorus, VT Tracker e Netvizz, este último específico para coleta de dados do Facebook. Os recursos e aplicações permitidas são inúmeras, gerando as mais diversas especificidades analíticas.

Pouco conhecemos, todavia, os efeitos oriundos da manipulação do *Big Data* para a ciência, e ainda menos para nossas múltiplas formas de comunicação contemporâneas e para os metadados minerados por cientistas da comunicação a partir delas. Como a codificação algorítmica que impulsiona o *Big Data* tende a ficar obscurecida pela estética dos aplicativos, *softwares* e demais aparatos técnicos, é trabalhoso desvelar os sentidos originários que levam à difusão e ao compartilhamento de dados pelos agentes. Tais sentidos dependem de traduções inversas de códigos previamente programados, afinal. Kitchin (2017) também se refere à questão das traduções em sua revisão crítica acerca dos algoritmos. A programação dos espaços cibernéticos digitais depende de duas traduções, fundamentalmente:

> a primeira é traduzir uma tarefa ou problema em uma fórmula estruturada (pseudocódigo). A segunda é traduzir esse pseudocódigo em código fonte que, quando compilado, irá performar a tarefa ou solucionar o problema. Ambas as traduções podem ser desafiadoras, requerindo definição precisa acerca de qual tarefa/problema trata (lógica), transformando-o em um conjunto preciso de instruções a serem desenvolvidas em quaisquer contingências, para que o algoritmo performe o esperado sob diferentes condições (controle). (Kitchin, 2017, p. 17)

Ainda que pareça um processo de construção automático e efetivamente passível de controle, o desafio posto pelos algoritmos e pela profusão de dados que impulsiona é justamente o de que a sociedade possa efetivamente comungar com as traduções realizadas pelos programadores. É a comunicação sobre os sentidos dos algoritmos e sobre as implicações que trazem para a dinâmica de organização da sociedade uma das mais subestimadas necessidades da política contemporânea.

Diante do panorama apresentado, assim, a pesquisa no campo da comunicação depara-se com pelo menos duas grandes categorias de questões acerca de seus desenvolvimentos atual e futuro. A primeira refere-se a um alinhamento necessário entre a ontologia e a metodologia da pesquisa, no sentido em que Hall (2003) empregou para discutir os fundamentos da pesquisa em política comparada. Trata-se de refletir acerca do que parece emergir como uma orientação epistemológica das ciências da comunicação, cuja máxima, apesar de situar-se no desenvolvimento técnico dos meios, não necessariamente contempla os pressupostos e implicações de seu uso para a organização teórico-metodológica das pesquisas.

A segunda categoria, inevitavelmente associada à primeira, engloba o receio do declínio da teoria em favor da datificação da realidade na pesquisa científica, conforme descrito acima. Nesse âmbito, é pertinente repensar a tendência à utilização indiscriminada de concepções teóricas e conceitos deslocados dos contextos originários de suas produções, que descrevem e designam de forma anacrônica os conjuntos de dados e seus significados comunicacionais. Isso, defende-se aqui, é uma das garantias para a evolução do conhecimento científico em comunicação.

As experiências de imersão social na internet têm demonstrado que estamos diante de um novo contexto, de novas demandas e processos, permeados em todos os níveis

pela produção, difusão e apreensão de dados, por comunicações entre essas esferas, enfim. A Web 3.0 configura-se como uma espécie de palco para essas conexões entre dados, um novo tipo de espaço em que as relações acontecem de forma diversa, dispersa e múltipla (Amaral, 2012). Sugere-se que não existam muitos pontos em comum entre a comunicação conforme empreendida no âmbito do domínio das comunicações de massa e aquela que emerge nas vias digitais. Diante dessa perspectiva, seria errôneo interpretar essa última realidade com base em artefatos teórico-conceituais constituídos para explicar um outro padrão comunicacional da sociedade.

Sobre os conteúdos gerados pelos agentes sociais nas redes digitais, por exemplo, argumenta-se que "sua potencial classificação, até pela variedade da forma e diversidade das plataformas, ultrapassa categorizações estandardizadas" (Amaral, 2012, p. 142). Se o *Big Data* e os metadados que permitem configurar são o novo suporte dos laços sociais, como também defende Amaral (2012), é preciso avançar velozmente na compreensão sobre sua semântica, sobre os sentidos cravados em sua concepção e evolução.

Essa preocupação remete também àquela expressa por Shaldbolt, Hall e Berners-Lee (2006) a partir da crescente necessidade de integração dos dados digitais em denominadores comuns de sentido. A Web Semântica defendida pelos autores é vislumbrada para além das chamadas "folksonomias", linguagens compartilhadas por um número considerável de pessoas interessadas em replicar determinado dado por meio de informação, a repercuti-lo.

Na ciência da informação, essa organização do fluxo informativo e construção compartilhada de semânticas na web é caracterizada pela descentralização do acesso, e pela facilidade com que os dados são também difundidos através das mídias sociais. Os ícones dessas "folksonomias", entretanto, são vários. Desde *hashtags* a *memes*, várias formas de representação estética podem representar as dinâmicas relacionais dos dados na internet. Entretanto, resta saber quais são as semelhanças e os paralelos, as comparações mais apropriadas a serem feitas entre esses conjuntos semânticos, e que viabilizam sua indexação a ontologias, conforme a definição de Shaldbolt, Hall e Berners-Lee (2006). As ontologias, nesse sentido, são capazes de remover as ambiguidades existentes entre os incontáveis caminhos pelos quais os dados transitam e são difundidos no espaço digital. São semânticas mais perenes, sobre as quais estão assentadas taxonomias para a compreensão do social no contexto da internet.

Por esses meandros, o *Big Data* parece configurar-se como um fenômeno promissor para a compreensão da realidade da comunicação social contemporânea e, além disso, aciona a comunicação e seus processos informacionais, definitivamente, como um eixo teórico e interpretativo relevante e necessário para as ciências humanas e sociais. A emergência dos dados como paradigma metodológico dominante revela a convergência entre as ciências exatas e as ciências sociais. Nesse escopo de investigação com o qual se defronta o fazer científico, não há como prescindir da comunicação como componente vital de explicação sobre as conexões hoje habilitadas pelas interrelações entre indivíduos e dados. Porém, cabe indagar como o fenômeno comunicação é concebido e difundido pelos investigadores em suas construções sobre o que se delineia nas e pelas mídias e aparatos digitais.

Ontologias da comunicação e desenhos metodológicos das pesquisas – alguns apontamentos

De que realidade comunicacional os pesquisadores estão falando? Que perguntas conduzem as investigações científicas que se sustentam nos dados de internet?[3] Que ontologia sustenta as escolhas metodológicas de quem realiza as pesquisas? Isto é, defende-se que o ângulo desde o qual se orientam os trabalhos baseados no *Big Data* ajuda a conformar os caminhos metodológicos e teóricos das investigações. Por exemplo, a prevalência de uma visão da comunicação como fenômeno estático, como composto por retratos fixos da realidade, localizados em planos pré-determinados e controlados de observação direta e imparcial induz a um desenho metodológico de pesquisa que privilegia mecanismos lineares de circulação de informações.

Analogamente ao que Hall (2003) observou para as pesquisas em política comparada internacional, podemos dizer que, também no campo da comunicação, o valor dos métodos empregados depende de sua congruência com o modo como o pesquisador entende o funcionamento das causalidades dos processos que se propõe analisar. Assim, a captura de dados digitais num dado momento do tempo e num contexto específico de atuação representa o quê, exatamente, dentro do universo de explicações comunicacionais possíveis? Se a perspectiva de uma realidade linear da comunicação e do controle de seus resultados é o que predomina ontologicamente na pesquisa, o *Big Data* pouco terá a oferecer em termos de construção do conhecimento. Essa forma de representação da realidade, como composta por entidades fixas e organizadas aprioristicamente, em formatos lineares de causas e consequências, é limitada em sua capacidade explicativa. Ao denotar um modo de pensar sobre como a realidade social funciona, tal visão de mundo incorpora modelos lineares como padrões representativos da realidade (Abbott, 1998). Assim, nessa perspectiva dificilmente haverá avanços epistemológicos em termos de ampliação das possibilidades de explicação do fenômeno comunicacional. As pesquisas que enxergam a comunicação como fenômeno pontual, situado no tempo, e mais, veem seu propósito como instrumental e passível de controle pelas intenções do emissor, criam uma espécie de paradoxo na forma como interpretam os dados digitais.

Na internet, dados e informações parecem poder ser identificados, definitivamente, como unidades de uma complexidade social recortada pelas mais diversas variáveis e multilinear, portanto. Na medida em que são traduzidos por meio de expressões textuais, gráficas, imagéticas, auditivas e também por meio de estruturas e arquiteturas de relacionamento entre nós, os dados coletados em ambientes digitais permitem vislumbrar – e mesmo representar – a potência da comunicação humana.

Não se trata aqui de defender que o que ocorre na internet em termos de ação e expressão sociais é fundamentalmente distinto dos processos já experimentados pela "sociedade analógica". Porém, se tomamos o plano digital da existência social como ponto de partida para explicá-la, é preciso cuidar para que um ajuste adequado seja feito

[3] Aqui, importante é reiterar que os dados de plataformas de redes sociais, ou das mídias sociais (conforme o conceito popularizado em inglês), são apenas um tipo de *Big Data*. O crescimento dessas pesquisas não tem sido tarefa exclusiva de cientistas da comunicação, mas também de cientistas políticos, antropólogos, psicólogos, geógrafos, cientistas da computação, enfim, acadêmicos de vários campos de conhecimento.

entre nossos estoques interpretativos até então acumulados como campo científico e essa realidade reflexiva e cotidianamente tecida por indivíduos e organizações. Sugere-se, portanto, a impossibilidade de sustentação das mesmas concepções sobre a realidade comunicacional do século XX neste momento da história, em que a internet compõe parte significativa do funcionamento da vida social.

Uma epistemologia baseada na complexidade é muito mais coerente com a dinâmica das mídias sociais, calcada no não-linear, nas multicausalidades e nos movimentos perpétuos observados por meio da expressão de tensões e de conexões em disputa. Redes de relacionamento, como o Facebook e o LinkedIn, combinam-se às plataformas informativas, como o Twitter. Redes sociais de *blog*s, como a Medium, têm substituído o papel dos tradicionais *websites* como locais de apresentação pública e identitária de pessoas e organizações, propiciando o surgimento e construção de uma nova ecologia das mídias que resulta da proliferação crescente de aplicativos identificada por Amaral (2012) em sua análise sobre a Web 3.0. Conteúdos audiovisuais ganham com o Vimeo e o YouTube significados que variam em função das percepções e apropriações que os usuários deles fazem. As mídias sociais deixam mais evidente, enfim, toda uma gama de variáveis que interpelam os processos de comunicação, denotando de forma mais clara a insuficiência de representações de mundo que se aprisionam exclusivamente em manifestações pontuais e autocentradas de emissões informativas. Em casos de plataformas e aplicativos móveis como o Snapchat ou as funcionalidades do tipo *stories* do Instagram e WhatsApp, as mensagens tornam-se, efetivamente, uma representação literal da vida cotidiana, num *streaming* editado e personalizado de acordo com contextos de produção adequados à visão de mundo do emissor e transformado continuamente pelas relações que estabelecem com interlocutores externos.

Circunscrever as mídias sociais como objeto de investigação da comunicação converte-se, dessa forma, no grande desafio de refinar os métodos e ferramentas disponíveis para que sejam capazes de apreender as mais variadas dinâmicas de expressão, as apropriações das tecnologias e de seus sentidos por emissores e receptores e, também, as improbabilidades comunicacionais (Luhmann, 2006) que permeiam a realidade digital. Nesse sentido, iniciativas como a de Procter, Vis e Voss (2013) são inspiradoras, pois propõem métodos capazes de incorporar de maneira mais explícita, na interpretação e representação da realidade virtual, o movimento inerente às disputas e às confluências de sentido dos processos de comunicação social. Os autores conseguiram elaborar uma ferramenta de coleta de posts do Twitter (*tweets* e *retweets*), em cuja codificação algorítmica está previsto o rastreamento da dinâmica de distúrbios, rumores e boatos na plataforma. Mais do que isso, a representação dos resultados das análises, numa linha temporal de ocorrências de mensagens emitidas e repercutidas no Twitter, preocupa-se com a fluidez das ações de compartilhamento de informações (as quais compõem uma parcela do *Big Data* disposto nas mídias sociais) com sua capacidade de difusão e com as disputas sobre sua veracidade, seus sentidos, enfim.

Cientistas da comunicação podem encontrar na internet, dessa maneira, um espaço privilegiado para a aplicação de ferramentas tecnológicas inovadoras, capazes de

apreender os percursos que as mensagens emitidas percorrem, e especialmente sua apropriação e ressignificação por instâncias receptoras. Os dispositivos interacionais de crítica midiática analisados por Braga (2006) podem, finalmente, de acordo com os novos escopos metodológicos e as ferramentas e técnicas de coleta e análise de dados aperfeiçoados com o *Big Data*, tornar-se visíveis em suas distintas camadas de construção coletiva.

Também as atualidades mediáticas, constituídas como objeto revelador de comunicações, ou de temas de interesse público, conforme a elaboração de Martino (2009), atravessam, com velocidade e sentidos por vezes inesperados, o cotidiano da internet. Entender os mecanismos pelos quais as atualidades emergem nos ambientes digitais, seja como expressão de volições individuais e organizacionais, seja como acontecimentos espontâneos e intrínsecos à dinâmica fluida das relações sociais, converte-se em relevante programa de pesquisa do campo da comunicação. O aprimoramento continuado das tecnologias de mineração e análise de dados digitais tem o potencial para criar instrumentos que mapeiem quadros mais completos da comunicação mediática, as trajetórias que abarcam as emissões de informações e seus direcionamentos subsequentes através das mídias sociais. Os caminhos abertos e trilhados pelas mensagens representariam, nesse sentido, uma arquitetura digital do espaço-tempo comunicacional. Por sua vez, as mensagens, com todas as suas nuances interpretativas, naturalmente emergentes e mutáveis, completam o imbricado quadro analítico da comunicação nas mídias sociais.

Diante desse panorama, a pesquisa sobre a comunicação pode superar, enfim, seu viés instrumental, na medida em que incorpore em suas descrições e análises não só a intencionalidade da emissão, mas também os pontos de fuga que escapam às tentativas de regulação de sentidos, conforme analisado por Fausto Neto (2011). A instrumentalização dos meios – que conformou a ortodoxia do campo da comunicação e ainda domina as esferas de produção de conhecimento direcionadas por e para instituições do mercado e do Estado – não é congruente, enfim, com os processos espontâneos de comunicação nitidamente observáveis nos ambientes da internet.

Teorias e conceitos da comunicação sob o ângulo das mídias sociais

Nesta seção do texto, retoma-se a ideia de Kitchin (2014), para quem a revolução paradigmática propiciada pelo *Big Data* não pode justificar a ausência da reflexão teórica. Pelo contrário, defende-se que a ascensão de uma sociedade dataficada engendra um momento propício para o aprofundamento e rediscussão sobre a validade dos conceitos e de seus pressupostos epistêmicos. Os problemas e perguntas de pesquisa embasados pelas teorias devem prevalecer, desse modo, como bússolas que norteiam o olhar empírico, e não serem descartados em nome de uma soberania de "dados que falam por si mesmos".

O exercício contínuo de revisão e do debate sobre as bases teórico-conceituais do campo da comunicação é garantia de validade do conhecimento científico, afinal.

Supõe-se que disso depende a precisão da interpretação de dados que expressam sentimentos, visões de mundo, assertivas, tentativas deliberadas de persuasão e ações individuais e coletivas. Afinal, as mídias sociais e as informações que dispõem sobre a realidade dizem respeito a uma vasta gama de expressões da sociedade.

Dessa forma, torna-se apropriado e urgente debater como os esquemas conceituais e teóricos clássicos da comunicação podem contribuir para pensarmos questões de pesquisa que envolvam *Big Data*, ou como, numa relação inversa, os mesmos repertórios teóricos podem ser repensados a partir da realidade social apresentada pela internet. Um dos pontos de partida para reflexão, conforme argumentação anterior, é a própria natureza volátil, efêmera e contingente que permeia a produção dos dados utilizados para a consecução das pesquisas. As inúmeras plataformas e dispositivos em que os agentes sociais podem projetar suas vozes, suas imagens e ações concertadas são as bases dos dados que manipulamos. São atravessadas e construídas por motivações e interesses dos mais diversos, aparecendo e desaparecendo, como informações passíveis de análise, em movimentos ininterruptos e interconectados de expressões individuais e organizacionais.

Conforme esboçado na seção anterior, as mais diversas mídias sociais competem pela atenção de usuários, num universo repleto de possibilidades comunicacionais, cada qual com sua materialidade e simbolismo. Esse cenário demonstra que estilos de vida, interesses prioritários de comunicação social, localização espacial, condições econômicas, entre outros fatores, compõem o rol de variáveis que influem nas dinâmicas da sociedade digital. Contextos culturais e nacionais podem, por exemplo, induzir ao uso majoritário de uma plataforma em detrimento de outra. O Twitter é um caso muito interessante nesse sentido. Enquanto que em países como os Estados Unidos a plataforma é tida como um termômetro da política na esfera pública, no Brasil seu impacto não é tão abrangente. Por outro lado, estudar o tema da política contemporânea no Brasil sem incluir ao menos uma menção ao papel de destaque do Facebook como plataforma de debate público pode significar negligência.

Portanto, nesse contexto multifacetado, trabalhar de forma estanque com os conceitos de emissor, meio, mensagem e receptor, entre outros, desconsiderando o movimento inerente das conexões de sentido nas mídias digitais, parece ser contraproducente. Uma apropriação conceitual que exemplifica bem os dilemas enfrentados pela teoria é a da ideia de *broadcasting*, hoje aplicada para se compreender os dados gerados numa rede social digital unidirecional e centralizada de disseminação de informações. Acredita-se que tal conceito entrega pouco valor à compreensão da comunicação na internet, uma vez que os dados que normalmente designa não conseguem revelar, necessariamente, a apreensão de informações por uma suposta audiência, e muito menos o que é feito com base nessas informações. A retomada da concepção de audiência para fazer referência a grupos de seguidores ou amigos de um emissor do tipo *broadcasting* também recoloca a instância receptora numa condição de passividade que remonta a teorias como a da agulha hipodérmica. Mas, de fato, podemos interpretar as configurações da internet a partir de mecanismos conceituais que remontam ao contexto histórico da comunicação

do século XX, e portanto se valer de conceitos originários do campo para explicar a realidade atual?

Recorda-se que das informações, em seu estado puro, não se pode deduzir comunicação, cuja existência está atrelada à conexão compartilhada de significados e sentidos, mediados pela técnica e/ou por indivíduos. Seguidores de uma página no Facebook não deveriam ser equacionados, portanto, às audiências das sociedades de massa, muito embora a atuação de empresas como a Cambridge Analytica, embasada na psicometria, adquira bastante relevo, em relação aos tradicionais meios de massa, no processo de conquista da atenção e persuasão de indivíduos por meio de dados pessoais. Conforme observado acima, uma visão de comunicação linear, mecânica e centrada na emissão não parece compatível com os processos fugidios e impermanentes que são passíveis de compreensão a partir do *Big Data*.

Por isso, defende-se que o paradigma teórico predominante para a condução das pesquisas de comunicação social nesse complexo cenário que interliga os contextos tradicionais da comunicação de massa aos contextos digitais de produção da realidade seja aquele proposto por Luhmann (1995) (Figura 1). A comunicação, nesta perspectiva, só se completa no momento em que a informação [information] emitida [mitteilung] é sistemicamente selecionada e compreendida [verstehen] podendo, a partir daí, originar novas informações e, potencialmente, novos ciclos comunicacionais.



Figura 1: A unidade comunicacional na teoria de Niklas Luhmann (1995)

É justamente essa ideia da comunicação como um elemento central de coordenação do social – como unidade materializada por ciclos ininterruptos de produção e desconstrução de sentidos – que melhor se compatibiliza com o intercâmbio instantâneo dos dados e informações nas mídias sociais ou com a concomitância das esferas de emissão e recepção, se utilizamos conceitos tradicionais do campo.

Sbardelotto, por outros caminhos teóricos, apresenta ideia convergente à perspectiva luhmanniana quando defende a comutabilidade produção-recepção nos processos

de circulação em rede e "que tais polos só existem reciprocamente, constituindo-se mutuamente mediante a dinâmica da circulação" (2017, p. 4). Não haveria respaldo empírico, nesse âmbito, para a reiteração de modelos teóricos de comunicação em que instâncias de produção e assimilação de informações estejam isoladas uma da outra. "No fluxo circulatório em redes comunicacionais, especificamente, os polos de produção e de recepção não desaparecem, mas não é mais possível fixá-los em um sujeito social específico, como as corporações midiáticas ou as instituições sociais tradicionais" (Sbardelotto, 2017, p. 19). A realidade da vida digital hoje é de que é possível para um agente revestir-se de emissor e receptor até de forma simultânea. Além disso, este agente pode ser falso, artificialmente controlado por algoritmos, ou representante de uma organização, de um coletivo ideológico, etc. São muitas as facetas de quem produz e quem consome informações.

Sem a pretensão de esgotar a reflexão sobre como teorias e conceitos da comunicação podem orientar as pesquisas no contexto de complexidade crescente que a internet revela, vale uma última reflexão sobre o significado conceitual da mensagem. Falamos das mensagens, em seu sentido convencional, quando optamos por perguntas de pesquisa que privilegiam o olhar sobre *hashtags*, "conversações", compartilhamentos, curtidas, fotografias, registros audiovisuais ou *retweets* nas mídias sociais? Tal questão retoma o argumento acima expresso, acerca das ontologias da web semântica (Shaldbolt, Hall & Berners-Lee, 2006). Sem que estejam equacionados os parâmetros sobre os quais se constroem os espaços digitais, é difícil compreender como, efetivamente, podem favorecer a comunicação social. A hipótese é de que a escolha da plataforma de comunicação em que se exprime uma mensagem predispõe tipos específicos de conteúdo e estéticas também coerentes com sua utilização social. Isso tem consequências não apenas para a formulação de categorizações mais abrangentes sobre os significados das mensagens e seus conteúdos, seu acoplamento a meios (aplicativos seriam hoje apenas um dos tipos de meio), bem como a articulação entre essa variável que "carrega o sentido" e as dimensões sociais de sua circulação.

Fundamental é notar, além disso, que os sentidos coletivamente construídos em torno das mensagens podem ser interpretados à luz de distintos ângulos, desde as próprias mensagens originais que alcançam o mundo, passando pelo tipo de perfil digital que a tenha difundido inicialmente e chegando à configuração da rede social que a sustentou por um tempo em evidência. Essas escolhas assumem, sem dúvida, implicações epistemológicas sobre visões mais individualistas ou holísticas da realidade da internet.

Nota Conclusiva

Por último, mas não menos importante, cabe uma nota reflexiva sobre o papel da inteligência artificial, e também da presença dos chamados *bots*, na produção e circulação de informações e, portanto, na potência comunicacional da vida digital. O assunto emerge principalmente por meio de constatações da influência desses sistemas em processos político-eleitorais (Bessi & Ferrara, 2016), mas tem implicações ainda pouco

debatidas no âmbito científico. Seguindo a orientação filosófica de Dusek (2006), de acordo com a qual todos os meios tecnológicos de comunicação moldam, em alguma medida, as experiências sociais, propõe-se repensar, de forma radical, a visão clássica de uma exclusividade da agência humana nos processos comunicacionais. Questiona-se a visão objetificada da tecnologia, a partir da compreensão de que os *bots* têm adquirido, no contexto atual, capacidade de expressar e de processar informações, visto que estão constituídos como algoritmos. Conforme sugerido anteriormente neste texto a partir da necessidade da tradução de códigos algorítmicos para contingências, "desenvolvimentos em inteligência artificial habilitaram algoritmos para otimizarem suas próprias decisões, gerando melhorias para eles mesmos" (Uricchio, 2017, p. 127). Autoria e agência, reitera-se, tornam-se conceitos relativizáveis. A heterodoxia de uma concepção teórica que atribui à técnica papéis potencialmente ativos nos processos comunicacionais é necessária, contudo, no movimento de transcendência do conhecimento científico balizado pela vida social digital. A validade deste pressuposto só pode ser mensurada no curso de procedimentos de coleta, sistematização e análise de *Big Data*, porém. O trabalho de análise sobre os rastros digitais mal começou. Se as ciências que se fundam nos dados quiserem fazer jus ao *status* de base para a democracia, como advoga Berners-Lee em recente entrevista (Baker, 2018), será preciso correr, preferencialmente na velocidade da internet.

Referências bibliográficas

Abbott, A. (1998). Transcending general linear reality. *Sociological Theory, 6*, 169-186.

Amaral, I. (2012). Participação em rede: do utilizador ao "consumer 2.0" e ao "prosumer". *Comunicação e Sociedade*, *22*, 131-147.

Baker, D. (2018). Is the internet broken? WIRED asks Tim Berners-Lee, Jimmy Wales, James Ball, Wendy Hall and more about how we could – and should – reset the net. Start again. *Wired*., Jan., UK Edition, 120-129.

Bessi, A. & Ferrara, E. (2016). Social bots distort the 2016 Presidential election online discussion. *First Monday*, *21*(11).

Boyd, D. & Crawford, K. (2012). Critical questions for Big Data. *Information, Communication & Society*, *15*(5), 662-679. doi: 10.1080/1369118X.2012.678878

Braga, J. L. (2006). *A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática.* São Paulo: Paulus.

Coté, M., Gerbaudo, P. & Pybus, J. (2016). Introduction: politics of big data. *Digital Culture & Society, 2*(2), 5-15. doi: 10.14361/dcs-2016-0202

Cukier, K. & Mayer-Schönberger, V. (2013). *Big Data: a revolution that will transform how we live, work and think*. Nova Iorque: Houghton Mifflin Harcourt.

Dusek, V. (2006). *Philosophy of technology: an introduction*. Malden, MA: Blackwell Publishing.

Fausto Neto, A. (2011). Comunicação das organizações: da vigilância aos pontos de fuga. In I. Oliveira & A. Soares (Eds.), *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações* (pp. 43-67). São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio.

Gil de Zúñiga, H. (2015). Citizenship, social media, and big data: current and future research in the social sciences. *Social Science Computer Review*, 1-7. doi: 10.1177/0894439315619589

Hall, P. A. (2003). Aligning ontology and methodology in comparative research. In J. Mahoney & D. Rueschemeyer (Eds.), *Comparative historical analysis in the Social Sciences* (pp. 373-404). Cambridge: Cambridge University Press.

Helbing, D. (2015). *The automation of society is next. How to survive the digital revolution*. Charleston: CreateSpace Independent Publishing Platform.

Kitchin, R. (2014). Big Data, new epistemologies and paradigm shifts. *Big Data & Society*, April-June, 1-12. doi: 10.1177/2053951714528481

Kitchin, R. (2017). Thinking critically about and researching algorithms. *Information, Communication & Society, 20*(1), 14–29. doi: 10.1080/1369118X.2016.1154087

Kuhn, T. (1998). *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva.

Luhmann, N. (1995). *Social systems*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Luhmann, N. (2006). *A improbabilidade da comunicação*. Lisboa: Vega.

Martino, L. C. (2009, junho). *Atualidade mediática: o conceito e suas dimensões*. Comunicação apresentada no XVIII Compós - Encontro da Associação Brasileira de Programas de Pós-graduação em Comunicação, Belo Horizonte.

Milan, S. & van der Velden, L. (2016). The alternative epistemologies of data activism. *Digital Culture & Society, 2*(2), 57-74. doi: 10.14361/dcs-2016-0205

Procter, R., Vis, F. & Voss, A. (2013). Reading the riots on Twitter: methodological innovation for the analysis of big data. *International Journal of Social Research Methodology*, *16*(3), 197-214. doi: 10.1080/13645579.2013.774172

Shaldbolt, N., Hall, W. & Berners-Lee, T. (2006). The semantic web revisited. *IEEE Inteligent Systems*, 96-101.

Sbardelotto, M. (2017, junho). *Circulação em rede: a comutabilidade dos polos de produção e recepção no fluxo comunicacional digital*. Comunicação apresentada no XXVI Compós - Encontro da Associação Brasileira de Programas de Pós-graduação em Comunicação, São Paulo.

Uricchio, W. (2017). Data, culture and the ambivalence of algorithms. In M. T. Schäfer & K. van Es. (Eds.), *The datafied society, studying culture through data* (pp. 125-137) Amsterdão; Amsterdam University Press.

Nota biográfica

Ana Thereza Nogueira Soares é doutoranda em Comunicação na Universidade de Brasília – UnB, no Brasil. Está vinculada à linha de pesquisa de Teorias e Tecnologias da Comunicação do Programa de Pós-Graduação e aos grupos de pesquisa Comunicação Organizacional e Pensamento Sistêmico – COMSiS e Comunicação, Tecnologia e Política – CTPol. Seus interesses de pesquisa estão focados nos fenômenos de comunicação

empreendidos no contexto de organizações e movimentos da sociedade civil, considerando, especialmente, suas formas de expressão e comunicação no espaço digital.

E-mail: anatsoares@gmail.com
Morada: SQN 411, Bloco E, ap. 304 CEP: 70866-050. Brasília-DF. Brasil.

*** Submetido: 30.11.2017**
*** Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 167 – 181
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2912

Epistemology, methods and theories of communication in the Big Data Era: a critical panorama of social media research

Ana Thereza Nogueira Soares

Abstract

This paper proposes a critical reflection on the epistemological, methodological and theoretical implications of the researches based on Big Data – especially on social media data – for the scientific field of communication. From an epistemological point of view, it reveals the unsustainability of analytical models based on static frameworks of communication, claiming that the sociasl processes that emerge with the influence of the internet are unequivocally presented in fluid and contingent formats. In this context, it highlights that the evolution of technology itself has the potential to boost the construction of data collection and analysis tools capable of grasping the communication movements, justifying the need for alignment between ontology, epistemology and methodology in scientific research. The text, also, poses questions about communication theory and its concepts. It is believed that the relevance acquired by data in recent years should not point to a domain of the empirical over the theoretical. Effectively, the strengthening of the communication science demands precision and care with the use of terms, models and theoretical references historically consolidated in the problematization and explanation of the contemporary.

Keywords
Big Data; communication theory; epistemology; social media

Resumo

O artigo propõe uma reflexão crítica sobre as implicações epistemológicas, metodológicas e teórico-conceituais das pesquisas baseadas no Big Data – especialmente em dados de mídias sociais – para o campo científico da comunicação. Do ponto de vista epistemológico, revela a insustentabilidade de modelos de análise baseados em enquadramentos estáticos da comunicação, alegando que os processos sociais que emergem com a influência da internet apresentam-se, inequivocamente, em formatos fluidos e contingentes. Nesse âmbito, destaca que a própria evolução da tecnologia tem condições de impulsionar a construção de ferramentas de coleta e análise de dados capazes de apreender os movimentos comunicacionais, fazendo jus à necessidade de alinhamento entre ontologia, epistemologia e metodologia na pesquisa científica. O texto, ainda, problematiza questões relativas à construção teórico-conceitual da comunicação. Acredita-se que o relevo adquirido pelos dados, nos últimos anos, não deve apontar para um domínio do empírico sobre o teórico. Efetivamente, o fortalecimento da ciência da comunicação passa pela precisão e pelo cuidado com o uso de termos, modelos e referências teóricas historicamente consolidados na problematização e explicação do contemporâneo.

Palavras-chave
Big Data; epistemologia; mídias sociais; teoria da comunicação

Introduction

Can Big Data, upon the disruptive potential it presents to the organization forms of both society and science, generate inputs to the re-discussion of communication concepts and theories? This seemingly rhetorical question may be essential for a reflection on the future of communication science. About a century after the first theoretical elaborations on the communicational phenomenon and its effects on the psychic and social configurations of individuals in mass society, the ubiquity of messages and media, materialized by the appropriation we make of technology, generates intense debates that reaches all spheres of society.

Cukier and Myer-Schonberger (2013), Boyd and Crawford (2012) Coté, Gerbaudo and Pybus (2016) and Gil de Zúñiga (2015) are just some of the authors dedicated to the reflection on the strength of Big Data and algorithms in the conformation and reproduction of sociocultural practices. According to Kitchin (2017), there is increasing pressure to analyze critically how algorithms have interfered in the production of scientific knowledge. It is difficult, in fact, to identify a field that is not directly or indirectly affected by the speed, variety and volume of data production and its conversion into information with high diffusional power. From science to public health, from the banking system to the production of news: the amount of data spontaneously or compulsorily produced and then recorded by society grows in an unimagined fashion, generating new political regimes that have the potential to challenge existing social conventions. Something quite extraordinary is printed in social reality when, for example, a company like Google becomes a trustworthy base of knowledge to prevent and control a flu epidemic that had the potential to spread itself around the world (Cukier & Mayer-Schönberger, 2013; Helbing, 2015).

Thus, the objective of this text is to point out, in a preliminary way, critical points and paths for the communication researcher's practice today, given the vast possibilities of data collection and analysis enabled by internet platforms, tools and applications. The focus is on the impact of Big Data on epistemologies, theories and methods on which the researches that translate the reality of communication are based, through data coming from the diverse media and digital applications available to society today.

Big Data: circumscribing the meanings of the phenomenon to science

The exponential growth of research and articles that involve the measurement of social life through digital environments, such as social media platforms and open government data systems, reveals the pressing need for debate on epistemological and theoretical-methodological issues that data has helped to forge.

Coté, Gerbaudo and Pybus (2016), for example, place Big Data on the political spectrum that guides the manipulation of algorithmic data by social agents. From the more general question, about which power relations influence the knowledge generated by the analysis of digital data, the authors reflect critically on the meanings of Big Data appropriation by scientists. To them, there is no convincing arguments that favors an exempt knowledge and universal validities, guaranteed by the supposed neutrality and technical

objectivity of massive data collection from the internet. The Silicon Valley market power and its preponderant role in this new economic chain of production, the structural inequalities between data generation by citizens and their control by corporations, as well as the algorithm opacity that decides network configurations and user perceptions (Coté, Gerbaudo & Pybus, 2016) are just some of the signs that we have already entered a new interface in society's relationship with technology.

There is in the spirit of our time an urgency in understanding how the dyad of algorithms and Big Data can enable new social and cultural forms. One must understand how they are employed and develop a critical sense regarding their limits, capabilities, implications and possibilities. These technological arrangements provide a wide range of possibilities for knowledge, however, they also need to be understood facing the human aspects that guide formal procedures for pattern recognition, set programming parameters and generate data that eventually entails semantic gaps and prejudices (Uricchio, 2017; Kitchin, 2017).

At the same time, the domination mechanisms exercised by the capitalist monetization dynamics of digital data have been constantly stressed by the social agents themselves. That is, the uses and appropriations of data by economic and political spheres, because they have acquired enormous dimensions and influence, also become inputs to the constitution of knowledge, in the inevitable reflexive movement that governs individual and collective consciousness. Milan and van der Velden (2016) propose the concept of "data activism", the glimpse of a knowledge that escapes the reification of the future, based on a critical development of science and technology, inscribed by the researchers themselves. In this context, the increasing availability of data is seen as a powerful and unprecedented opportunity to bring about social change. "Data activism" supports the emergence of new epistemic cultures that "challenge the mainstream readings of reality" and "shape the way we relate to knowledge and its validation" (Milan & van der Velden, 2016, p. 63).

From the point of view of research on political communication in social media or digital social media platforms, Gil de Zúñiga (2015) also introduces a set of works that offer unique ways of combining methods and techniques related to Big Data that, in addition, take into account the ethical component of personal data use in the shaping of research processes. The author acknowledges, however, that knowing how to interpret the immensity of data provided by our digital footprints "remains an enormous challenge" (Gil de Zúñiga, 2015, p. 2). In our present context, are at stake notions such as the validity of scientific constructs, tests of hypotheses and generalization, that is, some of the paradigmatic canons of modern science. The mentioned authors are concerned with issues such as the elimination of theories as starting point for knowledge production, the loss of explanatory power of the structural dimension of society (Coté, Gerbaudo & Pybus, 2016), as well as models of data collection potentially capable of gathering endless digital databases (Gil de Zúñiga, 2015).

The reversal of methodological procedures that place collections and correlations of extensive data upon the social as maximized and improved expressions of knowledge is taken as an indicator of a macro-scientific revolution, in the sense Kuhn (1998) implied

to the term. Kitchin (2014) explores the extent to which Big Data leads to alternative epistemologies in the social sciences, based on a critical assessment of occurring changes in research practices. The author challenges the idea that emerges in this context of a purely inductive modus operandi in research, arguing that, rather than fostering empiricism over theoretical construction, data-driven science is a reconfigured version of the traditional scientific method. For this, however, data must be collected and interpreted in the light of relevant issues to existing knowledge. The disaggregated sets of "photographs", relating to specific circumstances and contexts of the digital reality, illustrating some kind of correlation on social traces, arranged on the internet and visualized by the researcher, do not necessarily answer theoretical-scientific questions.

The seductive aspect of Big Data-based research also asserts the construction of a mythology, according to the term used by Boyd and Crawford, which is based on the "widespread belief that large data sets offer a higher form of intelligence and knowledge that can generate insights there were previously impossible, with the aura of truth, objectivity and accuracy " (2012, p. 663). Such a symbolic dimension of data acts as a reinforcement to the illusion of informational comprehensiveness, representativeness and trustworthiness and tend to be held as ontological foundation, guiding and shaping scientific knowledge and its public diffusion. There is a guarantee of verisimilitude that underlies this new epistemology of highly empiricist bias, grounded in a profusion of exploratory dives into dataset mining on the internet. In this movement, however, Kitchin (2014, p. 5) warns that "data are examined through a particular lens that influence how they are interpreted" and, furthermore, that "correlations between variables within a data set can be random in nature and have no or little causal association".

The naturalization of ecological fallacies, pointed out by Kitchin (2014) as a potential risk to the epistemology of science that emerges within Big Data, is not an isolated issue for reflection. Among other observed challenges to traditional scientific field practices is the excessive individualization of search and data collection methods. This leads, in the extreme, to the incommensurability of the various analyzes and, therefore, to the impediment of critical procedures that form the basis upon which theories are tested and improved.

The autonomy given to researchers regarding the elaboration of their own tools for tracking, mining, collecting and analyzing data has the potential to become, paradoxically, what depletes modern science in one of its main forces – the possibility to evolve in truth searching through the comparison of results of investigative tests and hypothesis refutation. Because it emphasizes the empirical disposition on digital platforms and establishes it, a priori, as the truth to be unveiled, the customization of Big Data-based research individualizes scientific practice, transforming multiple reality frameworks into undisputed knowledge. The research results, particularized by algorithmic instruments that collect and systematize data, tend thus to lose the explanatory potential that is the hallmark of generalization and theory formulation.

Today, numerous laboratories and research groups around the world, dedicated to internet research and interested in exploring digitally stored data, have their own models

and digital data collection tools[1]. There is a profusion of algorithms created for selecting and combining social media data, and not all are open source. The growing interest in research on social networking on the internet (which has gained prominence in the field of communication's studies over the last decade) is reflected on the wide range of tools and software available exclusively for the treatment of this type of data, each which with its functionality, its path of algorithmic coding and aesthetic formulation[2].

Although this diversity of approaches represents an overcoming of models and techniques that limit the understanding of social reality, precisely because they are constructed from a perspective of control and fixity of that reality, in its static interpretative frameworks (and therefore incongruent with movement inherent to the communication), one must look for some characteristics that distinguish these research tools. The construction of technical devices for data capture and analysis is done by means of algorithms, whose heterogeneous and opaque form, possibly programmed to perform the function of artificial intelligence, has the potential to extend the beaconing intentions of its design. As Kitchin stresses it, algorithms work in multivariate ways, "need to be recognized as being ontogenetic, performative, and contingent: that is, they are never fixed in nature, but are emergent" (2017, p. 21). "Many algorithms are designed to be reactive and mutable to inputs" (Kitchin, 2017, p. 21), continually unfolding, through their artificial intelligence, new data and information to be interpreted.

Little is known, however, about the effects to science on Big Data manipulation, let alone our multiple forms of contemporary communication and the metadata mined from them by communication scientists. Because the algorithmic coding that boosts Big Data tends to be obscured by the aesthetics of their applications, software, and other technical devices, it is laborious to uncover the original intents that lead to the diffusion and sharing of data by various agents. Such directions depend after all on reverse translations of previously programmed codes. Kitchin (2017) also refers to the 'translation issue' in his critical review of algorithms. The programming of digital cyber spaces depends on two translations, mainly:

> the first is translating a task or problem into a structured formula with an appropriate rule set (pseudo-code). The second is translating this pseudo-code into source code that when compiled will perform the task or solve the problem. Both translations can be challenging, requiring the precise

[1] Among the many research centers operating today are The Citizen Lab, a laboratory at Munk School of Global Affairs, University of Toronto; The Social Media Lab of Ryerson University, also in Toronto, the Center for Digital Culture in Mexico; the Nordic Center for Internet and Society, University of Siegen, Germany; the Singapore Internet Research Center and Media Lab Research of the Massachusetts Institute of Technology (MIT) in the United States. In Brazil, counting only research centers focused on social media data, we can cite at least three, the Laboratory of Image and Cyberculture Studies (Labic), Universidade Federal do Espírito Santo; the Interdisciplinary Research Group on Social Network Analysis, Universidade Federal de Minas Gerais and the Laboratory of Media, Speech and Analysis of Social Networks (MIDIARS), Pelotas Catholic University. This list is not exhaustive, however.

[2] By way of illustration, the following tools, among many others, make up the list of alternatives for collecting, processing and analyzing internet data: NodeXL, iGraph, Netlytic, Uberlink, Issue Crawler, Gephi, Cosmos, Chorus, VT Tracker and Netvizz, the latter is specific for Facebook data collection. The resources and applications allowed are numerous, generating the most diverse analytical specificities.

> definition of what a task/problem is (logic), then breaking that down into a precise set of instructions, factoring in any contingencies such as how the algorithm should perform under different conditions (control). (Kitchin, 2017, p. 17)

Although it seems as an automatic construction process, effectively controllable, the challenge posed by algorithms and the profusion of data they drive is precisely that society could effectively commune with the translations carried out by programmers. This possible communication between the meanings of algorithms and the implications they bring to the organizational dynamics of society is one of the most underestimated needs of contemporary politics.

Given the presented panorama, the field of communication's research faces at least two broad categories of issues regarding its current and future developments. The first refers to a necessary alignment between ontology and research methodology, in the sense that Hall (2003) employed to discuss the foundations of comparative politics research. It is a question of reflecting on what seems to be the emergence of an epistemological orientation in communications sciences, whose maxim, despite having its focus on the technical development of the media, does not necessarily contemplate its implicit presuppositions and implications of use to the theoretical-methodological organization of the researches.

The second category, inevitably associated with the first, encompasses the fear of theory decline, favoring the datafication of reality in scientific research, as described above. In this context, it is pertinent to rethink the tendency towards the indiscriminate use of theoretical conceptions and concepts displaced from their original production circumstances, which describe and anachronistically design data sets and their communicational meanings. The argument is that this is one of the guarantees for the evolution of scientific knowledge in communication.

The experiences of social immersion in the internet have shown that we are facing a new context, with new demands and processes, permeated at all levels by the production, diffusion and seizure of data, in short by communications between these spheres. Web 3.0 configures itself as a kind of stage for these connections between data, a new dimension of space in which relationships happen in a diverse, dispersed and multiple way (Amaral, 2012). Arguably, there are not many points in common between communication as undertaken in the field of mass communications and that which emerges on the digital pathways. Given this perspective, it would be erroneous to interpret the latter reality based on theoretical-conceptual artifacts constituted to explain another communicational pattern of society.

About content generated by social agents in digital networks, for example, it is argued that "their potential classification, even with the formal variety and diversity of the platforms, goes beyond standardized categorizations" (Amaral, 2012, p. 142). If Big Data and the metadata that allows its configuration are the new support of social ties, as Amaral (2012) also argues, it is necessary to move swiftly in the comprehension about its semantics, about the senses imbedded in its conception and evolution.

This concern also refers to that one expressed by Shaldbolt, Hall and Berners-Lee (2006), risen from the increasing need to integrate digital data into common denominators of meaning. The semantic web advocated by the authors is perceived beyond the so-called "folksonomies", languages shared by a considerable number of people interested in replicating certain data through information, to reverberate it.

In information science, this organization of the information flow and shared construction of web semantics is characterized by the decentralization of access, and the ease through which data are spread through social media. The icons of these "folksonomies", however, are several. From hashtags to memes, various forms of aesthetic representation can represent the relational dynamics of data on the internet. However, it remains to be seen which are the similarities and parallels, the most appropriate comparisons to be made between these semantic sets, which enables their indexing to ontologies, as defined by Shaldbolt, Hall and Berners-Lee (2006). Ontologies, in this sense, are capable of removing the ambiguities between the countless paths through which data travel and are diffused in the digital space. These are more perennial semantics, upon which taxonomies are based, enabling the comprehension of the social in the context of the internet.

Through these intricacies, Big Data seems to be a promising phenomenon to understand the reality of contemporary social communication that, in addition, activates communication and its informational processes as a relevant theoretical and interpretative axis for the human and social sciences. The emergence of data as a dominant methodological paradigm reveals the convergence between the hard and soft sciences. In this scope of research that confronts the scientific practices, there is no way to ignore communication as a vital explanatorily component of the connections enabled today by the interrelations between individuals and data. However, it is necessary to inquire how the communicational phenomenon is conceived and diffused by the researchers in their constructions on what is outlined in and by the digital media and apparatuses.

Ontologies of communication and methodological research designs – some remarks

What communicational reality are the researchers talking about? What questions lead scientific investigations that are based on internet data?[3] Which ontology supports the methodological choices of the researcher? The argument here is that the angle from which the works based on Big Data are oriented helps to configure the methodological and theoretical paths of the investigations. For example, the prevalence of a communication's view as a static phenomenon, composed by fixed portraits of reality, located in predetermined and controlled plans of direct and impartial observation, induces a methodological research design that favors linear mechanisms of information circulation.

[3] It is important to reiterate that data from social networks platforms, or social media (according to the concept popularized in English), are just one kind of Big Data. Its growth as research topic has not been the sole task of communication scientists, but also of political scientists, anthropologists, psychologists, geographers, computer scientists, and academics from various fields of knowledge.

Similarly to what Hall (2003) has observed in international comparative policy research, we can say that in the field of communication, too, the value of the methods employed depends on its congruence with the way in which the researcher understands the causalities in the processes that are taken for analyzes. Thus, the capture of digital data at a given moment of time and in a specific context of performance represents exactly what, within the universe of possible communicational explanations? If the perspective of a linear reality in communication and the control of its results is what prevails ontologically in research, Big Data will have little to offer in terms of knowledge construction. This way to represent reality, as composed of fixed entities and organized a priori in linear forms of causes and consequences, is limited in its explanatory capacity. By denoting a way of thinking about how social reality works, such a world view incorporates linear models as representative patterns of reality (Abbott, 1998). Thus, in this perspective, epistemological advances will hardly be possible in terms of expanding the explanatory possibilities of the communicational phenomenon. Research that sees communication as a punctual phenomenon, situated in time, and more, sees its purpose as instrumental and controllable by the intentions of the issuer, creates a kind of paradox in the way they interpret digital data.

On internet, data and information seem to be able to be identified as units of a social complexity cut out by the most diverse variables and is therefore multilinear. Insofar as they are translated through textual, graphic, imaginary, auditory expressions and also through structures and architectures of relationship between nodes, the data collected in digital environments allow us to glimpse - and even represent - the power of human communication.

It is not a case of arguing that what happens on the internet in terms of social action and expression is fundamentally different from the processes already experienced in the "analog society". However, if we take the digital dimension of social existence as a starting point to explain it, there must be a careful and adequate adjustment between our interpretative inventories, hitherto accumulated as a scientific field, and this reflexive and constant reality, woven by individuals and organizations. The argument here is, therefore, toward the impossibility in sustaining the same conceptions about a communicational reality that prevailed in the twentieth century at this moment in history, in which the internet composes a significant part of the functioning of social life.

An epistemology based on complexity is much more coherent with the dynamics of social media, based on the nonlinear, multi-causal, and perpetual movements observed through the expression of tensions and connections in dispute. Relationship networks, such as Facebook and LinkedIn, combine with information platforms such as Twitter. Social networking blogs, such as Medium, have replaced the role of traditional websites as place for public and identitarian presentations by individuals and organizations, fostering the emergence and construction of a new media ecology, resulting from the growing proliferation of applications as identified by Amaral (2012) in her analysis on Web 3.0. Audiovisual content gains through Vimeo and YouTube meanings that vary depending on the perceptions and appropriations that the users make of them. Social media makes

more evident, in short, a whole range of variables that challenge the processes of communication, denoting more clearly the insufficiency of world representations imprisoned exclusively in punctual and self-centered manifestations of informative broadcasts. In case of platforms and mobile applications such as Snapchat, or in features in the type of Instagram and WhatsApp's stories, messages become effectively a literal representation of everyday life, in streamings edited and customized according to production contexts suitable for the issuer's world vision, as they continually transform by relationships they establish with external partners.

Circumscribing social media as an object of communications studies becomes, therefore, the great challenge of refining the available methods and tools in order to assure the possibility to apprehend the most varied dynamics of expression, the appropriations of technologies and their meanings by emitters and receptors, and also the communication improbabilities (Luhmann, 2006) that permeate digital reality. In this sense, initiatives such as that of Procter, Vis and Voss (2013) are inspiring, since they propose methods capable of incorporating in a more explicit way the interpretation and representation of virtual reality, the movement inherent to the disputes and confluences of meaning in the processes of social communication. The authors succeeded to elaborate a collection tool of Twitter posts (tweets and retweets), in which the algorithmic codification is capable to track the dynamics of disturbances, rumors and gossips in the platform. Moreover, the representation of the analytical results, in a timeline of messages emitted and passed on in Twitter, addresses the fluidity of information sharing actions (which comprise a portion of Big Data disposed in social media) with its capacity of diffusion and, in short, the disputes about its truthfulness and meanings.

In this way, communication scientists can find a privileged space for the application of innovative technological tools, capable of apprehending the paths of the emitted messages and especially their appropriation and resignification by the receiving instances. The 'interactive media critique devices' analyzed by Braga (2006) may finally, according to the methodological scopes, tools and techniques of data collection and analysis, improved with Big Data, become visible in their different layers of collective construction.

According to Martino (2009), the media news, constituted as revealing objects of communication or themes of public interest, crosses, with speed and sometimes unexpected directions, the daily life of the internet. To understand the mechanisms by which the news emerges in digital environments, whether as an expression of individual and organizational volitions, or as spontaneous events, intrinsic to the fluid dynamics of social relations, becomes a relevant research goal in the field of communication. The continued technological enhancement of digital data mining and analyses has the potential to create mapping instruments that cover more complete media communication frames, rendering their trajectories and spanning information emissions with their subsequent directions through social media. The paths opened and traced by the messages themselves would represent, in this sense, a digital architecture of the communicational space-time. Thus, the messages, with all their interpretive nuances, naturally emerging and changeable, would complete the complex analytical framework of communication in social media.

In this context, communication's research can finally overcome its instrumental bias, insofar as it incorporates in its descriptions and analyzes not only the intentionality of the emission, but also the vanishing points that escape attempts to regulate its meanings, as analyzed by Fausto Neto (2011). The instrumentalisation of media – which shaped the orthodoxy in the field of communication and still dominates its spheres of knowledge production directed by or for market and state institutions – is not congruent with the spontaneous processes of communication clearly observable throughout the internet.

Theories and concepts of communication from a social media angle

In this section of the text, the idea of Kitchin (2014) is retaken, for whom the paradigmatic revolution provided by Big Data cannot justify the absence of theoretical reflection. On the contrary, it is argued that the rise of a datafied society generates a propitious moment for the deepening and re-discussion about the validity of concepts and their epistemic assumptions. Problems and research questions grounded in theories should thus prevail as compasses guiding the empirical gaze, and not be discarded in the name of sovereigns "data that speak for themselves".

The continuous revisional exercise and debate about the theoretical-conceptual basis of the communication field is a guarantee of scientific knowledge validity, after all. It is assumed that this depends on the interpretational accuracy of the data, expressing feelings, worldviews, assertions, deliberate attempts at persuasion, as well as individual and collective actions. Ultimately, social media and the information they have on reality relate to a wide range of social expressions.

Thus, it is appropriate and urgent to discuss how classical conceptual and theoretical frameworks of communication can contribute to thinking about research issues involving Big Data, or how, in an inverse relation, the same theoretical repertoires can be rethought from social reality presented online. One of the starting points for reflection, according to previous arguments, is the very volatile, ephemeral and contingent nature of data production that permeates research endeavors. The numerous platforms and devices in which social agents can project their voices, images and concerted actions are the base of the data we manipulate. They are crossed and constructed by most diverse motivations and interests, that appear and disappear, as analyzable information, in uninterrupted and interconnected movements of individual and organizational expressions.

As outlined in the previous section, a most diverse array of social media compete for the attention of users, in a universe full of communicational possibilities, each with its materiality and symbolism. This scenario shows that lifestyles, priority interests in social communication, spatial location, economic conditions, among other factors, make up the list of variables that influence the dynamics of digital society. Cultural and national contexts can, for example, induce the use of one platform to the detriment of another. Twitter is a very interesting case in this sense. While in countries like the United States the platform is regarded as a thermometer of politics in the public sphere, in Brazil its

impact is not so comprehensive. On the other hand, studying the theme of contemporary politics in Brazil without including at least one mention of the prominent role of Facebook as a platform for public debate will fall short in giving the complete picture.

Therefore, in this multifaceted context, working in a tight manner with the concepts of emitter, medium, message and receiver, among others, disregarding the inherent movements of meaningful connections in digital media, seems to be counterproductive. A conceptual appropriation that shows well the dilemmas faced by theory is the idea of broadcasting, today applied to understand data generated in a digital, centralized and unidirectional informational network. It is believed that such a concept gives little value to the understanding of internet communication, since the data it normally designates can not necessarily reveal the seizure of information by an alleged audience, much less what is done out of this information. The notion of 'audience' as referred to groups of followers or friends, similar to a broadcasting type of emission, also put the receiving instance in a condition of passivity that goes back to theories such as the hypodermic needle. But can we really interpret the internet's configurations based on conceptual mechanisms that go back to the historical context of 20th century communication, and thus use primal concepts of the field to explain current reality?

It is appropriate to recall that from information, in its pure state, one cannot deduce communication, whose existence is tied to shared connections of meanings, mediated by technique and / or by individuals. Followers of a Facebook page should not be equated, therefore, with audiences of mass society, although the performance of companies such as Cambridge Analytica, based on psychometrics, takes on a great deal of importance in relation to traditional mass media, when it comes to the process of achieving attention and persuasion of individuals through personal data. As noted above, a linear, mechanical and emission-centered view of communication does not seem compatible with fugitive and impermanent processes that are understandable out of Big Data.

Thus, it is argued that the predominant theoretical paradigm for conducting social media research in this complex scenario that links the traditional contexts of mass communication to the digital contexts of reality production is that proposed by Luhmann (1995) (Figure 1). Communication, from this perspective, is only complete when issued information [Mitteilung] is systematically selected and understood [Verstehen], being able henceforth to generate new information and, potentially, new communication cycles.

It is precisely this idea of communication as a central element of social coordination – as unity materialized by uninterrupted cycles of production and deconstruction of meanings – that is best paired with the instantaneous exchange of data and information in social media or with the concomitance of emission and reception spheres, if we stay at traditional concepts of the field.



Figure 1: Communicational unity in the theory of Niklas Luhmann (1995)

Sbardelotto (2017), by other theoretical paths, presents a convergent idea to the Luhmannian perspective when he advocates the production-reception commutability in the processes of network circulation and "that such poles exist only reciprocally, constituting themselves mutually through the dynamics of circulation" (p .4). There would be no empirical support in this context for the reiteration of theoretical communication models in which instances of production and assimilation of information are isolated from each other. "In the circulatory flow of communication networks, specifically, the poles of production and reception do not disappear, but it is no longer possible to fix them in a specific social subject, such as media corporations or traditional social institutions" (Sbardelotto, 2017, p.19). The reality of digital life today is that it is possible for an agent to perform transmitter and receiver functions simultaneously. In addition, this agent can be false, artificially controlled by algorithms, or be representative of an organization, an ideological collective, etc. There are many facets of who produces and consumes information.

Without to exhauste the reflection on how communication theories and concepts can guide research in the context of increasing complexity revealed by the internet, it is worth a final reflection on the conceptual meaning of messages. Are we talking about messages in their conventional sense when we opt for research questions that focus on hashtags, conversations, shares, likes, photographs, audiovisual records or retweets in social media? This issue resumes the above argument about semantic web ontologies (Shaldbolt, Hall & Berners-Lee, 2006). Without determining the parameters on which digital spaces are constructed, it is difficult to understand how they can effectively favor social communication. The hypothesis is that the choice of the communication platform in which a message is expressed predisposes specific types of content and aesthetics, also consistent with its social use. This has consequences not only when formulating broader categorizations about the meanings of messages and their contents, along with their coupling to media (applications would now be only one of the media types), as well

as the articulation between this variable that "carries the meaning" and the social dimensions of its circulation.

It is fundamental to note, moreover, that meanings collectively constructed around messages can be interpreted in the light of different angles, starting from the original messages that reach the world, to the type of digital profile that diffused it initially and arriving at the configuration of the social network that sustained it for a while in evidence. These choices undoubtedly assume epistemological implications of more individualistic or holistic views of internet reality.

Concluding remarks

Last but not least, there is a reflexive note about the role of artificial intelligence, as well as the presence of so-called bots, in the production and circulation of information, and therefore in the communicational power of digital life. The issue emerges mainly through the evidence of influence that these systems have on political-electoral processes (Bessi & Ferrara, 2016), but whose implications have not yet been sufficiently debated on the scientific arena. Following Dusek's (2006) philosophical postulate, according to which all technological means of communication shape social experiences in some measure, it is here suggested the necessity to radically rethink the classic view of an exclusivity of human agency in communicational processes. An objectified view of the technology has to be questioned, based on the understanding that bots have acquired, in current contexts, capacity to express and to process information, since they are constituted as algorithms. As suggested above, out of the need to translate algorithmic codes for different contingencies, "developments in machine learning have enabled algorithms to self-optimize and generate their own improvements. They can now self-author and self-create" (Uricchio, 2017, p. 127). It is worth stressing that authorship and agency have become relative concepts. The heterodoxy of a theoretical conception that attributes to technique a potentially active role in the communicational processes is necessary, therefore, in the transcendent movement of scientific knowledge marked by the digital social life, but the validity of this assumption can only be measured in the course of procedures in collecting, systematization and analysis of Big Data. The analytical work on digital traces has hardly begun. If data science wants to live up to be the basic status of democracy, as Berners-Lee advocates in a recent interview (Baker, 2018), it will have to run preferably in the speed of the internet.

Translated by Leon Rabelo

Bibliographic references

Abbott, A. (1998). Transcending general linear reality. *Sociological Theory, 6*, 169-186.

Amaral, I. (2012). Participação em rede: do utilizador ao "consumer 2.0" e ao "prosumer". *Comunicação e Sociedade*, *22*, 131-147.

Baker, D. (2018). Is the internet broken? WIRED asks Tim Berners-Lee, Jimmy Wales, James Ball, Wendy Hall and more about how we could – and should – reset the net. Start again. *Wired*. Jan., UK Edition, 120-129.

Bessi, A. & Ferrara, E. (2016). Social bots distort the 2016 Presidential election online discussion. *First Monday*, *21*(11).

Boyd, D. & Crawford, K. (2012). Critical questions for Big Data. *Information, Communication & Society*, *15*(5), 662-679. doi: 10.1080/1369118X.2012.678878

Braga, J. L. (2006). *A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática.* São Paulo: Paulus.

Coté, M., Gerbaudo, P. & Pybus, J. (2016). Introduction: politics of big data. *Digital Culture & Society, 2*(2), 5-15. doi: 10.14361/dcs-2016-0202

Cukier, K. & Mayer-Schönberger, V. (2013). *Big Data: a revolution that will transform how we live, work and think*. New York: Houghton Mifflin Harcourt.

Dusek, V. (2006). *Philosophy of technology: an introduction*. Malden, MA: Blackwell Publishing.

Fausto Neto, A. (2011). Comunicação das organizações: da vigilância aos pontos de fuga. In I. Oliveira & A. Soares (Eds.), *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações* (pp. 43-67). São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio.

Gil de Zúñiga, H. (2015). Citizenship, social media, and big data: current and future research in the social sciences. *Social Science Computer Review*, 1-7. doi: 10.1177/0894439315619589

Hall, P. A. (2003). Aligning ontology and methodology in comparative research. In J. Mahoney & D. Rueschemeyer (Eds.), *Comparative historical analysis in the Social Sciences* (pp. 373-404). Cambridge: Cambridge University Press.

Helbing, D. (2015). *The automation of society is next. How to survive the digital revolution*. Charleston: CreateSpace Independent Publishing Platform.

Kitchin, R. (2014). Big Data, new epistemologies and paradigm shifts. *Big Data & Society*, April-June, 1-12. doi: 10.1177/2053951714528481

Kitchin, R. (2017). Thinking critically about and researching algorithms. *Information, Communication & Society, 20*(1), 14-29. doi: 10.1080/1369118X.2016.1154087

Kuhn, T. (1998). *A estrutura das revoluções científicas.* São Paulo: Perspectiva.

Luhmann, N. (1995). *Social systems*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Luhmann, N. (2006). *A improbabilidade da comunicação*. Lisbon: Vega.

Martino, L. C. (2009, june). *Atualidade mediática: o conceito e suas dimensõe*s. Paper presented at XVIII Compós - Encontro da Associação Brasileira de Programas de Pós-graduação em Comunicação, Belo Horizonte.

Milan, S. & van der Velden, L. (2016). The alternative epistemologies of data activism. *Digital Culture & Society, 2*(2), 57-74. doi: 10.14361/dcs-2016-0205

Procter, R., Vis, F. & Voss, A. (2013). Reading the riots on Twitter: methodological innovation for the analysis of big data. *International Journal of Social Research Methodology*, *16*(3), 197-214. doi: 10.1080/13645579.2013.774172

Shaldbolt, N., Hall, W. & Berners-Lee, T. (2006). The semantic web revisited. *IEEE Inteligent Systems*, mai/jun, 96-101.

Sbardelotto, M. (2017, june). *Circulação em rede: a comutabilidade dos polos de produção e recepção no fluxo comunicacional digital*. Paper presented at XXVI Compós - Encontro da Associação Brasileira de Programas de Pós-graduação em Comunicação, São Paulo.

Uricchio, W. (2017). Data, culture and the ambivalence of algorithms. In M. T. Schäfer & K. van Es. (Eds.), *The Datafied Society, Studying Culture Through Data* (pp. 125-137) Amsterdam, Amsterdam University Press.

Biographical note

Ana Thereza Nogueira Soares is PhD candidate in Communication Sciences at the University of Brasília – UnB, Brazil. She is linked to the research line of Communication Theories and Technologies and to the research groups Organizational Communication and Systemic Thinking – COMSiS and Communication, Technology and Politics – CTPol. Her research interests are focused on communication phenomena undertaken in the context of civil society organizations and movements, especially considering their forms of expression and communication in the digital space.

E-mail: anatsoares@gmail.com

Address: SQN 411, Bloco E, ap. 304 CEP: 70866-050. Brasília-DF. Brazil

*** Submitted: 30.11.2017**

*** Accepted: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 183 – 198
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2913

Potencialidades e limitações da metodologia de análise de rede: um modelo teórico voltado para as Ciências Sociais

Francisco Conrado Filho & Luís António Santos

Resumo

Este artigo procura discutir o lugar da análise de rede dentro das Ciências Sociais, não somente como uma simples ferramenta de investigação metodológica, mas também na perspetiva de um campo de investigação com teorias próprias e consolidadas. Enquadrar a sua utilização significa discutir o seu papel na análise e compreensão de objetos por um campo que sofre, às vezes, acusações de ser bastante tecnicista. Apesar de impulsionado pelas novas tecnologias de comunicação e pelos média sociais, em particular, a análise de rede tem um espectro de utilização muito mais alargado, pelo que pretendemos apresentar algumas das abordagens possíveis na investigação em Ciências Sociais. Por último, tratando-se de uma metodologia interdisciplinar por natureza, acautelamos alguns dos seus riscos e enviesamentos.

Palavras-chave
Análise de rede; Ciências Sociais; média sociais; metodologias

Abstract

This paper explores the potentialities and limitations of network analysis, not only as a methodological tool that may be used in Social Science research but also as a separate discipline, with its own well-tested theories. Providing a framework for the use of network analysis involves discussing the role that it can play in understanding objects using a field that is sometimes accused of being too technical. Despite the fact that it has increased in popularity over recent years, driven by new communication technologies and especially social media channels, network analysis has a much broader use, and we therefore aim to demonstrate some innovative approaches that may be used in Social Science research. Finally, because it is an interdisciplinary methodology, we discuss some of the associated risks and biases.

Keywords
Methodologies; network analysis; social media; Social Sciences

Introdução

Novos tempos trazem novos desafios e com eles novas metodologias de investigação são criadas, reestruturadas ou simplesmente retomadas na tentativa de explicar determinada realidade. A metodologia de análise de rede é apenas mais um desses exemplos de reapropriação para explicar novos contextos, que acabou por crescer e criar o seu próprio campo de investigação. Longe de ser uma metodologia recente, a análise

de rede veio a alcançar a sua maturidade ainda na década de 1970. Contudo, só na última década viu o seu alcance crescer exponencialmente por investigadores das mais diversas áreas, muito devido a dois fatores fundamentais: o acesso às ferramentas e a grande popularização do conceito de redes. É o que podemos depreender da defesa de Watts sobre a agora chamada Ciência das Redes:

> impulsionado pelo rápido crescimento e disponibilização de computadores cada vez mais potentes e económicos, além da capacidade de armazenamento de base de dados de grande escala, investigadores das áreas da Matemática, Biologia e Ciências Sociais realizaram avanços substanciais no número de problemas até então intratáveis, reformulando ideias antigas, introduzindo novas técnicas e encontrando relações entre o que até então pareciam problemas completamente díspares. O resultado está a ser chamado de a nova Ciência das Redes. (2004, p. 243)

Para este artigo interessa-nos sobretudo centrar atenções no conceito de rede e na sua aplicação dentro do campo das Ciências Sociais. Tentaremos demonstrar que a análise das redes não é apenas uma mera ferramenta descritiva e quantitativa e, para esse fim, vamos resgatar conceitos da recente formulada Ciência das Redes.

Quem olhe para todo o aparato de ferramentas de análise de rede que existe hoje, muito dele vocacionado para o estudo dos média sociais, pode ficar com a impressão de que se trata de um campo muito mais ligado às Ciências Exatas do que às Ciências Sociais. O engano é compreensível, mas não sendo o nosso objetivo debruçar-nos aqui sobre a história da análise de rede, é importante apenas relembrar que essa metodologia nasceu no seio da Sociologia e da Antropologia, tendo sempre sido utilizada por esses domínios do saber para explicar a intricada teia de relações e influências sociais entre determinados atores e instituições. Apesar da aparência em contrário, a análise de rede está intimamente ligada às Ciências Sociais. É por isso que nos interessa discutir o seu papel e valor.

Ainda como nota inicial, é importante salientar que quando nos referimos a análise de rede no seu sentindo lato, ao invés da mais comum análise de rede social, é para evitar a ambiguidade que o termo gera com o conceito de redes sociais em português. As referidas redes sociais podem ser tanto as de natureza *online* como as baseadas na experiência observada do quotidiano. A explicação para a visão tecnicista do conceito de redes advém principalmente do facto de que, ao falar-se em redes sociais, muitos são levados a crer que estamos a falar de plataformas como Facebook, Twitter, Instagram e, por isso mesmo, atribuem uma conotação mais voltada para a tecnologia do que aquela que o termo realmente indica. Para evitar ambiguidades, quando nos referirmos às redes sociais *online*, utilizaremos o termo média social. Entre outras razões, por ser o termo mais adequado para explicar o papel que essas plataformas desempenham na dieta mediática. Já não só cumprem a função de criar laços sociais entre os utilizadores, como também são utilizadas para atividades paralelas (Amaral, 2012). Para uma melhor compreensão desse conceito, basta referir Fuchs:

> média social é um termo complexo que envolve diferentes camadas. O Facebook contém muito conteúdo (informação) e é também uma ferramenta para comunicação e para a manutenção e criação de comunidades. É apenas em menor grau uma ferramenta de trabalho colaborativo, mas envolve pelo menos três tipos de sociabilidade: cognição, comunicação e comunidade. (2014, p. 6)

Feito este esclarecimento, antes de adentrarmos na perspetiva de rede convém primeiro elucidar o seu conceito e discutir o que representam as redes exatamente.

Rede social: um conceito

Rede, em última instância, pode ser entendida como sendo o contexto, isto é, toda a estrutura social que reúne os atores e as instituições que contribuem, competem ou convergem de certo modo para os eventos que estão a ser observados. Wasserman e Faust (1994) afirmam que, desde uma perspetiva de rede, toda a sociedade pode ser expressa como um conjunto de padrões e regularidades observadas no comportamento dos seus indivíduos. O termo rede abre, portanto, espaço para um grande número de representações distintas da realidade. Como fica patente na descrição de Serrat:

> as redes sociais são nós de indivíduos, grupos, organizações e sistemas relacionados que se entrelaçam através de um ou mais tipos de interdependência: essas incluem valores partilhados, visões e ideias; contactos sociais; parentesco; conflito; transações comerciais; trocas; associação conjunta em organizações; além de participações de grupo em eventos, entre inúmeros outros aspetos das relações humanas. (2017, p. 39)

Para Molina (2009), a palavra rede é, inclusivamente, a representação metafórica perfeita da complexidade que envolve os atores sociais. Sendo, portanto, a sua representação visual não só obrigatória como o elo de aproximação entre a metáfora e o conceito estudado. Desde essa perspetiva, não nos é difícil perceber que todos os indivíduos integram redes de influência, estejam eles conscientes ou não, e as suas ações podem ser mais bem entendidas através da análise das suas relações do que através dos seus atributos individuais.

A ênfase dada à dinâmica das relações não é de agora. No século XIX, Émile Durkheim, um dos nomes basilares da Sociologia, concebia as sociedades como sistemas biológicos e que, como tal, poderiam ser estudadas através do padrão das relações que se originavam no seu seio (Borgatti, Mehra & Labianca, 2009). Essas regularidades deveriam ser entendidas como as estruturas que possibilitariam a ação individual e, consequentemente, o estudo dos atributos dos indivíduos passaria antes pela compreensão da estrutura no qual se encontram inseridos.

O que parecia apenas como uma metáfora intuitiva passou décadas mais tarde a ser formalizada através da incorporação de elementos advindos da Teoria dos Grafos. Foi quando se passou a identificar características morfológicas das redes e se estabeleceu

que estas estão intrinsecamente relacionadas com o comportamento dos seus indivíduos (Lemieux & Ouimet, 2012).

Moreno será considerado aquele que primeiro concebeu a ideia de aplicar o estudo das redes para explicar o comportamento individual, naquilo que ficou conhecido como sociometria: uma técnica de visualizar graficamente as ligações, mesmo que subjetivas, entre os atores (Moreno, 1934). Desde então, o campo floresceu com a incorporação das matrizes, da já mencionada teoria dos grafos, como também de conceitos da Psicologia e Sociologia.

Foi no seguimento destas incorporações que o que era concebido apenas como uma metodologia, no sentido em que se tratava de um conjunto de procedimentos para a análise de um determinado objeto, passou a ser reconhecido como uma perspetiva teórica com as suas próprias formulações e os seus próprios conceitos e teorias. Foi importante o trabalho de autores como Watts e Strogatz (1998) na formulação do conceito de redes dinâmicas, ao afirmarem que as redes não apresentam comportamento ordenado ou aleatório, mas exibem importantes propriedades dos dois conceitos, sendo essas propriedades extrapoladas através de modelos matemáticos relativamente simples. Outro trabalho que veio refundar a visão acerca das redes foi o de Barabási e Albert (1999) e os modelos de escala livre e de ligação preferencial entre os atores, que passaram a ser conhecidos como a lei de potência [power law]. Esses conceitos, essencialmente matemáticos, encontram rapidamente lastro dentro das Ciências Sociais. Por exemplo, a lei de potência defende que as redes evoluem com base em princípios de ligação preferencial, ou seja, dentro de uma lógica do rico que fica cada vez mais rico, os nós mais populares tendem a atrair mais ligações do que outros. Aplicado às Ciências Sociais, encontramos uma ligação direta com o conceito de "capital social" (que mais adiante trataremos com mais pormenor).

São estes princípios partilhados entre os mais variados sistemas que levam diversos autores a afirmar que uma nova perspetiva teórica está a ser desenvolvida (Barabási, 2002; Buchanan, 2002; Watts, 2003). Uma perspetiva não confinada apenas ao estudo dos objetos matemáticos, mas também dos organismos biológicos e das organizações sociais. Uma ideia que, como já demonstrámos, retrocede a Durkheim.

Barabási (2016) segue nessa mesma linha ao afirmar que a chave para a descoberta da Ciência de Rede advém do facto de que a arquitetura das redes, a emergir nos mais diferentes domínios da ciência, prova de que estas são governadas pelos mesmos princípios organizadores e, portanto, são passíveis de partilharem as mesmas ferramentas de exploração matemática.

Com isso podemos perceber que o termo rede serve para descrever tanto as comunidades indígenas, os agregados urbanos, as plataformas de partilha *online*, como uma instalação elétrica e a malha ferroviária de um país. Foi esta maleabilidade do conceito que conferiu à ideia de rede a sua vocação interdisciplinar. A fácil representação gráfica através de pontos e traços dá-se ao uso dos mais variados sistemas: um ator social, uma instituição, uma bactéria, um apeadeiro. Para não mencionarmos a conversão desses elementos em categorias mais genéricas, algo que será discutido mais adiante no texto.

Consequentemente, sempre que houver alguma relação de interdependência entre os objetos analisados, a perspetiva de rede poderá ser aplicada. A questão torna-se ainda mais relevante quando saímos do campo das aplicações matemáticas e trabalhamos as perspetivas teóricas que informam a construção de uma rede, como é o caso da construção das identidades, dos princípios de transitividade, da homofilia, dos buracos estruturais e da teoria do mundo pequeno, entre outras.

Rede social: uma perspetiva

Por muito que se discuta se a perspetiva de redes será apenas uma metodologia com pretensões de novo campo do conhecimento, alguns elementos contribuem para a constatação de que não estamos apenas diante de um conjunto elaborado de técnicas para análise de um determinado fenómeno. Borgatti, Mehra e Labianca (2009) identificam que essas críticas não são de agora e baseiam-se em dois pontos: a falta de teorias próprias e um carácter essencialmente descritivo.

Antes de mais, a acusação de falta de teorias nativas não somente é errónea como não reconhece o papel crucial que muitas destas teorias exerceram na explicação de diversos fenómenos. Segundo, pelo facto de que o pedir de empréstimo teorias e conceitos de outros campos, em última instância, demonstra o papel transdisciplinar e, portanto, o reconhecimento de que existem princípios fundamentais que encontram lastro nos mais variados campos de investigação. Para além do facto de que a Ciência sempre funcionou como catalisadora dos mais diversos conhecimentos. Como o nosso foco são as Ciências Sociais, vamos mencionar algumas das teorias transversais que ajudam a demonstrar que a perspetiva de rede pode ser aplicada em outros contextos.

Construção de identidades

A potência da alteridade é o que sociólogos como Viveiros de Castro (2002) e Stuart Hall (2000) chamam ao processo de construção da identidade através do contacto direto com o outro. As noções de subjetividade nascem no momento em que nos defrontamos com diferentes perspetivas. É deste modo que as identidades de povos e nações são socialmente construídas (Ashmore, Jussim & Wilder, 2001). Viveiros de Castro procura explicitar o seu conceito com o exemplo da questão do eu dentro das comunidades ao afirmar que "se penso, então também sou o outro" (2010, p. 117).

O que os autores claramente procuram afirmar é que existe uma teia de relações que são criadas pelo indivíduo, no momento em que este procura definir a sua identidade. Atendendo ao que afirmámos anteriormente - que qualquer relação de interdependência pode ser analisada como uma rede -, estamos a dizer, em última instância, que a análise de rede permite não só a compreensão de um determinado fenómeno, como também, e essa é a conclusão da linha de raciocínio iniciada anteriormente, a análise da construção das identidades dos seus participantes. Na medida que a unidade básica de análise de rede são as díades (ligação entre pelo menos dois indivíduos), a construção

das identidades dá-se numa negociação de valores entre os atores dentro de uma rede, que pode ser descrita através de princípios da Ciência das Redes.

É importante frisar que a complementaridade de métodos é o ideal numa investigação com este escopo. Tanto é que os conceitos usados para explicar as dinâmicas sociais também serão os mesmos usados para compreender as regularidades encontradas nas redes como a lei de potência de Barabási (1999) ou o caracter dinâmico e instável das redes de Watts e Strogatz (1998).

Capital social

Outro exemplo disso é a forma como a influência segue um padrão que pode ser descrito na forma de rede. Foucault (2004) discutia a microfísica do poder, mas deixava claro que essa teia de influências é tecida em conjunto e nunca no vácuo. O poder social hoje em dia não reside apenas nos indivíduos ou nas instituições democráticas, mas também na estrutura que possibilita a sociedade como um todo. Para compreender este fenómeno, podemos adotar dois focos diferentes: usar a análise de rede para tentar compreender as relações entre os atores dessa rede ou procurar correlações entre as características atributivas de cada um dos atores, na tentativa de explicar as suas ações.

Falamos em relações de poder e influências, porque estes são dois conceitos que não podem ser esquecidos quando olhamos para uma rede social e a tentamos compreender. Inúmeros estudos têm procurado responder à questão de saber como a influência se demonstra nas redes (Huffaker, 2010; Meyerowitz, 1999), seja através do capital social que determinados atores adquiriram (Bourdieu, 1986), seja através da construção de comunidades imaginadas de partilha (Anderson, 1991), ou seja, ainda, através das forças dos laços fracos (Granovetter, 1983). Este último aspeto é apontado como uma das principais teorias que impulsionaram a perspetiva de rede.

Teoria da força dos laços fracos

Um exemplo de abordagem distinta da análise de rede em relação às metodologias mais tradicionais das Ciências Sociais está relacionado com a forma como as redes são construídas e evoluem ao longo do tempo. Granovetter (1983) defendia que laços sociais fortes teriam reflexo numa redundância da informação que circula dentro de um determinado grupo ou comunidade trazendo, por conseguinte, estabilidade à rede. Porém, sendo de conhecimento que as redes são dinâmicas, podemos encontrar alterações na estrutura inicial de uma comunidade quando uma informação nova é trazida para dentro desse grupo. Essa informação geralmente é passada através dos laços mais fracos, ou seja, conhecidos que não partilham o mesmo nível de conhecimento mútuo dos outros. Na análise de rede, este conceito teve expressão na teoria de que as pessoas a quem alguém está conectado e a intensidade dessas conexões são determinantes no acesso a diferentes recursos. A intensidade das conexões como também a sua direcionalidade são dois conceitos nativos da análise de rede.

Os buracos estruturais

O buraco estrutural é outra importante teoria que levou à formulação de um conjunto de conceitos como o de centralidade e posição do ator dentro de uma rede. Se numa rede com três elementos dois deles não tiverem ligação direta entre si ficam dependentes da intermediação de um terceiro – segundo Burt (1987) estamos diante de um buraco estrutural. Os buracos estruturais e a força dos laços fracos são importantes conceitos que ajudam a explicar o desenvolvimento de uma rede. Na tentativa de calcular tais abordagens, Freeman (1979) desenvolveu algumas medidas de centralidade tais como as medidas de intermediação, proximidade e grau, que traduzem esses conceitos para a análise de rede.

A necessidade de recorrer a métricas para caracterizar determinados atores é frequentemente apresentada como negativa em argumentações variadas que convergem num ponto – estamos perante ferramentas com interesse meramente quantitativo. Se bem que é verdade que estaremos a quantificar as relações encontradas dentro de uma determinada comunidade, em última instância o que interessa ao investigador é perceber as dinâmicas ali envolvidas.

Podemos concluir que explicar um fenômeno através da análise de rede faz com que o investigador assuma de antemão algumas perspetivas teóricas. São estas perspetivas que não podem ser ignoradas durante a leitura dos dados e representam um breve sumário do que foi até aqui discutido:

1. Todos os dados relacionais podem ser traduzidos numa rede, já que as redes são estruturas de interdependências (Wasserman & Faust, 1994).
2. Toda a nossa organização social está assente em redes estruturais que foram estabelecidas previamente (Durkheim, 1996).
3. Por conta das influências sociais, as redes nunca são estáticas. Estamos a trabalhar com retratos temporários de um determinado acontecimento. As influências traduzem-se nas dinâmicas de poder (Barabási & Albert, 1999; Watts & Strogatz, 1998).
4. O capital social talvez seja o principal elemento que explica as relações de poder existentes dentro de certas comunidades (Recuero, 2009; Wellman, Hasse, Witte & Hampton, 2001).
5. Por último, vale ressaltar que o comportamento de certos grupos será sempre a soma dos fatores acima mencionados (Watts, 2009).

Num estudo anterior, propusemos que a interação social assumia a forma de um fractal (Conrado Filho & Santos, 2015). Agora percebemos que o fractal nada mais é do que uma forma bastante complexa de estruturar uma dada rede. Não importando o formato que essa estrutura possa vir a ter (seja ela fractal, espiral, ou um simples organograma), estaremos sempre a descrever o comportamento dos indivíduos como uma rede de ligações, até porque o formato de uma rede é apenas incidental às suas dinâmicas no momento da coleta dos dados.

Análise de rede nas Ciências Sociais: modelos e abordagens

Discutidos os conceitos e algumas perspetivas de rede existentes, importa perceber de que forma podem ser operacionalizados no âmbito de uma investigação em análise de rede. Antes de mais, é necessário estabelecer de que forma será a rede interpretada. Se será levada em consideração a sua totalidade ou apenas a posição pessoal de um determinado ator (ou como o chamaremos aqui, ego).

Molina (2009) propõe dividir estas duas visões entre modelos de abordagens estruturalistas e formalistas, no que divergiremos em termos de nomenclatura, mas não da ideia a ser defendida, já que as duas terminologias levam, em termos teóricos, a sobreposições concetuais. Para isso, basta irmos à definição de estruturalismo tal como defendida por Lévi-Strauss (1949). Segundo este, o conceito de estrutura social está associado às noções ou categorias universais da cultura e da linguística. Ou seja, o não atomismo, mas a compreensão das relações na sua totalidade e não pelas partes. Neste sentido, a forma das estruturas é preponderante aos elementos que a compõem.

O formalismo está associado às artes, matemática e filosofia, enfatizando a forma sobre o conteúdo (Erlich, 1973). Em última instância, observar a estrutura e a forma de uma rede são conceitos que se sobrepõem e, por isso mesmo, redundantes.

Por conta dessa divergência, adotamos a nomenclatura macro, ou sociocentrada, e micro, ou egocentrada, para indicar formalistas e estruturalistas, respetivamente, dentro da análise de rede. No fundo, este nosso diferendo com Molina está mais ligado à forma do que ao conteúdo, já que concordamos com as definições dos dois modelos de abordagens apresentados.

Modelo de abordagem macro (sociocentrada)

Na abordagem macro, ou sociocentrada, põe-se enfâse no todo e não apenas nos atores que compõem a rede. Garton, Haythornwaite e Wellman fornecem uma descrição mais precisa ao afirmar que as abordagens macro

> consideram a totalidade da rede baseada em algum critério de fronteira populacional tal como as organizações, os departamentos, os clubes ou o parentesco. Esta abordagem considera tanto a ocorrência como a não ocorrência de relações entre todos os membros da população. Uma abordagem sociocentrada descreve os laços de todos os membros da comunidade com todos os outros (2006, § 20).

Em termos práticos, isto significa que ao olhar para uma comunidade interessa ao investigador ter em conta a sua totalidade e calcular as medidas de centralidade de toda a rede.

Um dos aspetos importantes na análise de rede é perceber o quão densamente conectada está determinada comunidade. Essa medida só pode ser calculada se for tomado como referência todo o grupo. Deste modo, é possível identificar buracos estruturais e atores em posições dominantes (que, de acordo com Lemieux e Ouimet (2012), podem ser dominante, semi-dominante, subdominante, dominado, sub-dominado e isolado).

É importante referir que estas leituras só fazem sentido quando há interesse em perceber a rede na sua totalidade. Um exemplo bastante comum na área da comunicação é a análise de dados dos média sociais como o Twitter. Na leitura de dados que se faz de eventos dessa rede, é de extrema importância perceber que atores se destacaram e influenciaram a sua dinâmica. Esse tipo de leitura só poderá ser realizada se adotarmos uma perspetiva macro, sendo que a importância relativa de um determinado ator está diretamente relacionada com a sua posição dentro da rede.

Outra forma de se conceber uma explicação para uma abordagem sociocentrada é através das medidas de centralidade. Uma das maneiras mais imediatas de se abordar uma base de dados é procurar os elementos de destaque na rede através das medidas de centralidade (intermediação, proximidade e vetor próprio, por exemplo). Estas medidas apontam os atores com maior destaque em determinada função. Barabási (2016) afirma que não é difícil perceber que numa rede nem todos os atores possuem o mesmo destaque. A vantagem desta abordagem é a de desvelar quem são os atores em posições privilegiadas dentro de uma estrutura e, com isso, apontar caminhos ou hipóteses sobre a forma como essa rede funciona. É importante ressaltar que as medidas de centralidade servem para indicar a presença de relações de relevo.

Obviamente que quando esta abordagem foi concebida ainda não se tinha acesso às ferramentas de coleta de dados automáticas, como é o caso dos *scripts* que, em contacto com as API (Application Programming Interface) de plataformas como Facebook ou Twitter, são capazes de produzir redes com milhares de elementos em simultâneo. Estes processos de Big Data dão novo significado e relevo às abordagens sociocêntricas.

Modelo de abordagem micro (egocêntricas)

Quando o interesse de investigação recai sobre o indivíduo (ego) e as relações que este desenvolve dentro de uma determinada rede, estamos diante de uma abordagem micro ou egocêntrica. Mais uma vez, recorremos a Garton et al. para definir este modelo:

> uma das abordagens considera as relações relatadas pelo indivíduo. Estas redes egocêntricas (ou pessoais) fornecem uma visão ptolemaica das redes desde a perspetiva das pessoas (egos) no centro das suas próprias redes. Os membros da rede são definidos em função da sua relação específica com o ego. (2006, § 19)

Como se percebe, esta abordagem está interessada nas ligações individuais de um determinado ator e no modo como essas relações ajudam a definir o seu comportamento. Os outros atores dessa rede são encarados como elementos que ajudam a definir o ego, não por conta dos seus atributos individuais, mas pela relação que estabelecem.

Esta abordagem foi durante anos a mais popular, pelo facto de ser mais facilmente construída. Baseia-se em grande parte no relatório pessoal que o ego fornece das suas ligações sociais. Neste caso específico, por exemplo, não existe necessidade de calcular medidas de centralidade para toda a rede pelo facto de que as únicas relevantes são as

estabelecidas diretamente entre o Ego e os outros. Nesse sentido, para as redes egocêntricas não há interesse em saber se existe relação entre os outros elementos da rede. Um exemplo disso pode ser expresso na seguinte forma: sendo A o nosso ego e sendo B e C os outros que compõem a rede de ligações do ator A, não me interessa saber se B e C estão conectados e qual o tipo de relação que podem ter.

Na Antropologia, este tipo de análise serve para comparar diferentes redes micro e depois perceber a sua relação com a perceção que dela fazem os seus membros; a partir desta comparação podem fazer-se inferências sobre a real configuração social do grupo.

Os dados são coletados através da observação direta, da realização de entrevistas ou da aplicação de inquéritos aos participantes, numa lógica de bola de neve.

Modelação em bloco [blockmodeling]

As modelações em bloco (ou modelos reduzidos) são aplicadas quando se pretende colapsar uma rede complexa em busca de um denominador comum. Este tipo de análise foi primeiro desenvolvida por Lorrain e White (1971), na tentativa de agregar atores que possuíam funções estruturais equivalentes dentro de uma rede. Nesta abordagem, pode partir-se tanto de um modelo micro, quanto macro (mais comum), sendo o mais importante a definição dos papéis desempenhados por cada um dos atores envolvidos.

Desse modo, interpretamos a rede não como um conjunto de atores individuais, mas antes como sendo composta por um conjunto de papéis que são desempenhados para a sua manutenção. A unidade básica de análise deixa de ser o ego e passa a ser o conjunto de atores que desempenham função semelhante.

É bem documentado que os atores que desempenham papéis estruturais semelhantes tendem a dar respostas muito parecidas, quando confrontados com os mesmos tipos de situações (Burt, 1987).

Outro modo de se conceber a modelação em bloco é o de partição da rede, de acordo com critérios bem definidos. É importante distinguir entre a modelação em bloco por estruturas equivalentes, como foi acima mencionado, e a modelação em bloco por equivalência regular. De acordo com Doreian, Batagelj e Ferligoj (2005), este tipo de modelo engloba um conjunto de procedimentos empíricos e é baseado na noção de que as unidades dentro de uma rede podem ser agrupadas desde que apresentem alguma equivalência em termos definidos de antemão. Desse modo, podemos encarar a questão das equivalências ou como sendo diferentes unidades que apresentam o mesmo padrão de ligação com os mesmos atores ou como sendo as diferentes unidades que apresentam o mesmo padrão de ligação, mas com atores também diferentes entre si (Faust, 1998).

Um exemplo básico poderia ser o seguinte: dentro de uma empresa, o conjunto dos atores A, B e C são supervisores num dado departamento. O departamento ainda é composto pelos atores D, E, F e G. Ao partir a rede em blocos, num dos blocos teremos os supervisores e no outro teremos os restantes funcionários. Isto porque os atores A, B e C, apesar de diferentes, estabelecem o mesmo tipo de relação com os mesmos atores D, E, F e G.

O outro modo de construir o modelo reduzido dessa mesma rede seria imaginarmos diferentes departamentos, onde cada uma das chefias estabelece ligações especificadas com os funcionários, como descrito em cima no texto. Obviamente que as chefias dos restantes departamentos não desenvolvem relações diretas com o mesmo conjunto de funcionários. Desse modo, apesar de diferentes, a equivalência ainda pode ser realizada na medida em que a relação supervisor-funcionário continuará a ser a mesma, independentemente do departamento em que se encontram. Resulta assim claro que quando falamos em analisar redes podemos estar a falar num espectro alargado de tipologias e, relativamente a cada uma delas, será possível adotar diferentes estratégias de enquadramento, coleta e preparação dos dados.

Assim sendo, o correto enquadramento da pergunta de partida determinará o tipo de abordagem ou modelo utilizado na sua interpretação. Esta ideia vale tanto para o caso dos estudos de eventos online como para o estudo das formas de organização de uma determinada comunidade ou grupo. Estabelecida esta noção, resta reconhecer que a única diferença residirá nas formas de coleta destes mesmos dados que, em alguns casos, será automatizada e, em outros, manual. O objetivo final será sempre o de construir uma matriz que possibilite a utilização da teoria dos grafos e das teorias de rede para explicar o objeto em questão.

Limitações da análise

Uma das principais limitações da análise de rede acontece logo no momento da coleta de dados. Sobre a coleta manual é fácil perceber como esta é realizada: através de questionários, entrevistas ou mesmo observação não-participante de um conjunto de atores. Como, por exemplo, o comportamento dos alunos dentro de uma escola, as influências dentro de um escritório de trabalho, as relações de amizade entre músicos de diferentes bandas, para citarmos apenas alguns exemplos.

Entre as vantagens deste tipo de coleta destaca-se a fiabilidade dos dados, já que, antes de serem colocados na base de dados, estes são verificados pelo investigador (um problema bastante comum para quem trabalha com *hashtags* e palavras–chave nos média sociais, por exemplo). Os dados coletados manualmente já estão praticamente filtrados e prontos para serem analisados. A principal limitação aparente dos dados, e fica sublinhado o aparente, é o alcance ou a profundidade que uma coleta manual pode fornecer, dependendo do tamanho e da complexidade da rede observada.

É importante que sejam definidos à partida os limites da coleta que se pretende fazer. Quando falamos de uma abordagem egocêntrica, por exemplo, facilmente se cai na tentação de crer que uma identificação exaustiva de toda a rede é uma tarefa exequível. Se nos lembrarmos que as redes são compostas tanto por ligações diretas como por ligações indiretas, percebemos que o potencial de crescimento de uma rede é ilimitado, cabendo, portanto, ao investigador definir até que profundidade pretende coletar para avaliar determinado objeto.

Na outra ponta do espectro temos as coletas automáticas, feitas através dos média sociais. Estas coletas acarretam num conjunto de estratégias diferentes para superar os

mesmos obstáculos mencionados anteriormente. Escolhida a realidade a ser observada, resta perceber as possibilidades que cada plataforma providencia, sendo que cada uma das plataformas traz consigo um conjunto de limitações de ordem técnica. A coleta automática deverá sempre ser feita através de *scripts* ou aplicações que permitam o contato com a API da plataforma em questão. Para além disso, estas API existem para controlar e limitar o acesso a alguns dos dados existentes – o que nos poderia levar a uma discussão exaustiva sobre quem detém os direitos sobre os dados que produzimos *online* (Bruns, 2016).

De forma a exemplificar algumas das limitações e vantagens da coleta, vamos abordar as duas maiores plataformas de média sociais: o caso Twitter e Facebook.

O Twitter já possui um vasto lastro académico com pesquisas feitas através do serviço de *microblogging*. Algumas das vantagens são o facto de todas as publicações serem públicas por definição, o próprio serviço já organiza os temas mais relevantes e permite a coleta de um determinado volume de dados. O grande senão advém da sua limitação sociodemográfica não tão representativa. Como resume Blank:

> os utilizadores britânicos do Twitter são mais jovens, mais ricos e com mais escolaridade do que os utilizadores de internet em geral, que por sua vez são mais jovens, mais ricos e com mais escolaridade do que a população britânica *offline*. Os utilizadores norte-americanos do Twitter são também mais jovens e mais ricos que o resto da população, mas por outro lado já não apresentam mais escolaridade. Os utilizadores do Twitter são desproporcionalmente membros de uma determinada elite de ambos os países. Os utilizadores do Twitter também se diferenciam de outras comunidades online no que toca as suas atividades e atitudes. Estes enviesamentos e diferenças têm importantes implicações nas pesquisas que são feitas através do Twitter. (2016, p. 679)

Se levarmos ainda em consideração realidades como a portuguesa, em que o Twitter tem um público muito menor por comparação com outras redes, como o Facebook, começamos a perceber que tipos de imposições estamos a colocar aos nossos dados. O estudo dessa realidade não é invalidado apenas por isso, mas é preciso conhecer o contexto de análise em questão antes de começar a explicá-lo.

O Facebook é o mais popular dos média sociais existentes, com um total de utilizadores que ultrapassa os 2 mil milhões. É de se pensar, por isso, que talvez apresente as melhores oportunidades de leituras sociais. O facto é que, sendo uma plataforma com um modelo de negócio mais agressivo (e eficiente), dificulta e limita o acesso a dados, alegando a proteção da privacidade dos seus utilizadores (em 2018 ficámos todos a perceber melhor a fragilidade deste argumento). Enquanto que no Twitter temos acesso ao fluxo de conversação, no Facebook somos limitados às páginas e grupos públicos. Mesmo a qualidade do tratamento interno dos dados pelo Facebook aparenta ter algum problema, desde que alguns anunciantes repararam que o público-alvo dos seus anúncios está a ser erradamente identificado. Temos aqui, mais uma vez, um exemplo da forma como as barreiras técnicas acabam por prejudicar a coleta de dados.

Entretanto, as coletas automatizadas sofrem ainda de um outro problema, independentemente da plataforma escolhida: a filtragem. A maioria das coletas em conjuntos de dados alargados faz-se com palavras-chave, muitas vezes ambíguas, que implicam um trabalho posterior de filtragem e de 'limpeza' antes da análise.

Uma outra limitação que podemos apontar, e que não está ligada propriamente às técnicas de coleta, diz respeito à dificuldade de comparação entre várias redes. Apesar de a investigação em análise de rede estar ancorada em princípios matemáticos, a comparação entre diferentes redes, que correspondem a fenómenos diversos, deve ser feita com enorme prudência. Um exemplo simples diz respeito às medidas de centralidade que são calculadas nas abordagens macro. Como cada um dos valores diz respeito a uma realidade distinta, o que pode parecer um elevado valor de intermediação, para ficarmos apenas por uma das mais populares medidas de centralidade em análise de rede, pode não ter o mesmo significado numa rede que apresenta densidade ou estrutura diferente. Com isso não queremos afirmar que as comparações estão inviabilizadas, mas devem antes ser consideradas dentro de grupos ou comunidades muito semelhantes entre si, como no caso das redes egocentradas (abordagem micro).

Conclusão

A análise de rede pode sempre ser usada para compreender um determinado fenómeno ou comportamento, como também, numa perspetiva utilitarista, para perceber de que modo se pode racionalizar os recursos na tentativa de maximizar a eficiência de uma rede. Esta última ideia é defendida por Rod Meadows (1983), por exemplo, que argumenta que para que os publicitários possam compreender o comportamento dos seus clientes é importante seguir os passos dos utilizadores nos seus mais diversos recantos, mapeando as suas interações. Tarefa que se tornou mais fácil com a difusão da internet e dos métodos digitais.

Obviamente, as análises de rede não apresentam respostas para todos os tipos de contextos. Kozinets (2010) afirma que, para se compreender experiências de vida de uma determinada comunidade online, as análises de rede não bastam, propondo antes a utilização das técnicas de netnografia. Entretanto, para os contextos em que se pretende analisar o modo como os atores de uma determinada comunidade se comportam e influenciam mutuamente, a análise de rede oferece a abordagem mais adequada, já que esta prima pela informação relacional que, em última instância, pode sempre significar a observação da forma como os atores moldam ou constroem as suas próprias identidades (White, 2014).

O potencial que os média sociais trouxeram para a análise e compreensão de uma parte importante do nosso comportamento social foi o que possibilitou em larga escala a popularização e o uso dessa perspetiva. Entre os claros benefícios que a perspetiva de rede apresenta, encontra-se a possibilidade de identificar padrões no comportamento das estruturas sociais e, assim, prever com alguma acuidade situações que dali possam advir.

Outra mais-valia é a capacidade de melhor conhecer e explorar os limites da comunicação, de forma a tentar torná-la mais eficaz e democraticamente distribuída. Como afirma Fuchs (2015), a ideia de que os média sociais por si só trouxeram no seu encalço o fortalecimento da democracia é uma posição um tanto quanto questionável, na medida em que se observa os limites a que estão sujeitos.

Entre prós e contras, é de se reconhecer que a análise de rede (ou a Ciência das Redes, como preferem alguns autores) trouxe um conjunto de mecanismos e ferramentas que permitem leituras que são essenciais para as Ciências Sociais e o reconhecimento da sua flexibilidade de utilização em diferentes contextos só potencia ainda mais a sua importância.

Referências bibliográficas

Amaral, I. (2012). Participação em rede: do utilizador ao "consumidor 2.0" e ao "prosumer". *Comunicação e Sociedade, 22*, 131-147. doi: 10.17231/comsoc.22(2012).1278

Anderson, B. (1991). Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism. Londres: Verso.

Ashmore, R., Jussim, L. & Wilder, D. (2001). *Social identity, intergroup conflict, and conflict reduction*. Oxford: Oxford University Press.

Barabási, A.-L. (2002). *Linked*. Cambridge, Massachusetts: Perseus Publishing.

Barabási, A.-L. (2016). *Network science*. Cambridge: University Press.

Barabási, A.-L. & Albert, R. (1999). Emergence of scaling in random networks. *Science, 286*(5439), 509-512. doi: 10.1126/science.286.5439.509

Blank, G. (2016). The digital divide among twitter users and its implications for social research. *Social Science Computer Review, 35*(6), 679-697. doi: 10.1177/0894439316671698

Borgatti, S., Mehra, A., Brass, D. J. & Labianca, G. (2009). Network analysis in the social sciences. *Science*, *323*(5916), 892-895. doi: 10.1126/science.1165821

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Nova Iorque: Greenwood Press.

Bruns, A. & Burgess, J. (2016). Methodological innovation in precarious spaces: the case of Twitter. In S. Robert, H. Snee, C. Hine, Y. Morey & H. Watson (Eds.), *Digital methods for social science* (pp. 17-33). Londres: Palgrave Macmillan.

Buchanan, M. (2002). *Nexus: small world and groundbreak science of networks*. Nova Iorque: Norton.

Burt, R. S. (1987). Social contagion and innovation: cohesion versus structural equivalence. *American Journal of Sociology, 92*, 1287-1335. doi: 10.1086/228667

Conrado Filho, F. & Santos, L. A. (2015). Second screen and information: history, definition and clues for the future. *Comunicação e Sociedade, 28*, 211-227. doi: 10.17231/comsoc.28(2015).2278

Doreian, P., Batagelj, V. & Ferligoj, A. (2005). Generalized blockmodeling. Nova York: Cambridge University Press.

Durkheim, E. (1996). *O suicídio*. Lisboa: Editora Presença.

Erlich, V. (1973). Russian formalism. *Journal of the History of Ideas*, *34*(4), 627-638. doi: 10.2307/2708893

Faust, K. (1988). Comparison of methods for positional analysis: structural and general equivalences. *Social Networks*, *10*, 313-341. doi: 10.1016/0378-8733(88)90002-0

Foucault, M. (2004). *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal.

Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. Londres: Sage.

Garton, L., Haythornthwaite, C. & Wellman, B. (1997). Studying online social networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *3*(1), s/p. doi: 10.1111/j.1083-6101.1997.tb00062.x

Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: a network theory revisited. *Sociological Theory*, *1*, 201-233. doi: 10.3390/soc2020027

Hall, S. (2000). The spectacle of the 'other'. In S. Hall (Ed.), *Representation: cultural representations and signifying practices* (pp. 236-237). Londres: Sage.

Huffaker, D. (2010). Dimensions of leadership and social influence in online communities. *Human Communication Research, 36*, 593-617. doi: 10.1111/j.1468-2958.2010.01390.x

Kozinets, R. (2010). *Netnography. Doing ethnographic research online*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Lemieux, V. & Ouimet, M. (2012). *Análise estrutural das redes sociais*. Lisboa: Instituto Piaget.

Lévy-Strauss, C. (1982). *As estruturas elementares de parentesco*. Petrópolis: Vozes.

Lorrain, F. & White, H.C. (2010). Structural equivalence of individuals in social networks. *The Journal of Mathematical Sociology*, *1*(1), 49-80. doi: 10.1080/0022250X.1971.9989788

Meadows, R. (1983). They consume advertising too. *Admap,* 19, 408-413.

Meyrowitz, J. (1999). Understandings of media. *ETC: a review of general semantics, 56*(1), 44-52.

Molina, J. L. (2009). Panorama de la investigación en redes sociales. *REDES - Revista hispana para el análises de redes sociales*, *17*(11), 235-256. doi: 10.5565/rev/redes.383

Moreno, J. L. (1934). *Who shall survive? A new approach to the problem of human interrelations.* Washington: Nervous and mental disease Publishing Co.

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.

Serrat, O. (2017). Social network analysis. In O. Serrat (Ed.), *Knowledge solutions* (pp. 39-43). Singapura: Springer. doi: 10.1007/978-981-10-0983-9_9

Viveiros de Castro, E. (2002). *A inconstância da alma selvagem – e outros ensaios de antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify.

Viveiros de Castro, E. (2010). *Encontros*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue.

Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social network analysis: methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/CBO9780511815478

Watts, D. & Strogatz, S. H. (1998). Collective dynamics of 'small-world' networks. *Nature*, *393*, 440-442. doi: 10.1038/30918

Watts, D. (2003). *Six degrees: the science of a connected age*. Nova Iorque: Norton.

Watts, D. (2004). The "new" science of networks. *Annual Review of Sociology, 30*(1), 243-270. doi: 10.1146/annurev.soc.30.020404.104342

Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J. & Hampton, K. (2001). Does the internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist, 45*(3), 436-455. doi: 10.1177/00027640121957286

White, A. (2014). From the private to the public: online identity. In A. White (Ed.), *Digital media and society: transforming economics, politics and social practices* (pp. 26-42). Londres: Palgrave Macmillan. doi: 10.1057/9781137393630

Notas biográficas

Francisco Conrado Filho é Mestre em Comunicação pela Universidade do Minho (Portugal) onde é atualmente estudante de doutoramento. Tem-se dedicado a estudar as relações de permeabilidade entre a profissão jornalística e o jornalismo em si, com as novas ferramentas tecnológicas. Mais recentemente passou a estudar as mudanças nas relações de poder e as dinâmicas do fluxo de comunicação online a partir da análise de rede. Integra o grupo de investigação MODA – Monitoring Online Discourse Activity.

E-mail: franciscoconradofilho@gmail.com

Morada: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Campus de Gualtar, 4710-057, Braga – Portugal

Luís António Santos é Professor Auxiliar no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho e investigador do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) desde 2000, interessando-se por áreas como o Jornalismo e os processos de digitalização, novos formatos sonoros e regulação da internet. Foi jornalista de imprensa e rádio durante 10 anos – *Jornal de Notícias*, Rádio Press/TSF, *Diário de Notícias*, BBC World Service – e tem um Mestrado em Política Internacional, pela School of Oriental and African Studies (SOAS) da Universidade de Londres, e um Doutoramento em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho. Foi membro de projetos de investigação internacionais nas áreas da regulação dos média e de novos formatos sonoros.

E-mail: d2660@ics.uminho.pt

Morada: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Campus de Gualtar, 4710-057, Braga – Portugal

*** Submetido: 30.11.2017**

*** Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 199 – 214
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2914

Potentialities and limitations of network analysis methodologies: a theoretical model focused on the Social Sciences

Francisco Conrado Filho & Luís António Santos

Abstract

This paper explores the potentialities and limitations of network analysis, not only as a methodological tool that may be used in Social Science research but also as a separate discipline, with its own well-tested theories. Providing a framework for the use of network analysis involves discussing the role that it can play in understanding objects using a field that is sometimes accused of being too technical. Despite the fact that it has increased in popularity over recent years, driven by new communication technologies and especially social media channels, network analysis has a much broader use, and we therefore aim to demonstrate some innovative approaches that may be used in Social Science research. Finally, because it is an interdisciplinary methodology, we discuss some of the associated risks and biases.

Keywords
Methodologies; network analysis; social media; Social Sciences

Resumo

Este artigo procura discutir o lugar da análise de rede dentro das Ciências Sociais, não somente como uma simples ferramenta de investigação metodológica, mas também na perspetiva de um campo de investigação com teorias próprias e consolidadas. Enquadrar a sua utilização significa discutir o seu papel na análise e compreensão de objetos por um campo que sofre, às vezes, acusações de ser bastante tecnicista. Apesar de impulsionado pelas novas tecnologias de comunicação e pelos média sociais, em particular, a análise de rede tem um espectro de utilização muito mais alargado, pelo que pretendemos apresentar algumas das abordagens possíveis na investigação em Ciências Sociais. Por último, tratando-se de uma metodologia interdisciplinar por natureza, acautelamos alguns dos seus riscos e enviesamentos.

Palavras-chave
Análise de rede; Ciências Sociais; média sociais; metodologias

Introduction

New times bring new challenges and in their wake new research methodologies are created, restructured or simply resumed, in an attempt to explain specific realities. Network analysis methodology is yet another example of reappropriation of existing tools to explain new contexts, that has grown and created its own field of investigation. It is by no means a recent methodology, since network analysis conquered its status as a mature

field of enquiry in the 1970s. However, it has only been over the last decade that its reach has grown exponentially, used by researchers from a wide range of fields, largely due to two fundamental factors: access to the tools and major popularisation of the concept of networks. This can be deduced from Watts' defence of what is now known as the "science of networks":

> spurred by the rapidly growing availability of cheap yet powerful computers and large-scale electronic datasets, researchers from the mathematical, biological, and social sciences have made substantial progress on a number of previously intractable problems, reformulating old ideas, introducing new techniques, and uncovering connections between what had seemed to be quite different problems. The result has been called the "new science of networks". (2004, p. 243)

For the purposes of this paper what mainly interests us is to focus on the concept of the network and its application within the field of the Social Sciences. We will try to demonstrate that network analysis is not merely a descriptive and quantitative tool. To this end, we will retrieve concepts from the recently formulated Network Science.

Anyone looking at all the currently available range of network analysis tools, many of which are suited for studying social media, may gain the impression that this is a field closer to the Exact Sciences than the Social Sciences. This is an understandable mistake, but since we don't aim herein to look at the history of network analysis, it's important to remember that this methodology was born in the context of Sociology and Anthropology, and has always been used by these fields of knowledge to explain the intricate web of relationships and social influences between specific actors and institutions. Despite its appearance to the contrary, the methodology of network analysis is closely linked to the Social Sciences. That is why we are interested in discussing its role and value.

It's also important to point out that when we refer to Network Analysis, in its broad sense, rather than using the more common term, Social Network Analysis, this is because we aim to avoid the ambiguity that this term generates with the concept of "social networks" in Portuguese. The aforementioned social networks may be online networks and also those based on observed experience of daily life. The explanation for this technicist view of the concept of networks primarily derives from the fact that when speaking about *social networks*, many people are led to believe that we are talking about platforms such as Facebook, Twitter, Instagram and, for this reason, attribute a more technology-oriented connotation, than that which the term actually indicates. To avoid such ambiguities, when referring to *online* social networks, we will use the term *social media*. Among other reasons, this is the most appropriate term to explain the role played by these platforms in media consumption. Not only do they fulfil the function of creating social bonds between users, they are also used for parallel activities (Amaral, 2012). For a better understanding of this concept, Fuchs stated:

> social media is a complex term which involves different layers. Facebook contains a lot of content (information) and is also a tool for communication

> and for the maintenance and creation of communities. It is only to a lesser extent a collaborative work tool, but involves at least three types of sociability: cognition, communication, and community. (2014, p. 6)

Having made this clarification, and prior to analysing networks in greater detail, we must first clarify the concept in question and discuss precisely what networks represent.

Social network: a concept

Network, can ultimately be understood as the context, i.e. the entire social structure that brings together actors and institutions who contribute, compete, or otherwise converge towards the events that are being observed. Wasserman and Faust (1994) argue that, from a network perspective, society as a whole may be expressed as a set of patterns and regularities observed in the behaviour of its individuals. The term *network* therefore opens space for a large number of distinct representations of reality. This is clear in Serrat's description:

> social networks are nodes of individuals, groups, organizations, and related systems that tie in one or more types of interdependencies: these include shared values, visions, and ideas; social contacts; kinship; conflict; financial exchanges; trade; joint membership in organizations; and group participation in events, among numerous other aspects of human relationships. (2017, p. 39)

For Molina (2009), the term *network* is the perfect metaphorical representation of the complexity surrounding social actors. Therefore, its visual representation is not only obligatory, it also offers a link between the metaphor and the concept studied. From this perspective, it is not difficult to see that all individuals belong to networks of influence, regardless of whether they are conscious of this fact, and their actions can be better understood by analysing their relationships within the network to which they belong, rather than via their individual attributes.

The emphasis placed on the dynamics of relationships is nothing new. In the nineteenth century, Emile Durkheim, one of the founding figures of Sociology, conceived of societies as biological systems, which as such could be studied using the pattern of relationships that originated within them (Borgatti, Mehra & Labianca, 2009). These regularities should be understood as the structures that may enable individual action and, consequently, the study of individuals' attributes should be understood by the structure in which they are inserted.

What seemed only to be an intuitive metaphor was formalised decades later through the incorporation of elements from Graph Theory. The morphological characteristics of networks then began to be identified and it was established that these are intrinsically related to the behaviour of the individuals integrated within these networks (Lemieux & Ouimet, 2012).

Moreno is considered to be the first person to have conceived the idea of applying the study of networks to explain individual behaviour, in what later became known as *sociometry*: a technique that is used to graphically visualise the ties, even if subjective, between actors (Moreno, 1934). Since then, this field has flourished through the incorporation of matrixes, from the aforementioned graph theory, as well as concepts from the fields of Psychology and Sociology.

In the wake of these incorporations, that which previously had been solely conceived as a methodology – inasmuch that it established a set of procedures for analysis of a specific object – came to be recognized as a theoretical perspective with its own distinct formulations, concepts and theories. The work of authors such as Watts and Strogatz (1998) was important in formulating the concept of dynamic networks, given that they stated that networks do not present ordered or random behaviour, but instead exhibit important properties of the two concepts, wherein these properties are extrapolated using relatively simple mathematical models. Another key work that refounded the vision of networks was by Barabási and Albert (1999) who proposed scale-free models and preferential attachment between actors, that came to be known as the power law. These essentially mathematical concepts quickly gained adepts within the field of the Social Sciences. For example, the *power law* argues that networks evolve on the basis of principles of preferential attachment, i.e. following the logic that just as a rich person gets richer and richer, more popular nodes tend to attract more attachments than others. Applied to the Social Sciences, we find a direct connection with the concept of "social capital" (which we will discuss in greater detail below).

It is these principles shared across a wide variety of different systems that has led various authors to affirm that a new theoretical perspective is being developed (Barabási, 2002; Buchanan, 2002; Watts, 2003). This perspective is not confined solely to the study of mathematical objects, but also of biological organisms and social organisations. This idea, as we have already shown, dates back to Durkheim.

Barabási (2016) goes on to say that the key to discovering Network Science arises from the fact that network architecture – which has emerged in a widely diverse array of scientific fields – proves that networks are governed by the same organising principles and, therefore, are likely to share the same mathematical exploration tools.

In light of the above, we can conclude that the term *network* can be used to describe indigenous communities, urban households, online sharing platforms, as well as electrical installations and national railway systems. It is precisely the malleability of the concept that has endowed the idea of network analysis with an interdisciplinary vocation. The easy graphic representation, using points and lines, enables it to be used in highly diverse systems: for a social actor, an institution, bacteria, or a railway station. Furthermore these elements may be converted into more generic categories, which will be discussed later in this paper.

As a consequence, the network perspective can be applied whenever there is a relationship of interdependence between the analysed objects. The question becomes even more relevant when we leave the field of mathematical applications and work on

the theoretical perspectives underlying construction of a network, such as the construction of identities, principles of transitivity, homophilia, structural holes, and small world theory, etc.

Social network: a perspective

Regardless of the possible discussion as to whether the network perspective is merely a methodology that aims to become a new field of knowledge, certain elements help us realise that this involves more than just an elaborate set of techniques for analysing a specific phenomenon. Borgatti, Mehra and Labianca (2009) identify the fact that these criticisms are nothing new, and are based on two points: the absence of its own theories and assuming an essentially descriptive nature.

The accusation that network analysis lacks its own native theories is not only erroneous it also fails to recognise the crucial role played by many of these theories in explaining various phenomena. Furthermore, the fact that network analysis borrows theories and concepts from other fields ultimately demonstrates its trans-disciplinary role and therefore recognises the existence of fundamental principles rooted in a wide range of different fields of research. Furthermore, science has always functioned as a catalyst for the most diverse forms of knowledge. Given that we are focusing on the Social Sciences, we will mention some of the transversal theories that help demonstrate that the network perspective can be applied to other contexts.

Construction of identities

The power of alterity is the concept used by sociologists such as Viveiros de Castro (2002) and Stuart Hall (2000) to describe the process of constructing identity through direct contact with the *other*. Notions of subjectivity emerge when we are faced with different perspectives. This is how the identities of peoples and nations are socially constructed (Ashmore, Jussim & Wilder, 2001). Viveiros de Castro seeks to explain his concept using the example of the question of self within communities by stating: "if I think, then I'm also the other" (2010, p. 117).

What the authors clearly seek to assert is that there is a web of relationships created by the individual as he seeks to define his identity. Given that which we stated earlier - that any relationship of interdependence can be analysed as a network – in the final instance, we are stating that network analysis not only enables us to understand a specific phenomenon, but also, and this is the conclusion of the line of reasoning commenced above, it permits analysis of the construction of the identities of its participants. To the extent that the basic unit of network analysis is the *dyad* (i.e. the connection between at least two individuals), the construction of identities occurs in a negotiation of values between actors within a given network. This network can be described using the principles of Network Science.

It is important to emphasise that complementarity of methods is ideal in a research project of this scope. Indeed, the concepts used to explain social dynamics will also be

the same as those used to understand the regularities found in networks such as Barabási's power law (1999) or the dynamic and unstable character of networks defended by Watts and Strogatz (1998).

Social capital

Another example of this is the manner in which influence follows a pattern that may be described in the form of a network. Foucault (2004) discussed the microphysics of power, but made it clear that this web of influences is jointly interwoven and never occurs in a vacuum. Social power today does not reside solely in individuals or in democratic institutions, but also in the structure that underpins society as a whole. To understand this phenomenon, we can adopt two different focuses: using network analysis to try to understand the relationships between the actors of this network or to seek correlations between the attributive characteristics of each of the actors, in an attempt to explain their actions.

We mention power relations and influences, because these are two concepts that cannot be forgotten when we look at a social network and try to understand it. Many studies have tried to answer the question of knowing how influence is demonstrated in networks (Huffaker, 2010; Meyerowitz, 1999), whether through the social capital acquired by certain actors (Bourdieu, 1986) or through the construction of imagined "sharing communities" (Anderson, 1991), or also via the forces of weak ties (Granovetter, 1983). The latter aspect is identified as one of the main theories underpinning the network perspective.

Theory of the strength of weak ties

An example of a distinct approach to network analysis in relation to more traditional social science methodologies is related to how networks are built and evolve over time. Granovetter (1983) argued that strong social ties result in redundancy of information circulating within a specific group or community and therefore foster the stability of the network. However, knowing that networks are dynamic, we can find changes in the initial structure of a community when new information is brought into that group. This information is usually passed via those with weaker ties, i.e. those who are known not to share the same level of mutual knowledge of the other members. In network analysis, this concept found expression in the theory that the people with whom one is connected and the intensity of these connections are decisive in the access to different resources. The intensity of connections as well as their directionality are two native concepts of network analysis.

Structural holes

The structural hole is another important theory that led to formulation of a set of concepts such as the centrality and position of the actor within a network. If in a specific

network of three members, two of these members have no direct link between each other, then they will be dependent on the betweenness of a third member. According to Burt (1987) this means that we are facing a structural hole. Structural holes and the strength of weak ties, are important concepts that help explain the development of a network. In an attempt to calculate such approaches, Freeman (1979) has developed several measurements of centrality such as measurement of degree, betweenness and proximity, which translate these concepts into network analysis.

The need for metrics to characterize certain actors is often presented as being negative in various arguments that converge on one point – we are faced with tools of purely quantitative interest. While it is true that we will be quantifying the relationships found within a specific community, what ultimately interests the researcher is to perceive the dynamics involved therein.

We can conclude that using network analysis to explain a phenomenon causes the researcher to assume some *a priori* theoretical perspectives. These are perspectives that cannot be ignored when reading the data and represent a brief summary of what has been discussed above:

1. All relational data can be translated into a network, given that networks are structures of interdependencies (Wasserman & Faust, 1994).
2. All human social organization is based on previously established structural networks (Durkheim, 1996).
3. Due to social influences, networks are never static. We are working with temporary portraits of a specific event. Influences translate into power dynamics (Barabási & Albert, 1999; Watts & Strogatz, 1998).
4. Social capital may be the main element that explains the power relations that exist within certain communities (Recuero, 2009; Wellman, Hasse, Witte & Hampton, 2001).
5. Finally, it is worth emphasizing that the behaviour of certain groups will always be the sum of the aforementioned factors (Watts, 2009).

In an earlier study, we proposed that social interaction assumes the form of a fractal (Conrado Filho & Santos, 2015), but we now realise that the fractal is nothing more than a rather complex way of structuring a specific network. Regardless of the format that this structure may have (fractal, spiral, or a simple organization chart), we will always describe the behaviour of individuals as a network of connections, inclusively because the format of a network is only incidental to its dynamics at the time when the data is collected.

Network analysis in the Social Sciences: models and approaches

Having discussed the concepts and several existing perspectives of networks, it is important to understand how these may be operationalised in the framework of a research project using network analysis. Fir and foremost, it is necessary to accertain how this network will be interpreted, i.e. whether there will be consideration of the network as a whole or just the personal position of a specific actor (or as we will call it here, *ego*).

Molina (2009) proposes to divide these two views between models based on structuralist and formalist approaches. We don't use the same nomenclature, but nonetheless share the underlying idea, since both terminologies, in theoretical terms, lead to conceptual overlaps. For this purpose, we only need to use the definition of structuralism, as advocated by Lévi-Strauss (1949), who said that the concept of social structure is associated with universal notions or categories of culture and linguistics. In other words, not atomism, but instead understanding relations as a totality rather than in terms of the individual parts. In this sense, the form of a structure assumes a preponderant role over its constituent elements.

Formalism is associated with the arts, mathematics, and philosophy, which emphasise form over content (Erlich, 1973). Ultimately, observing the structure and form of a network involves overlapping concepts and is therefore redundant.

Due to this divergence, we have adopted the terms *macro* or *socio-centred*, and *micro* or *ego-centred*, to indicate formalists and structuralists, respectively, in the context of network analysis. Ultimately, our divergence with Molina is primarily related to form rather than content, since we agree with the definitions of both the approach models presented herein.

Macro approach model (socio-centred)

In the *macro* or *socio-centred* approach, emphasis is placed on the totality, rather than the individual actors pertaining to the network. Garton, Haythornwaite, and Wellman provide a more accurate description, by stating that macro approaches

> considers a whole network based on some specific criterion of population boundaries such as a formal organization, department, club or kinship group. This approach considers both the occurrence and non-occurrence of relations among all members of a population. A whole network describes the ties that all members of a population maintain with all others in that group. (2006, § 20).

In practical terms, this means that when looking at a community, it is in the interests of the researcher to take into account the community as a whole and calculate the centrality measures of the entire network.

One of the important aspects of network analysis is to gauge how densely connected a specific community is. This measure can only be calculated if the whole group is taken as a reference. In this manner, it is possible to identify structural holes and actors who have dominant positions (which according to Lemieux and Ouimet (2012), can be dominant, semi-dominant, subdominant, dominated, sub-dominate and isolated).

It is important to note that these interpretations only make sense when there is interest in understanding the network as a whole. A very common example in the field of communication science is analysis of social media data, such as Twitter. When interpreting data from the events of this network, it is extremely important to identify which

actors stood out within this network and influenced its dynamics. This type of reading can only be performed if we adopt a macro perspective, wherein the relative importance of a specific actor is directly related to his position within the network.

Another way of conceiving an explanation for a socio-centred approach is through the centrality measures. One of the most immediate ways to approach a database is to look for the prominent members in the network using centrality measures (e.g. betweenness, closeness and eigenvector). These measures indicate the actors with greatest prominence in a specific function. Barabási (2016) affirms that it is not difficult to realize that not all actors have the same prominence in a network. The advantage of this approach is that it reveals which actors occupy privileged positions within a structure and thereby point out ways or hypotheses about the way this network works. It is important to emphasize that centrality measures serve to indicate the presence of prominent relationships.

Obviously, when this approach was conceived, automatic data collection tools were not yet available, such as scripts which, when used in conjunction with the Application Programming Interface (APIs) of platforms such as Facebook or Twitter, can produce networks with thousands of members simultaneously. These Big Data processes give new meaning and relevance to socio-centric approaches.

Micro approach model (ego-centric)

When the interest of research falls on the individual (ego) and the relationships that he develops within a certain network, we are faced with a *micro* or *ego-centric* approach. Again, we turn to Garton et al. to define this model:

> one approach considers the relations reported by a focal individual. These ego-centered (or "personal") networks provide a Ptolemaic views of their networks from the perspective of the persons (egos) at the centers of their network. Members of the network are defined by their specific relations with ego. (2006, § 19)

As is clear from the above, this approach focuses on the individual connections of a specific actor and how these relationships help define his behaviour. The other actors in this network are seen as members that help define the ego, not because of their individual attributes, but because of the relationship they establish.

For years this has been the most popular approach because it is more easily constructed. It is largely based on personal reporting that the ego provides of his social ties. In this specific case, for example, there is no need to calculate centrality measures for the whole network given that the only relevant measures are those that are directly established between the ego and the others. In this sense, in the case of egocentric networks there is no interest in knowing whether a relationship exists between the other members of the network. An example of this can be expressed as follows: if A is our ego and B and C are the other members of the network of connections of actor A, I don't care if B and C are connected and what kind of relation they may have.

In Anthropology, this type of analysis serves to compare different micro networks and then understand their relationship with the perception that its members have of it. The group's real social configuration can be inferred on the basis of this comparison.

The data is collected through direct observation, interviewing or application of surveys to the participants, using a snowball logic.

Block modelling

Block modelling (or limited models) is applied when one wants to collapse a complex network in search of a common denominator. This type of analysis was first developed by Lorrain and White (1971), in an attempt to aggregate actors who had equivalent structural functions within a network. In this approach, one can start from both a micro model or a macro model (more common), the most important thing being the definition of the roles played by each of the actors involved.

In this manner, we interpret the network not as a set of individual actors, but rather as a set of roles that are performed to ensure maintenance of the network. The basic unit of analysis ceases to be the ego and instead becomes the set of actors who perform similar functions.

It is a well-documented fact that actors who play similar structural roles tend to give very similar responses when confronted with the same kinds of situations (Burt, 1987).

Another way of conceiving block modelling is to partition the network in function of well-defined criteria. It is important to distinguish between block modelling by equivalent structures, as mentioned above, and block modelling by regular equivalence. According to Doreian, Batagelj and Ferligoj (2005), this type of model encompasses a set of empirical procedures and is based on the notion that units within a network can be grouped as long as they present some equivalence, in terms that are defined *a priori*. In this manner, we can face the question of equivalences, either as different units that present the same connection pattern with the same actors, or as different units that present the same connection pattern, but with actors who also differ from each other (Faust 1998).

A basic example could be as follows. Within a company, the actors A, B and C are supervisors of a specific department. The department is also composed of actors D, E, F and G. When partitioning the network into blocks, one of the blocks will have supervisors and the other will have the remaining employees. This is because actors A, B and C, although different, establish the same type of relationship with the same actors D, E, F and G.

The other way to construct the limited model of this same network would be to imagine different departments, in which each one of the leaders establishes the specified connections with the employees, as described above. Obviously, the heads of the other departments do not maintain direct relations with the same set of employees. Thus, although different, equivalence can still be achieved to the extent that the supervisor-employee relationship will remain the same, regardless of the department to which they belong. It should be clear that when we talk about analysing networks, we may be

referring to a broad spectrum of typologies and in relation to each it will be possible to adopt different strategies of collection, preparation and framing of the data.

Therefore, the correct framing of the initial question will determine the type of approach or model to be used in interpreting this question. This idea is valid both for studies of online events and also for studies of the forms of organisation of a specific community or group. Having established this concept, it is still necessary to recognise that the only difference will reside in the forms of collecting such data, which in some cases will be automated and in other cases collected manually. The final objective will always be to construct a matrix that makes it possible to use graph theory and network theories to explain the object in question.

Limitations of the analysis

One of the main limitations of network analysis commences at the moment of data collection. It is easy to understand how manual collection is accomplished: using questionnaires, interviews or even non-participant observation of a set of actors. Examples include the behaviour of students within a school, influences inside a work office, relations of friendship between musicians from different bands etc.

The advantages of this type of data collection include the reliability of the data, since before being placed in the database, it is verified by the researcher (this is a very common problem for researchers working with hashtags and keywords in social media, for example). Manually-collected data is already practically filtered and ready to be analysed. The main apparent limitation of data, and it is important to underline the word *apparent*, is the range or depth that manual collection can provide, depending on the size and complexity of the observed network.

It is important to set the limits of the intended data collection at the outset. When we refer to an ego-centric approach, for example, it is easy to fall into the temptation of believing that an exhaustive attempt to fill the entire network of a given individual is an achievable task. If we remember that networks are composed of both direct and indirect links, we realise that the network has unlimited growth potential, and it is therefore up to the researcher to define the depth of the data to be collected to evaluate a specific object.

At the other end of the spectrum we have automatic collections, made via social media. These collections entail a set of different strategies to overcome the same obstacles mentioned above. Having chosen the reality to be observed, it is still necessary to understand the possibilities provided by each platform, and that each platform has its own set of technical limitations. Automatic collection should always be conducted using scripts or applications that enable contact with the API of the platform in question. In addition, these APIs exist to control and limit access to some of the existing data – which could lead us to an exhaustive discussion about who owns the rights to the data that we produce online (Bruns, 2016).

In order to exemplify some of the limitations and advantages of such data collection, we will address the two largest social media platforms: the case of Twitter and Facebook.

Twitter already has a vast academic presence, with searches conducted via the microblogging service. Some of the advantages of Twitter are that all publications are public by definition, the service itself organises the most relevant themes and enables a certain amount of data to be collected. The main disadvantage results from the fact that its sociodemographic limitation is less representative. As Blank summarizes:

> British Twitter users are younger, wealthier, and better educated than other Internet users, who in turn are younger, wealthier, and better educated than the off-line British population. American Twitter users are also younger and wealthier than the rest of the population, but they are not better educated. Twitter users are disproportionately members of elites in both countries. Twitter users also differ from other groups in their online activities and their attitudes. These biases and differences have important implications for research based on Twitter data. (2016, p. 679)

If we take into account contexts such as Portugal, where Twitter has a much smaller audience, compared to other networks such as Facebook, we begin to realize what types of impositions we are placing on our data. Study of this context is not invalidated solely on these grounds, but it is necessary to know the context of the analysis in question before beginning to explain it.

Facebook is the most popular existing social media, with over 2 billion monthly active Facebook users worldwide. For this reason we may be led to believe that it presents the best opportunities for interpreting social contexts. The fact is that, being a platform with a more aggressive (and efficient) business model, it hinders and limits access to data, while claiming to protect the privacy of its users (in 2018 we became all the more aware of the fragility of this argument). While with Twitter we have direct access to the conversation flow, on Facebook we are limited to the public pages and public groups. Even the quality of internal data handling by Facebook seems to constitute a problem, since some advertisers have noticed that the target audience of their ads is being misidentified. This is another example of how technical barriers end up by hampering data collection.

However, automated data collection also suffers from another problem, regardless of the chosen platform: filtering. The majority of data collection in large data sets is based on keywords, often ambiguous, which implies a subsequent work of filtering and "cleaning" the database before analysis.

Another limitation that we can point out, and which is not exactly linked to data collection techniques, concerns the difficulty of making comparisons between networks. Although research in the field of network analysis is founded on mathematical principles, we must be extremely prudent when making comparisons between different networks which, in turn, correspond to different phenomena or structures. A simple example concerns the centrality measures calculated in macro approaches. Given that each value relates to a distinct reality, that which may seem to be a high betweenness value, focusing on only one of the most popular centrality measures used in network analysis, this value may not have the same meaning in a network which has a different density or structure.

We don't want to affirm that comparisons are unfeasible, but rather that they must be considered within groups or communities that are very similar to each other, as in the case of self-centred networks (micro approach).

Conclusion

Network analysis can always be used to understand a specific phenomenon or behaviour as well as, from a utilitarian perspective, to understand how resources can be rationalised in an attempt to maximize the efficiency of a network. For example, the latter idea is defended by Rod Meadows (1983) who argues that in order for advertisers to understand the behaviour of their customers, it is important to follow the steps taken by users in their various places, mapping their interactions. This task has become easier with the spread of the internet and digital methods.

Obviously, network analysis does not provide answers for all types of contexts. Kozinets (2010) states that to understand the life experiences of a particular online community, network analysis is insufficient. Instead he proposes the use of netnography techniques. However, for contexts where one intends to analyse how the actors of a given community behave and influence each other, network analysis offers the most appropriate approach, since it is based on relational information that, in the final analysis, can always signify how actors shape or construct their own identities (White, 2014).

The potential that social media has brought to the analysis and understanding of an important part of our social behaviour has led to popularisation and use of this perspective on a large scale. The clear benefits that the network perspective presents includes the possibility of identifying patterns in the behaviour of social structures and, thus, it is possible to predict with some accuracy situations that may arise from it.

Another additional value is the ability to better identify and explore the limits of communication, so as to try to make it more effective and democratically distributed. As Fuchs (2015) argues, the idea that social media have singlehandedly strengthened democracy is a somewhat questionable, insofar as one observes the limits to which they are subject.

Weighing up the pros and cons, it is important to recognise that network analysis (or Network Science, as some authors prefer to call it) has therefore brought a set of mechanisms and tools that enables interpretations that are essential for the Social Sciences and recognition of the flexibility of its use in different contexts further enhances its importance.

Translated by Martin Dale (Formigueiro, Conteúdos Digitais, Lda)

Bibliographic references

Amaral, I. (2012). Participação em rede: do utilizador ao "consumidor 2.0" e ao "prosumer". *Comunicação e Sociedade*, *22*, 131-147. doi: 10.17231/comsoc.22(2012).1278

Anderson, B. (1991). *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.

Ashmore, R., Jussim, L. & Wilder, D. (2001). Social identity, intergroup conflict, and conflict reduction. Oxford: Oxford University Press.

Barabási, A.-L. (2002). *Linked.* Cambridge, Massachusetts: Perseus Publishing.

Barabási, A.-L. (2016). *Network science*. Cambridge: University Press.

Barabási, A.-L., & Albert, R. (1999). Emergence of scaling in random networks. *Science, 286*(5439): 509-512. doi: 10.1126/science.286.5439.509

Blank, G. (2016). The digital divide among twitter users and its implications for social research. *Social Science Computer Review, 35*(6), 679-697. doi: 10.1177/0894439316671698

Borgatti, S., Mehra, A., Brass, D. J., & Labianca, G. (2009). Network analysis in the social sciences. *Science, 323*(5916), 892-895. doi: 10.1126/science.1165821

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.

Bruns, A. & Burgess, J. (2016). Methodological innovation in precarious spaces: the case of Twitter. In S. Robert, H. Snee, C. Hine, Y. Morey & H. Watson (Eds), *Digital methods for Social Science* (pp. 17-33). London: Palgrave Macmillan.

Buchanan, M. (2002). *Nexus: small world and groundbreak science of networks*. New York: Norton.

Burt, R. S. (1987). Social contagion and innovation: cohesion versus structural equivalence. *American Journal of Sociology, 92*, 1287-1335. doi: 10.1086/228667.

Conrado Filho, F. & Santos, L. A. (2015). Second screen and information: history, definition and clues for the future. *Comunicação e Sociedade, 28*, 211-227. doi: 10.17231/comsoc.28(2015).2278

Doreian, P., Batagelj, V. & Ferligoj, A. (2005). Generalized blockmodeling. New York: Cambridge University Press.

Durkheim, E. (1996). *O suicídio*. Lisboa: Editora Presença.

Erlich, V. (1973). Russian formalism. *Journal of the History of Ideas, 34*(4), 627-638. doi: 10.2307/2708893

Faust, K. (1988). Comparison of methods for positional analysis: structural and general equivalences. *Social Networks, 10*, 313-341. doi: 10.1016/0378-8733(88)90002-0

Foucault, M. (2004). *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal.

Fuchs, C. (2014). *Social media: a critical introduction*. London: Sage.

Garton, L., Haythornthwaite, C. & Wellman, B. (1997). Studying online social networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *3*(1), s/p. doi: http://10.1111/j.1083-6101.1997.tb00062.x

Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: a network theory revisited. *Sociological Theory*, *1*, 201-233. doi: http://10.3390/soc2020027

Hall, S. (2000). The spectacle of the 'other'. In S. Hall (Ed.), *Representation: cultural representations and signifying practices* (pp. 236-237). London: Sage.

Huffaker, D. (2010). Dimensions of leadership and social influence in online communities. *Human Communication Research, 36*, 593-617. doi: 10.1111/j.1468-2958.2010.01390.x

Kozinets, R. (2010). *Netnography. Doing ethnographic research online*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Lemieux, V. & Ouimet, M. (2012). *Análise estrutural das redes sociais*. Lisbon: Instituto Piaget.

Lévy-Strauss, C. (1982). *As estruturas elementares de parentesco*. Petrópolis: Vozes.

Lorrain, F. & White, H. C. (2010). Structural equivalence of individuals in social networks. *The Journal of Mathematical Sociology*, *1*(1), 49-80. doi: 10.1080/0022250X.1971.9989788

Meadows, R. (1983). They consume advertising too. *Admap, 19*, 408-413.

Meyrowitz, J. (1999). Understandings of media. *ETC: a review of general semantics, 56*(1), 44-52.

Molina, J. L. (2009). Panorama de la investigación en redes sociales. *REDES - Revista hispana para el análises de redes sociales*, *17*(11), 235-256. doi: 10.5565/rev/redes.383

Moreno, J. L. (1934). *Who shall survive? A new approach to the problem of human interrelations.* Washington: Nervous and mental disease Publishing Co.

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.

Serrat, O. (2017). Social network analysis. In O. Serrat (Ed.), *Knowledge solutions* (pp. 39-43). Singapura: Springer. doi: 10.1007/978-981-10-0983-9_9

Viveiros de Castro, E. (2002). *A inconstância da alma selvagem – e outros ensaios de antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify.

Viveiros de Castro, E. (2010). *Encontros*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue.

Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social network analysis: methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/CBO9780511815478

Watts, D. & Strogatz, S. H. (1998). Collective dynamics of 'small-world' networks. *Nature*, *393*, 440-442. doi: 10.1038/30918

Watts, D. (2003). *Six degrees: the science of a connected age*. New York: Norton.

Watts, D. (2004). The "new" science of networks. *Annual Review of Sociology, 30*(1), 243-270. doi: 10.1146/annurev.soc.30.020404.104342

Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J. & Hampton, K. (2001). Does the internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist, 45*(3), 436-455. doi: 10.1177/00027640121957286

White, A. (2014). From the private to the public: online identity. In A. White (Ed.), *Digital media and society: transforming economics, politics and social practices* (pp. 26-42). London: Palgrave Macmillan. doi: 10.1057/9781137393630

Biographical notes

Francisco Conrado Filho has a master's degree in Communication Sciences from the University of Minho, where he is now developing his PhD project. He has dedicated much of his work to studying the relations between the journalistic profession, and journalism itself, with new technologies. More recently, he has studied the shifts in power relations and dynamics of online communication using Network Analysis. He is a member of the research group MODA – Monitoring Online Discourse Activity.

E-mail: franciscoconradofilho@gmail.com

Address: Communication and Society Research Centre, University of Minho, Campus de Gualtar, 4710-057, Braga – Portugal

Luís António Santos is an Assistant Professor at the University of Minho's Department of Communication Sciences and a researcher at the Communication and Society Research Centre (CECS) since 2000, with interests spanning from journalism and digitization to new sound formats and web regulation. A newspaper and television journalist for 10 years – *Jornal de Notícias*, Rádio Press/TSF, *Diário de Notícias*, BBC World Service – he has an MSc in International Politics of Asia and Africa from SOAS – University of London and a PhD in Communication Sciences from the University of Minho, Portugal. He has participated in international research projects on media regulation and new radio formats.

E-mail: d2660@ics.uminho.pt

Address: Communication and Society Research Centre, University of Minho, Campus de Gualtar, 4710-057, Braga – Portugal

*** Submitted: 30.11.2017**

*** Accepted: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 215 – 242
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2915

Epistemologia e metodologia do turismo cultural urbano: o caso da Sociologia Artística das culturas móveis e da comunicação turística em redes sociais urbanas

Pedro de Andrade

Resumo

Os debates epistemológicos, teóricos e metodológicos que visam credibilidade científica não podem prescindir da correspondente aplicação ao tecido social. Inversamente, a ação deverá sempre informar a reflexão. Pretende-se neste artigo demonstrar racionalmente e mostrar sensorialmente que um dos géneros sociológicos, a Sociologia Artística, faz transbordar a Sociologia e a sua linguagem científica da academia para atividades de extensão criativas, como a exposição do saber sociológico no espaço público urbano, por exemplo no caso da galeria de arte. Do mesmo modo, o conhecimento e linguagem artísticos deverão contaminar a discussão sociológica através de uma sensibilidade inovadora. Isso é possível por intermédio da inserção, num texto sociológico, não apenas das imagens oriundas de uma exposição de arte, apresentadas enquanto *Figuras* (1,2...n). Para além disso, a própria exposição de arte poderá ser entendida como uma configuração social e sociológica que faz parte orgânica do próprio corpo do texto sociológico tradicional. Busca-se assim uma hibridação de saberes profunda, que poderá enriquecer, mas também subverter, tanto os debates sociológicos quanto as exposições de arte. Este propósito realiza-se aqui por diversos meios interligados: uma aproximação epistemológica entre a Sociologia Artística e a Hibridologia; a problematização teórica das culturas móveis; o trabalho de campo empírico no quadro da comunicação urbana na Cidade 3.0 e a comunicação turística no contexto do Turismo 3.0; e a exposição 'New Art Fest'17, como palco da aplicação de abordagens metodológicas sociológicas e artísticas inovadoras. Numa primeira etapa, a Exposição Sociológica sobre Turismo 3.0/Cidade 3.0 demonstrou e mostrou os saberes urbanos e da viagem, no seio do espaço da galeria de arte. Numa segunda fase, este saber testado no público da exposição é reintroduzido num artigo de revista científica. Um tal duplo movimento de pesquisa hibridiza e confronta, em moldes ao mesmo tempo originários e originais, o conhecimento e a prática científicos e artísticos.

Palavras-chave
Abordagens metodológicas inovadoras; comunicação do turismo; culturas móveis; hibridologia; Sociologia Artística

Abstract

The epistemological, theoretical and methodological debates that aim at scientific credibility, cannot ignore the corresponding application to the social fabric. Conversely, action should always inform reflection. This article rationally demonstrates and sensorialy exhibits the following: one of the sociological genres, Artistic Sociology, transports sociology and its scientific language, from the academia to creative extension activities such as the exhibition of sociological knowledge within urban public space, for example in the case of the art gallery. In the same way, artistic knowledge and language should contaminate sociological discussion through an innovative sensibility. This is possible through the insertion, within a sociological text, not only of images from an art exhibition, presented as *'Figures'* (1,2 ... n). In addition, the art exhibition itself can be understood as a social and sociological configuration that is an organic part of the very

body of the traditional sociological text. Thus, a profound hybridization of knowledge is sought, which can enrich, but also subvert, both sociological debates and art exhibitions. This purpose is accomplished here by several interconnected means: an epistemological approach between Artistic Sociology and Hybridogy; the theoretical problematization of mobile cultures; the empirical field work in the context of urban communication at City 3.0 and tourism communication in the context of Tourism 3.0; and the exhibition 'New Art Fest'17, as the field for the application of innovative sociological and artistic methodological approaches. A first step was Sociological Exibition on Tourism 3.0 / Cidade 3.0, that demonstrated and showed the urban and travel knowledge, within the space of the art gallery. In a second phase, this knowledge tested through the exhibition audience, is reintroduced in a scientific journal article. Such a double research movement hybridizes and confronts, in both originary and original forms, scientific and artistic knowledge and practice.

Keywords
Artistic sociology; hybridology; innovative methodological approaches; mobile cultures; tourism communication

Introdução: metodologias e inovação sociológica

Este artigo não pretende ser mais do que a apresentação de um trabalho em progresso na área científica transversal da metodologia, que hibridiza a reflexão teórica com a aplicação prática de saberes, procedimentos e utensílios, tanto aqueles clássicos quanto os experimentais. Em particular, as metodologias atuais crioulizam a natureza da ciência moderna com as potencialidades dos recursos pós-modernos ou inerentes à modernidade avançada, como os modos de fazer digitais, desde o início dos anos 90, após a emergência das novas tecnologias interativas e da Internet. Uma destas ferramentas recentes para a investigação é o conhecimento em linha, que recebe um novo alento não apenas no interior de redes sociais como o Facebook, mas igualmente no seio das redes sociais e semânticas da *Web 3.0 ou web semântica*. Os *sites* e outros recursos da Web 3.0 distinguem-se por privilegiar a produção e a partilha de conhecimento, e não apenas de informação, como sublinha Gilbert Paquette: "como podemos tornar a Web mais útil, mais inteligente, mais intensiva em conhecimento para atender às necessidades cada vez mais exigentes de aprendizagem e trabalho?" (Paquette, 2010, p. xiii).

O presente texto trata de alguns dos meios e métodos produtores e difusores do conhecimento científico. Em particular, a reflexão epistemológico-teórica é aqui aplicada a paisagens e arenas científicas que lidam com processos híbridos e transculturais. Algumas das características destes saberes mestiços mais recentes (mas claramente não sendo os seus únicos atributos) são a sua natureza global e interativa, o que introduz novas dificuldades associadas aos eixos epistemológico, teórico, analítico e empírico, inerentes ao trabalho e à investigação científicos.

As consequências deste contexto social hodierno adivinham-se múltiplas. Uma delas é a emergência de metodologias inovadoras, no seio dos diversos modos e meios de conhecimento, como alerta Patricia Leavy (2009, p. 18), ao aproximar a pesquisa sociológica da prática artística: "trabalhar com metodologias inovadoras muitas vezes

exige que os pesquisadores atravessem fronteiras disciplinares, deixem as suas zonas de conforto..."

Note-se que, de um ponto de vista epistemológico, uma "metodologia" não se confunde com um "método". A metodologia emerge como uma espécie de gramática dos métodos e das técnicas, ou de outras atividades procedimentais destinadas à execução de tarefas específicas, em processos de busca de um ou mais objetivos de conhecimento ou de sabedoria. Ou seja, uma metodologia constitui uma grelha de problematização, que inclui, entre outros elementos, um conjunto de reflexões epistemológicas e teóricas abrangentes, sobre os modos práticos de desenvolvimento de específicos campos de estudo ou de tipos de conhecimento. Por outras palavras, o debate epistemológico sobre as metodologias não se reduz à diferença entre métodos e técnicas, nem se confina à dissemelhança entre metodologias e abordagens metodológicas, nem se limita a qualquer outra dicotomia redutora. O panorama traduz-se numa mais intensa complexidade, e envolve estratégias e táticas muito variadas de fazer Ciência. Sumarizando apenas algumas delas, e entre outros traços, a metodologia releva da lógica ou da dialética, a abordagem metodológica revela-se processual, o método desvela-se enquanto atividade regulatória, e a técnica afirma-se enquanto ação instrumental.

Para além disso, é preciso distinguir entre as ideias e conceitos de "criação'", "invenção" e "inovação". O primeiro termo foi mais usado em atividades artísticas e literárias, sobretudo no quadro do Romantismo. Por seu turno, a invenção associa-se, frequentemente, aos discursos científicos e técnicos da modernidade, por vezes confundindo-se, algo insatisfatoriamente, com a investigação pura ou fundamental. E a inovação significa mais propriamente a aplicação, nas atividades económicas e no tecido social, da criação e da invenção, articuladas às novas tecnologias, cada vez mais no contexto dos novos media digitais.

Assim sendo, neste artigo, o conceito "inovação" é utilizado em termos de aplicação, da criatividade e inventividade, pelos cientistas sociais, aos campos económicos, sociais, políticos e culturais da contemporaneidade. Como se verá adiante, busca-se desconstruir, mas não substituir totalmente, posturas epistemológicas e metodológicas correntes, que subscrevem uma certa atitude não crítica ou mesmo acrítica em relação aos métodos e técnicas sociológicas herdadas ou adquiridas.

Nesta ordem de ideias, torna-se relevante revisitar, embora brevemente, a equação teórico-metodológica que articula o caos, as causas e os casos.

Perante o caos emergente diariamente no seio do tecido social, a ciência moderna procurou domesticá-lo, principalmente desde o século XVI, a partir de uma linguagem e discurso racional que, entre outros procedimentos explicativos, privilegiou a pesquisa das causas dos fenómenos sociais, articuladas aos seus efeitos. Para além deste pensamento e prática causalistas, a racionalidade moderna utilizou uma reflexão e trabalho de campo casuísticos, que procurou superar as insuficiências da aproximação causal a partir de uma aproximação mais empírica e delimitada. Recentemente, a perspetiva pós-moderna ou da modernidade avançada inclui teorias como a "teoria do caos", e metodologias que procuram descodificar o próprio caos subjacente à natureza, ao homem e

à própria cultura, entidades onde o processo de hibridação constitui não a exceção mas a regra ou uma das regularidades, modificando mesmo algumas das nossas certezas sobre a natureza da própria ciência (Gleik, 2008).

Hoje em dia, os cientistas em geral e os cientistas sociais em particular, problematizam e utilizam, cada vez mais, métodos híbridos, ou seja, aqueles que misturam, sintetizam ou crioulizam entidades ou procedimentos diversos, diferentes e até opostos. Por exemplo, numa pesquisa, o racional mescla-se com o sensível, o quantitativo é contaminado pelo qualitativo, os procedimentos "manuais" utilizam com proveito as tecnologias digitais, etc.

Estes e outros desassossegos da epistemologia e metodologia contemporâneas parecem comprovar que nenhuma metodologia se constitui perenemente por decreto científico, nem nenhum manual pode ditar aquilo que deve ser a naturalidade, a normalidade e a legitimidade do trabalho científico. Diferentemente, hoje existem metodologias simultaneamente críticas e dialógicas, que promovem encontros mas também reencontros, entre os modos e modas de produzir, interpretar e disseminar o conhecimento científico. Eis algumas ilustrações deste processo social, mas igualmente sociológico.

No que respeita aos métodos quantitativos, por exemplo, assistimos a "tempos turbulentos para a metodologia dos inquéritos" por questionário, numa conjuntura de generalização dos métodos mistos (Dillman, 2009, p. 9):

> o desenvolvimento e a implementação generalizada dessas tecnologias de comunicação nos últimos anos fizeram com que os inquiridores tivessem que tomar medidas adicionais para distinguir os seus inquéritos por questionário dos inúmeros outros contatos (correio, telefonemas, e-mails, mensagens de texto, etc.) que cada um de nós recebe diariamente. Além disso, o casamento dos inquéritos com dispositivos de alta tecnologia exige que os pesquisadores forneçam considerações adicionais sobre como diferentes populações interagem com as novas tecnologias.

Quanto aos métodos qualitativos, a netnografia constitui um método que inclui um conjunto de técnicas sociológicas e etnográficas relevantes e estimulantes para os Estudos Culturais, por exemplo para a análise e interpretação da interatividade entre os membros das comunidades em linha. Por exemplo, e como sublinha Robert Kozinets (2012, pp. 68, 72), a natureza da pesquisa no terreno digital apresenta quatro caraterísticas centrais: alteração da interação; o anonimato; a acessibilidade e o arquivamento da informação pelos próprios utilizadores.

> Não é de admirar, então, que as técnicas de análise de conteúdo estejam a desfrutar de um renascimento na sua aplicação à análise de conversas em linha. O arquivamento instantâneo das comunicações sociais presentes na esfera da Internet torna este contexto para a realização de pesquisas etnográficas muito diferente do contexto da interação face a face. (Kozinets, 2012, p. 72)

Quanto a certas metodologias inovadoras no sentido acima explanado, ou seja, entendidas em termos de grelhas ou problemáticas de uso de métodos e técnicas originais, é sintomático o caso do design radical de jogos, um posicionamento assinado por Mary Flanagan, entre outros autores:

> seja na sua capacidade de estimular a participação numa era conectada à Internet ou no seu papel como plataforma de entretenimento, intervenção, autoria e subversão, os jogos de computador – de fato, todos os jogos são altamente relevantes para a imaginação do século XXI. (Flanagan, 2009, p. 251).

Note-se ainda que a metodologia não apenas condiciona, mas é também influenciada e reconstruída pela própria natureza de cada objeto de estudos. O presente ensaio problematiza, sem facultar respostas definitivas, o terreno escorregadio das culturas móveis, em particular aquelas turísticas, operantes nas redes sociais urbanas ou digitais, que deverão ser estudadas igualmente a partir de métodos móveis. Dito de outro modo, não iremos aqui pensar nem falar de uma metodologia abstrata, única ou mesmo destinada tão-só ao ensino, mas também conversaremos sobre a confrontação desta metodologia, através de atividades de extensão, com lugares externos à academia, em terrenos móveis ou movediços do social.

De facto, como sublinha Luc Pauwels (2006, p. 120), a representação das culturas móveis pode fundar-se na expressão, multivocalidade e reflexividade veiculadas por exemplo através de filmagens realizadas no quadro de pesquisas sociológicas e antropológicas, em particular aquelas empreendidas usando tecnologias digitais: "a atual tecnologia dos média digitais permite a expansão do potencial discursivo do filme e transforma-o num produto mais híbrido, com mais possibilidades e desafios".

Por forma a ilustrar tais posturas epistemológicas e metodológicas, críticas e dialógicas, apresentaremos aqui um método híbrido, nomeado Exposição Sociológica, mostrado no interior do evento cultural New Art Fest'17, que decorreu entre 1 e 30 de Novembro de 2017, na Sala do Picadeiro do Museu Nacional História Natural e de Ciência, em Lisboa. Trata-se, como veremos abaixo, de crioulizar o conhecimento sociológico com outras linguagens e contextos sociais, como as atividades e discursos artísticos e literários. Concretamente, no seio deste método híbrido, desenvolvemos três técnicas de fazer sociologia numa galeria de arte, em diálogo estreito com os seus visitantes. Estas técnicas usaram a pretensa racionalidade científica em conexão com a alegada sensibilidade das artes. Na verdade, ambos esses modos de conhecimento utilizam, em grau maior ou menor, a razão e a sensação. O autor serviu-se também de procedimentos sociológicos mais tradicionais, como a observação direta e entrevistas, dirigidas aos visitantes deste espaço de arte e registadas em vídeos, que serão transcritos, analisados e interpretados posteriormente.

Em suma, este artigo não se limita a um método ou a uma técnica: como se verá adiante, a Sociologia Artística constitui (essencialmente, se bem que não somente) uma postura epistemológica e metodológica; a nomeada Exposição Sociológica desvela-se

mais propriamente enquanto método, que por sua vez incorpora 3 técnicas: a banda desenhada sociológica (ou *sociological comics*); o Inquérito visual-virtual e a galeria sociológica virtual.

Finalmente, aquilo que se entende por etapas deste processo é ainda outra coisa: como se indica logo no resumo, estas fases são, grosso modo, três: 1) a planificação do projeto na universidade ou no centro de investigação; 2) a apresentação de instrumentos da pesquisa e a interação com os visitantes na galeria de arte; 3) a posterior introdução de resultados (parciais) numa revista científica sociológica. Só assim o processo de pesquisa se pode constituir sempre em *trabalho em progresso*, e não instituir-se de modo definitivo. Uma tal cumplicidade aberta entre a universidade e as atividades de extensão ocorre deste modo em termos de um ciclo de hibridação que inclui pelo menos dois tipos de miscenização. Uma primeira hibridação sócio-científica ocorre entre o contexto sociológico académico e o contexto social da galeria de arte, bem como no seio da caminhada socio-científica inversa. Uma segunda hibridação racional-sensível passa-se entre o conhecimento sociológico e os saberes e sabores artísticos.

A Sociologia Artística e a hibridologia

O campo das ciências, e o continente das Ciências Sociais em particular, tem registado numerosos conflitos e ambiguidades epistemológicas e metodológicas, por exemplo quanto à delimitação dos seus territórios e pontos de contato. Afinal, existem numerosas transversalidades e interseções na rede intricada que reúne os diversos ramos e comunidades científicas das Ciências Sociais.

Por forma a contribuir, ainda que de forma incompleta, para a clarificação deste estado de coisas, introduziremos abaixo apenas os arquipélagos de conhecimento de que falamos neste artigo: a Sociologia Visual e um terreno vizinho, a Sociologia Artística.

Quanto à Sociologia Visual, inclui sobretudo objetos de estudo e métodos que se reportam seja à realidade referencial de natureza visual, seja às subjetividades, racionalidades e sensibilidades dos agentes sociais, no que respeita os processos visuais que observam ou produzem. Douglas Harper (2012), um dos pais fundadores desta área, traça os seus contornos essenciais, desde aspetos teóricos (perspetivas reflexiva e narrativa, fenomenologia, etnometodologia, semiologia) até às técnicas empíricas ativadas (etnografia visual, observação incorporada, documentário fotográfico, elicitação fotográfica e *photo voice*, multimédia). O livro mais recente de Luc Pauwels (2017) atualiza as posturas teóricas e metodológicas da disciplina, incluindo novos tipos de análises de imagens e de processos multimodais, uma reflexão ética e a produção e comunicação de conteúdos para o ensino, mostrando ainda variados estudos de caso. Gillian Rose (2016), uma autoridade na metodologia da Sociologia Visual, para além dos temas das primeiras edições, como a fotografia de arquivo, o documentário, os públicos e as questões de ética, publicou uma 4ª edição renovada em 2016, cobrindo novas configurações da investigação, como a análise de dados ou a pesquisa passada no ciberespaço, em *sites* e redes sociais digitais.

De entre os primeiros estudos em Portugal dedicados à cultura visual urbana de um ponto de vista sociológico e não apenas em termos de crítica de arte, destacam-se as análises seguintes: interpretação do estilo e conteúdo da Arte dos Grupos Excursionistas e Jantaristas, associações que promovem um género original de cultura e turismo populares em tabernas urbanas (Andrade, 1979, 1986, 1988, 1991); reflexão sobre as obras do artista plástico Alvarez, que incluem frequentemente temáticas citadinas (Andrade, 1987). Mais tarde, um passo qualitativo foi dado através da problematização e estado da arte da Sociologia Visual, aos níveis internacional e da realidade sociológica Portuguesa, na perspetiva de uma Sociologia das Visibilidades Sociais e de uma Sociologia do Olhar (Andrade, 1995, 1997a, 1997b).

Outros estudos relevantes sobre as culturas urbanas, por vezes incidindo nas suas dimensões visuais, incluem análises acerca das festas populares na região Norte de Portugal (Pinto, Ribeiro & Durand, 2016); ou debruçam-se sobre as transformações das culturas locais durante o processo de industrialização no Norte do País (Araújo, Cunha & Ribeiro, 2015). Nesta perspetiva dos processos móveis na contemporaneidade, Sales (2015) discutiu o caso do acesso *online*. Um tal contexto digital da cidade necessita de ser revisitado em termos de criatividade dos utilizadores e cidadãos (Zagalo & Branco, 2015).

Por seu lado, a Sociologia Artística não se confunde com a Sociologia Visual, na medida em que se ocupa das várias artes, e não apenas daquelas transmitidas visualmente. Para além disso, a Sociologia Artística também não coincide com a Sociologia da Arte. Esta última usa a arte como temática e utiliza metodologia científica, semelhante ou dissemelhante de outras áreas da sociologia. Diferentemente, a Sociologia Artística utiliza, à partida, métodos artísticos para entender as problemáticas sociais, embora os confronte, de modo assíncrono ou síncrono, com os instrumentos de recolha de informação e análise sociológica. Todavia, mesmo se aplica métodos e técnicas artísticas, a Sociologia Artística também não se confunde com a Arte Sociológica. Esta corrente artística foi proposta essencialmente por Hervé Fisher (1977), Fred Forest (1977) e Jean-Paul Thénot (2012), a partir de 1974, mesmo se o termo já existia desde 1968. A Arte Sociológica propunha desenvolver uma intervenção crítica sobre a arte e a sociedade, e ainda questionar as teorias e métodos da Sociologia. Criticava principalmente o poder e os meios de comunicação de massa, usando a participação, a provocação, o simulacro e a ironia.

Em suma, a Sociologia Artística, embora autónoma, articula-se e hibridiza-se com as Sociologias Visual e da Arte, e igualmente com a Arte Sociológica, mas na contemporaneidade que se assume, cada vez mais, como uma incomensurável rede urbana e digital, e sobretudo fundada e fundida numa natureza híbrida. Afinal, a Sociologia Artística entende-se como um saber híbrido que se pronuncia sobre as atuais realidade e sociedade híbridas. A conjunção de todos os saberes híbridos nomeia-se Hibridologia (Andrade, 2014, 2015).

Para um tal desiderato, a Sociologia Artística utiliza, entre outros instrumentos, o método da hibridação artística. Este procedimento, através da mistura de técnicas e géneros artísticos, visa a descrição, narração, interpretação, compreensão e explicação da natureza plural e profunda do social, inclusive os fenómenos culturais e artísticos.

Para além destas tecnologias artísticas híbridas, a Sociologia Artística serve-se de teorias, conceitos, métodos e instrumentos de reflexão sociológica de natureza híbrida. Por exemplo, os conceitos híbridos, que são aqueles termos crioulos que pertencem a culturas e artes diferentes, centrais ou periféricas, globais ou locais. Mikail Bakhtin (1983), ao empreender a crítica literária de obras de proveniência cultural diversa na obra *Dialogical Imagination*, usa o conceito/método híbrido que ele nomeia "cronótopo", para traduzir a complexidade da articulação entre os tempos (*cronos*) e os espaços (*topos*) sociais, acionados por culturas díspares e por vezes antagónicas ou por géneros literários polissémicos. Afinal, onde acaba a cultura e a arte e começa a reflexão sobre elas?

Ora, a Hibridologia em geral, e a Sociologia Artística em particular, podem aplicar-se a múltiplos objetos de estudo sociológicos híbridos, de que daremos estes dois exemplos: a problemática das culturas móveis e a discussão sobre a comunicação turística nas redes sociais urbanas e digitais.

Culturas móveis

John Urry publicou em 1989 uma obra seminal intitulada *The Tourist Gaze.* Em Setembro de 2011, na 3ª edição empreendida com Jonas Larsen, o livro apresenta o título *The Tourist Gaze 3.0,* incorporando novas análises sobre a fotografia e o processo de digitalização [digitisation], no dizer dos autores. Este ensaio sobre o olhar do turista influenciou múltiplos trabalhos sobre as culturas móveis e as mobilidades urbanas e turísticas, conceitos também apurados por John Urry (2007, 2011) em diversas outras obras suas, por vezes em colaboração com Mimi Sheller (2004, 2006).

A cultura móvel constitui um paradigma emergente nas atuais sociedades móveis, onde os processos, capitais, atores e coisas, e a natureza da cultura, movem-se e transformam-se continuamente. A cultura móvel é um recente modo de fruição e conhecimento do património cultural, articulado às mobilidades e discursos sobre o urbano. Hoje, no espaço público das ruas, museus e galerias, cidadãos, turistas e diversas marginalidades sociais ativam estratégias multimodais de comunicação cultural urbana, amiúde apoiadas em média digitais como os telemóveis, tendo em vista conhecer e desfrutar o património material (monumentos, obras de arte, cinema/vídeo) e o património imaterial (música, e-património cultural). Por outras palavras, assistimos hoje à emergência de um ciberespaço e um cibertempo móveis. O cibertempo significa o conjunto de temporalidades sociais (ou cursos) acionados pelo utilizador das espacialidades sociais (percursos), no seio do ciberespaço público da internet, residente em servidores ou mobilizado por dispositivos móveis.

Retomando a distinção operada na introdução entre metodologia e métodos, existe hoje uma discussão interessante sobre as mobilidades socio-culturais e a sua interpretação sociológica. Por um lado, acerca daquelas *culturas móveis* subjacentes ao *turismo cultural e artístico* (Hanna, 2015; Kaminski, 2014). Por outro lado, no que toca as mobilidades relativas aos processos e instrumentos da investigação, especialmente quanto às pesquisas que usam dispositivos digitais móveis e que fundam, por vezes, uma cultura científica móvel.

A *epistemologia, a teoria e as metodologias inovadoras* foram debatidas nos campos dessas mobilidades urbanas e digitais. De facto, Colin Hall (2005) chama a atenção para a necessidade de repensar os fundamentos epistemológicos da sociologia das mobilidades. O próprio investigador pode ser entendido como um viajante científico entre diversos contextos do social, para além dos meios académicos (Slocum, 2015). Nesta ótica, as estratégias da pesquisa em si, e a metodologia qualitativa em especial, sofreram transformações irreversíveis, como a articulação nunca dantes vista entre, de um lado, as epistemologias e as metodologias mais clássicas e, de outro lado, as chamadas ontologias, em recentes ensaios nas Ciências Sociais e Humanas. As ontologias não são mais do que conjuntos de conceitos articulados por relações específicas, constituindo uns e outras, proposições lógicas e dialéticas que delimitam uma dada área do conhecimento, em particular através de recursos e instrumentos digitais.

Em particular, a relação da viagem com a inovação tem sido considerada como central nas Ciências Sociais (Hall, 2008). O próprio estatuto epistemológico das viagens e mobilidades urbanas e digitais é posto em causa na configuração inovadora da *slow travel,* uma modalidade da mobilidade que pretende compreender, profundamente e através de um ritmo mais meditativo, as identidades e diferenças entre as populações e culturas mundiais, simultaneamente nos níveis global e local (Fullagar, 2012).

Outros autores e obras relevantes para este questionamento são Bruno Latour e colaboradores, que abriram o caminho para a *Teoria do Ator-Rede* [Actor-Network Theory]. Trata-se de uma configuração reflexiva estreitamente conectada ao seu *modus operandi*. Num primeiro momento, foi aplicada a terrenos empíricos académicos ou experimentais como o laboratório científico, mas procurou igualmente entender as relações sociais em contextos reticulares mais alargados, por exemplo no interior das redes sociais digitais. Esta teoria foi igualmente articulada à problemática das culturas móveis, em especial no caso do turismo (Duim, 2012). Os comportamentos de mobilidade e correspondente psicologia dos turistas encontram-se também relacionados com a respetiva sustentabilidade em políticas urbanas (Cohen, 2014). Outros métodos inovadores incluem os métodos móveis, como aqueles em que o pesquisador usa o computador portátil ou o telemóvel (Buscher, 2011), ou os métodos de investigação visuais, no caso do turismo (Rakic, 2012).

Finalmente, no que respeita o trabalho de campo empírico, nunca é demais sublinhar que nos encontramos imersos num mundo móvel, tanto como atores sociais quanto na qualidade de investigadores, como bem salienta Jennie Molz (2014). As nossas vidas quotidianas enquanto cidadãos, turistas, ou noutra condição e situação de mobilidade, constituem vidas móveis (Elliot & Urry, 2010). Com efeito, no nosso planeta ocorrem mobilidades de natureza múltipla, como as partilhas interculturais perpetradas pelos turistas (Barker, 2014), mas igualmente as dramáticas diásporas dos imigrantes, re-localizações que requerem novas e inovadoras políticas dos lugares (Verstrate, 2009). Neste contexto de mudança acelerada, o cientista social, se quiser seguir o rasto dos outros agentes sociais de um modo rigoroso, terá igualmente que aplicar, nas suas pesquisas, as nomeadas tecnologias móveis da cidade (Scheller & Urry, 2006). Nesta conjuntura, a própria natureza do trabalho científico de terreno metamorfoseia-se (Hall, 2011).

Para além disso, o conceito "culturas móveis" tem raízes numa pesquisa sobre as culturas urbanas e o turismo iniciadas em 1979-80, pelo autor do presente artigo. Esta investigação foi divulgada e publicada, por um lado, através de obras sobre o turismo popular dos Grupos Excursionistas e Almoçaristas/Jantaristas (Andrade, 1981, 1986). Por outro lado, a pesquisa produziu os conceitos "inter-viagem" (hibridação entre os vários tipos de viagem: turística, profissional, política, religiosa, etc.); "turismo crítico" (postura contra o turismo de massas por parte de um turista) e "contra-turismo" (visão do mundo alternativa, por parte de autóctones das sociedades visitadas por turistas, sobre as culturas populares locais).

Estes e outros resultados foram sintetizados na proposta, por parte do autor deste artigo, de um género sociológico nomeado "Sociologia Semântico-Lógica" (Andrade, 2011a, 2011b). Um tal paradigma interpretativo do social, entre outros pedestais, é forjado no tsunami do conhecimento mobilizado pelos novos media, pelas tecnologias do ciberespaço e pelos dispositivos móveis. Com efeito, a Sociologia regista uma revolução, aos níveis epistemológico, teórico e metodológico, a partir das redes urbanas da metrópole global, articuladas às redes sociais e semânticas que subjazem à Web Social ou Web 2.0 (Facebook, Twitter, Instagram, What's App) e à Web Social-Semântica ou Web 3.0 (Freebase, Google, Wikipedia). Para esse desiderato, o sociólogo pode usar o Método Geo-neo-lógico, que consiste na análise e interpretação dos processos sociais em três dimensões: os espaços (daí o prefixo "geo"'); os tempos, sobretudo os ritmos da inovação ("neo"); e o *logos*, conceito que significa a linguagem da razão, ou a razão da linguagem, ouvida, conversada ou escrita pelos sujeitos sociais. Uma tal tricotomia é inspirada no conceito *deixis* da Filosofia grega, mas aplicado ao social.

Recentemente, esta análise foi aperfeiçoada num ensaio sobre o "e-turismo cultural", ou seja o turismo ocorrido nas redes urbanas, culturais e digitais. Cidadãos, turistas e imigrantes representam e apresentam as suas próprias viagens de trabalho, de lazer e de saber, através do discurso produzido e reproduzido por meio das suas próprias deslocações, mobilidades e respetivas descrições, narrações e opiniões, no tecido da cidade e nas redes do "e-património cultural" (Andrade, 2017).

Hoje em dia, os telemóveis ativam aplicativos incluindo realidade aumentada para perfis de consumidores como jovens, turistas e marginalidades sociais: i.e. apresentam localidades reais em imagens, vídeo ou 3D, e informação em tempo real sobre elas. Esta tendência inaugura uma cultura urbana e turismo aumentados, onde a realidade dos tempos livres aos horários laborais, é reforçada pela articulação entre entretenimento espetacular, informações pertinentes sobre lugares visitados e eventos culturais. As cidades de Braga (em Portugal) e do Noroeste têm acompanhado tais estratégias de desenvolvimento inteligente para a cultura móvel, como Braga Cidade Criativa Unesco e *Smart City*. Para além disso, no quadro das sociedades de risco coesas, um termo sugerido por Ulrick Beck (1992), importa refletir sobre riscos como o fetichismo da cultura urbana digital e a reificação do mercado turístico; ou as suas potencialidades, por exemplo uma troca inter/transcultural mais intensa na urbe e um melhor conhecimento das sociedades visitadas pelos turistas.

Uma estratégia para o estudo da comunicação urbana e turística móveis

As visibilidades ou invisibilidades urbanas constituem processos comunicativos que ocorrem ao nível contextual da cidade mediadora. Esta intermediação articula dois níveis do social: por um lado, as visões do mundo circulantes na urbe, de acordo com as estruturas sociais incorporadas nos agentes urbanos, como a idade, género, classe social, etnia, grau de formação, etc.; e, por outro lado, as visualidades sociais microscópicas inerentes à vida quotidiana (Andrade, 1995, 1997a, 1997b).

Uma tal problemática do (in)visível urbano adquire especial relevo no quadro das mobilidades urbanas, e em particular no seio da comunicação urbana e turística móveis. Por exemplo, no caso das deslocações de turistas culturais a determinados locais da urbe, como os museus e as galerias de arte, aos quais subjazem modos de comunicação específicos. O projeto "Cultura Móvel e Comunicação Turística" visa precisamente aprofundar um tal processo, desde fevereiro de 2017[1].

As (in)visibilidades metropolitanas partilhadas pelo projeto Cultura Móvel e pela publicitação de algumas das suas atividades na Exposição NewArtFest'17, abaixo desenvolvidas, sejam elas de natureza cidadã, turísticas ou migrante, baseiam-se numa intervenção, não apenas teórica mas também prática e participativa, no tecido urbano. Uma tal ação coletiva é entendida enquanto Sociologia Artística e artes digitais-virtuais de vanguarda, mas também funcionando como veículo de partilha de experiências culturais no seio do atual mundo intercultural e transcultural.

Sociologia Artística e o monumento híbrido

Um monumento híbrido desvela-se como um edifício que opera a fusão de vários monumentos, a fim de celebrar um património cultural simultaneamente autónomo e comum. Pode ajudar cidadãos, turistas e migrantes a compreender o património cultural local ou mundial, dentro de uma estratégia transcultural. Transcultural significa a transformação da cultura em conhecimento, em particular nos contextos da Cidade 3.0 e do Turismo 3.0, ideias definidas na seção seguinte deste texto.

A torre de Belém em Lisboa e a Torre Eiffel em Paris revelam-se como dois notáveis ícones urbanos culturais e turísticos. Através de sua hibridação, eles constituem um exemplo aliciante de monumento híbrido (Figura 1).

Com efeito, não constituem exatamente torres gémeas, mas testemunham um processo comum de herança cultural. A Torre de Belém é uma metáfora de navio, para celebrar as descobertas portuguesas no século XVI, que iniciaram o processo de globalização, de acordo com Immanuel Wallerstein (2011). A Torre Eiffel significa um símbolo de outra globalização, a revolução industrial ao redor do mundo no século XIX. No entanto, a hibridização destas duas torres, tão díspares mas tão semelhantes, informa-nos que devemos diferenciar e conectar todas as culturas do mundo, de forma dialógica, democrática e igualitária.

[1] O projeto "Cultura Móvel e Comunicação Turística" reúne uma equipa coordenada pelo autor deste artigo, e constituída no Centro de Estudos e Sociedade da Universidade do Minho, em Braga, Portugal.



Figura 1: Monumento híbrido

Afinal, a Hibridologia também se define como o estudo das entidades num mundo intercultural e transcultural. Aliás, a Hibridologia usa hibrimédia, isto é um *medium* que transforma os média originários (iniciais num dado processo), como o *medium* edifício (exemplificados aqui na Torre de Belém e na Torre Eiffel), em média originais ou inovadores (o *medium* edifício híbrido, aqui ilustrado através do monumento híbrido).

Turismo 3.0 e Cidade 3.0

Diversas posturas teóricas opinam sobre aquilo que constitui os fenómenos do Turismo 3.0 aliados ao contexto da Cidade 3.0.

Greg Richards (2011) define o *Turismo 3.0* a partir destes atributos: maior interesse dos turistas pelo património intangível; superação da dicotomia entre alta cultura e cultura popular, por exemplo testemunhado pela abertura do turista à parte de rua; hibridação entre produção e consumo cultural; desejo de experiências autênticas na viagem turística. Este autor relaciona o Turismo 3.0 com a nomeada Cultura 3.0 (Sacco, 2011), com a qual partilha características. Para além do entendimento da cultura como um produto derivado da economia industrial nos séculos XVIII e XX (Cultura 1.0), ou da conceção da cultura como indústria cultural no século XX (Cultura 2.0), a noção de Cultura 3.0, associada às novas tecnologias digitais, significa que a cultura constitui um meio de criar identidade e valores, estimular a coesão social e incentivar a criatividade. O próprio John Urry, como foi já referido acima, atualizou em 2011 o título da edição de 2009 do clássico *The Tourist Gaze* para *The Tourist Gaze 3.0*.

No entanto, a meu ver, estas posturas, para a definição do Turismo 3.0 e Cidade 3.0, não consideram suficientemente diversos fenómenos complexos inerentes às redes sociais urbanas, bem como aqueles que subjazem às redes sociais digitais características da Web 2.0 e da Web 3.0 (Andrade, 2011b), noções que esclareceremos a seguir.

Em primeiro lugar, o turista, ao visitar uma localidade, recolhe não apenas informações relativas ao lugar visitado, mas igualmente saberes e sabores caraterísticos desses lugares urbanos (Andrade, 1992). De facto, qualquer localidade funda-se e funde-se em redes sociais locais, no interior dos seus espaço e tempo físicos e geográficos. Um exemplo é a taberna portuguesa. Neste espaço-tempo, desfrutam-se sabores locais (comidas, bebidas, etc.), mas também saberes locais (costumes, valores, tradições, inovações, etc.). Estas redes sociais urbanas incluem pessoas, objetos, espaços e tempos quotidianos e coletivos.

Em segundo lugar, o turismo de massas apoia-se hoje em redes sociais digitais, que constituem um novo paradigma relativamente a essas redes sociais pré-modernas e locativas, que se transformaram recentemente em redes sociais globais.

Tais redes sociais digitais organizam-se não apenas no ciberespaço, mas também no cibertempo. Recorde-se que este conceito significa o conjunto de passos percorridos nas redes do espaço público virtual, e ocorridos através de determinados compassos no tempo público digital.

Nos anos 90 do século passado, os utilizadores da internet podiam ler informação mas quase não escreviam, sendo assim a sua participação algo limitada. Este modelo de comunicação chama-se Web 1.0.

Desde a primeira década do terceiro milénio, os passantes e passeantes na internet, leem e escrevem informação de um modo mais corrente e profundo, em atividades deste modo mais participativas. Entrou-se assim na nomeada Web 2.0 ou Web social (Facebook, Twitter, Instagram, etc.), no seio da qual cidadãos e turistas utilizam extensiva e intensivamente, desde há alguns anos, dispositivos móveis.

Na segunda década do século XXI, emerge a Web 3.0 ou Web social-semântica. Isto é, nos *sites*, blogues, *wikis* e redes da Web 3.0, para além da informação, partilham-se, de um modo mais profundo do que sucede na Web 2.0, opiniões e interpretações sobre o sentido da informação circulante. Ou seja, para além de rede social, a Web 3.0 revela-se como uma rede semântica, na medida em que faculta significados sobre as ações e palavras ditas pelos seus utilizadores em conexão reticular. Alguns exemplos pioneiros são a Wikipédia ou os *wikis* em geral e o projeto "Freebase", recentemente adquirido pela Google.

Num primeiro momento, seja o habitante seja o turista, ou mesmo o imigrante e outras marginalidades sociais, descobrem que a sociedade é uma *SO(C)IDADE*, ou seja, uma cidade social. Esta cidade social significa que o espaço urbano pode ser desfrutado através da arte e da reflexão sobre o quotidiano dos seus habitantes e visitantes. Uma tal fruição do espaço e tempo de lazer urbanos pelos cidadãos locais e globais, hoje em dia, é realizada frequentemente através de dispositivos móveis, como o telemóvel.

Estes dispositivos móveis constituem verdadeiros computadores de bolso, que mostram não apenas informação. Num segundo momento, permitem igualmente a partilha de incomensuráveis conhecimentos sobre as sociedades e culturas visitadas, bem como acerca dos seus visitantes.

Por outras palavras, a urbe torna-se uma Cidade 3.0 ou cidade social-semântica, ou seja, aquela localidade globalizada cujo derradeiro significado atual é o seguinte: uma rede urbana geográfica que usa redes digitais, sociais mas também semânticas, características da Web 3.0, em particular nas atividades do Turismo 3.0.

A Sociologia Artística: uma configuração epistemologia e metodológica inovadora?

Em seguida, procuraremos aplicar as considerações anteriores a atividades de extensão incluídas no projeto "Cultura Móvel e Comunicação Turística", acima referido,

utilizando diversas posturas sociológicas, tecnologias digitais e estratégias artísticas. Os conteúdos sociológicos abaixo reportados, e incluídos nos anexos 1 a 4, foram expostos no evento de arte digital NewArtFest'17, na forma híbrida da metodologia circunscrita atrás como Sociologia Artística, na secção "A Sociologia Artística e a Hibridologia". Recorde-se que uma metodologia pode ser entendida, em parte, como uma grelha de problematização ou uma gramática de métodos e técnicas. Como veremos adiante, esta metodologia circunscreve o método nomeado Exposição Sociológica, que por sua vez inclui três técnicas: a banda desenhada sociológica (ou *sociological comics*); o inquérito visual-virtual e a galeria sociológica virtual.

Tais propostas são mostradas brevemente nos anexos 2, 3 e 4, e em duas formas pedagógicas simples, dirigidas a estudantes, professores e investigadores, entre outros públicos da pesquisa Por um lado, as fichas de obra de arte, para além de terem sido usadas na organização do evento NewArtFest'17, permitem definir conteúdos sociais e sociológicos de uma forma sucinta, e mostrar empiricamente como se elabora uma ficha técnica para efeitos de gestão ou animação de exposições, em atividades de extensão num museu, galeria de arte, ou em outros espaços públicos urbanos. Por outro lado, as ilustrações fornecem uma perspetiva mais icónica das racionalidades e sensibilidades envolvidas tanto na experiência das culturas urbanas e turísticas pelo cidadão, quanto na sua interpretação e explicação pelo sociólogo.

No que toca ao campo empírico e ao trabalho de terreno no quadro da Sociologia Artística, talvez seja aqui que alguma inovação possa ser creditada ao presente ensaio. Por um lado, são usadas técnicas originais como a banda desenhada sociológica [sociological comics], e novas tecnologias como a realidade aumentada na técnica Galeria Sociológica Visual-Virtual. Trata-se de tentativas para desdobrar a escrita sociológica em novos media e recursos argumentativos, mais ativos e sedutores para a expressão e desenvolvimento das literacias científica, tecnológica a artística, por parte do investigador e do professor.

Por outro lado, busca-se sensibilizar cidadãos, turistas e marginalidades urbanas para a necessidade de usar a Sociologia como um meio e um média para entenderem a sua vida quotidiana, e assim transformarem-se em públicos da investigação. Neste aspeto, torna-se central estender e entender as práticas e opiniões dessas audiências, relativamente à apresentação e exposição de material sociológico em territórios pouco usuais, como o museu ou a galeria de arte, ou noutros lugares da esfera pública, por exemplo a rua e as suas paredes, que funcionarão também como palimpsestos do saber académico, mas em diálogo estreito e escorreito com o conhecimento ordinário. Talvez assim se possa contribuir para problematizar as questões sociais e sociológicas de um modo mais aliciante e participativo, testar hipóteses de maneira mais alargada e convincente e disseminar o trabalho em curso da investigação a um público mais alargado, que não se confine aos portões da academia.

O método da Exposição Sociológica

Na exposição sociológica, diversos perfis de públicos, filmados pelo sociólogo, comentaram, discutiram, apreciaram ou criticaram conteúdos, objetos de estudo e

métodos sociológicos, mostrados num território externo à universidade, a exposição de artes visuais, como se de objetos artísticos se tratassem. Este dispositivo, simultaneamente discursivo e contra-discursivo, coloca em questão não apenas alguns métodos pedagógicos tradicionais, por exemplo a mera apresentação em *powerpoint* na sala de aula, como a metodologia da pesquisa e ainda a própria exposição de arte. Tais processos dever-se-iam hibridizar mais profundamente, nestes territórios pedagógicos e de investigação plurais, como em outros espaços e tempos alternativos

A técnica banda desenhada sociológica

Esta técnica tenta articular, por meio de uma história: (a) o conhecimento implementado por instituições localizadas na cidade contemporânea comunicativa, democrática e digital, como a academia; (b) por outro lado, o conhecimento produzido pelos cidadãos digitais urbanos. E faz isso através de uma maneira particular de apresentação de conteúdos ou conhecimento, ou seja, uma banda desenhada. No entanto, as questões sociais não são apenas entendidas e usadas como um tema substantivo para impulsionar esta "história sociológica". Elas também estão imersas no próprio modo de representar e apresentar mundos reais ou imaginários. Por exemplo, os problemas sociais podem não ser apenas narrados, mas também analisados por meio de uma pesquisa sociológica que usa argumentos visuais e textuais dentro dos quadros da banda desenhada (consultar a Ficha Técnica 1 e as figuras 4 a 10).

A técnica inquérito visual-virtual

A segunda técnica de Sociologia Artística pretende superar algumas desvantagens do inquérito sociológico, como a forma algo rotineira e pouco motivadora do questionário tradicional, nas suas formas da administração direta ou indireta. Para tal, foi elaborado um inquérito visual-virtual em vídeo com animação em 2D, que incluiu uma questão central sobre a atualidade económica, política e cultural das nossas sociedades em rede, globais/locais e transculturais (consultar a Ficha Técnica 2 e as Figuras 12 a 19)

A técnica Galeria Sociológica Virtual

Finalmente, a terceira técnica aplica tecnologias digitais recentes à investigação sociológica. Edmund Husserl (1975) circunscreve o processo fenomenológico em três fases centrais: perceção, consciência e conhecimento do real. Quanto ao conhecimento, no quadro de uma genealogia da lógica, analisa a experiência pré-predicativa, a estrutura do pensamento predicativo e a origem do pensamento concetual. Alfred Schultz (1967) adapta a fenomenologia de Husserl à realidade social, estabelecendo os fundamentos e pedestais da ação do cidadão participativo nos mundos da vida quotidiana [lebenwelt].

No caso da Galeria Sociológica Virtual, a Realidade Híbrida consiste num modo de experiência, consciência e conhecimento da realidade cultural urbana, de uma forma

inédita. De facto, a Galeria Sociológica Virtual hibridiza a realidade real dos públicos visitantes da exposição, aos seus modos interpretativos e lógicos mobilizados pelo cientista social, por exemplo a Realidade Virtual (imersão em mundos virtuais em 3D) e a Realidade Aumentada (experiência de um mundo virtual em 3D acrescido, em tempo real, de informações textuais, estatísticas, geográficas ou outras). As consequências epistemológicas e metodológicas, para o ensino e para a investigação sociológicas inovadores, adivinham-se decisivas.

Por exemplo, é possível animar uma aula sobre património cultural e turismo, a partir da apresentação de fontes e debates usando dispositivos móveis e aplicações de Realidade Aumentada. Ou usar este *hardware* e *software* na recolha, análise, interpretação e disseminação de conteúdos em projetos de pesquisa, não apenas na academia, mas igualmente nos lugares urbanos de cultura onde o cidadão e o turista partilham os seus itinerários quotidianos, no seio de um diálogo intercultural e híbrido (ver Anexo 4, Ficha técnica 3 e figuras 20 a 23).

Conclusão

Em termos de balanço final, retomemos algumas das questões colocadas, no sentido de propor pistas para um debate e combate urgentes.

Quanto aos resultados, sempre provisórios em matérias móveis como a que nos propusemos abordar, e no que respeita ao desassossego epistemológico anunciado e enunciado logo na Introdução, parece-nos que a Hibridologia (ou seja, o estudo das entidades híbridas por parte de saberes híbridos), circunscrever-se-á, nos anos vindouros, como uma das arenas de discussão mais prementes. Por exemplo, algumas das problemáticas no campo do interculturalismo e transculturalismo, como o discurso dos média sobre os agentes sociais percebidos como "híbridos", sejam eles retornados, imigrantes ou refugiados (Marinho, 2015). Ao nível da reflexão teórica no campo sociológico, os conceitos "cultura móvel" e "comunicação urbana e turística" afirmar-se-ão provavelmente como duas pedras basilares das Sociologias da Comunicação e dos Novos Media. No plano das metodologias, a Sociologia Artística, acima delineada, estabelecerá uma das mestiçagens possíveis e prováveis entre o conhecimento racional e as sabedorias sensíveis.

No que respeita aos escolhos e limitações da investigação, esta caminhada e viagem do conhecimento comporta, certamente, incertezas. Contudo, o risco da escrita sociológica nunca se opera sem riscos sociais, profissionais, epistemológicos e sociológicos.

Sobre os futuros aperfeiçoamentos exequíveis, uma tal estratégia só será possível através do diálogo e partilha de, pelo menos, três modos de conhecimento: o conhecimento científico, os saberes profissionais de instituições mediadoras como o museu, e os saberes comuns ou ordinários do novo público da investigação que emerge, paulatinamente, nas redes sociais urbanas e digitais, e que inclui os seguintes agentes sociais: desde logo o cidadão e o turista, mas ainda as diversas marginalidades sociais, entre outras: os reformados, os deficientes, os imigrantes, as minoras étnicas, de género, políticas e religiosas.

Finalmente, no que toca os passos futuros, cabe a todos nós, escritores e leitores das Ciências Sociais e Humanas, públicos do conhecimento e audiências da investigação, participar neste e noutros debates coletivos necessários, onde as dificuldades e os sucessos, as inovações e as repetições, entrelaçam-se em redes sociais, científicas, tecnológicas e artísticas solidárias nunca dantes vistas, que visem a produção, a interpretação e a disseminação de saberes crioulos e sem certezas definitivas. Afinal, todos nós somos, em maior ou menor escala, cidadãos, turistas e imigrantes dos conhecimentos científico, tecnológico e artístico que se querem críticos, mas, do mesmo modo, e por pouco que seja, inovadores.

Referências bibliográficas

Andrade, P. (1979). A taberna. *Arte-Opinião*, *6*, 13-16.

Andrade, P. (1981). *Les groupes 'excursionistes'-'de déjeuners' portugais et leur art*. Paris: École des Hautes Études en Sciences Sociales.

Andrade, P. (1986). A arte excursionista. *Colóquio-Artes*, *68*, 5-11.

Andrade, P. (1987). Alvarez, pintor dionisíaco. *Colóquio-Artes*, *74*, 20-25.

Andrade, P. (1988). O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico. *Povos e Culturas*, *2*, 223-263.

Andrade, P. (1991). A taberna mediática, local reticular de negociações sociais e sociológicas. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, *33*, 265-286.

Andrade, P. (1992, 5 de fevereiro). A taberna e o beber, seus sabores e saberes. *Correio das Regiões*, p. 6.

Andrade, P. (1995a). Editorial português. *Atalaia*, *1/2*, 15-21.

Andrade, P. (1995b). A negociação do visível: as visibilidades sociais enquanto objecto teórico ilustrativo da Sociologia interdimensional e mediadora-I, *Atalaia*, *1/2*, 73-93.

Andrade, P. (1997a). A negociação do visível-II: o tempo das visibilidades sociais e as visões da natureza. *Atalaia*, *3*, 143-151.

Andrade, P. (1997b). Sociologia do olhar: um novo olhar sobre a sociologia? *Atalaia*, *3,* 197-201.

Andrade, P. (2011a). *Sociologia semântico-lógica da web 2.0/3.0 na sociedade da investigação: significados e discursos quotidianos em blogs, wikis, mundos/museus virtuais e redes sociais semântico-lógicas*. Lisboa: Edições Caleidoscópio.

Andrade, P. (2011b, fevereiro).*Tourism imaginaries and web 3.0: a quest of meaning at the art museum*. Comunicação apresentada no congresso International Conference Tourism Imaginaries, Berkeley, University of California.

Andrade, P. (2014). Post-colonial co-ordinary literature and web 2.0/3.0: thinking back within transmediatic knowledge. In M. Pope(Ed.), *New literary hybrids in the age of multimedia expression: crossing borders, crossing genres* (pp. 123-144). Amsterdão/Filadélfia: John Benjamins Publishing.

Andrade, P. (2015). Hybridologie. In M. Veyrat, (Ed.), *110 notions sur les arts numériques* (pp. 179-80). Paris: Les Éditions de l'Immatériel.

Andrade, P. (2017). Cultural e-tourism depicted by digital discourse: innovative mobilities at urban e-heritage networks. In M. Bielenia-Grajewska & M. Ríos (Eds), *Innovative perspectives on tourism discourse* (pp. 1-17). Hershey: IGI Global.

Bakhtin, M. (1983). *The dialogic imagination: four essays*. Austin: University of Texas Press.

Barker, A. (2014). *Identity and intercultural exchange in travel and tourism*. Bristol: Channel View Publications.

Beck, U. (1992). *Risk society: towards a new modernity*. Londres: Sage.

Büscher, M. & Urry, J. (2011). *Mobile methods*. Londres Routledge.

Cohen, S. & Higham, J. (Eds.) (2014) *Understanding and governing sustainable tourism mobility: psychological and behavioural approaches*. Londres: Routledge.

Dillman, D., Smyth, J. & Christina, L. (2009). *Internet, mail and mixed-mode surveys: thetailored design method*. Hoboken: John Wiley & Sons.

Duim, R., Ren, C. & Johannesson, G. (Eds.) (2012). *Actor-network theory and tourism: ordering, materiality and multiplicity*. Londres: Routledge.

Elliott, A. & Urry, J. (2010). *Mobile lives*. Londres: Routledge.

Fischer, H. (1977). *Theorie de l'art sociologique*. Paris: Casterman.

Flanagan, M. (2009). *Critical play: radical game design.* Cambridge, Massachussets: The MIT Press.

Forest, F. (1977). *Art sociologique vidéo: dossier Fred Forest*. Paris: UGE.

Fullagar, S., Markwell, K. & Wilson, E. (Eds.) (2012). *Slow travel and tourism: experiences and mobilities*. Bristol: Channel View Publications.

Gleick, J. (2008). *Chaos: making a new science*. Londres: Penguin Books.

Goodson, L. (Ed.) (2004). *Qualitative research in tourism: ontologies, epistemologies and methodologies*. Londres: Routledge.

Hall, C. (2005). *Tourism: rethinking the social science of mobility*. Upper Saddle River: Pearson/Prentice Hall.

Hall, C. (2011). *Fieldwork in tourism: methods, issues and reflections*. Londres: Routledge.

Hall, C. & Williams, A. (2008). *Tourism and innovation*. Londres: Routledge.

Hanna, S., Potter, A., Modlin, E., Carter, P. & Butler, L. (Eds.) (2015). *Social memory and heritage tourism methodologies*. Londres: Routledge.

Harper, D. (2012). *Visual sociology*. Londres: Routledge.

Husserl, E. (1975). *Experience and judgment*. Illinois: Northwestern University Press.

Kaminski, J., Benson, A. & Arnold, D. (Eds) (2014). *Contemporary issues in cultural heritage tourism*. Londres: Routledge.

Kozinets, R. (2012). *Netnography: doing ethnography research online*. Londres: Sage.

Leavy, P. (2009). *Method meets art: arts-based research practice*. Nova Iorque: The Guilford Press.

Marinho, S. (2015). Retornados e refugiados: as histórias dos media. In M. Pinto; S. Pereira & M. J. Brites (Eds.), *Os media e a crise dos refugiados: agenda de atividades* (p. 9). Braga: CECS, Universidade do Minho.

Molz, J. (2014). *Travel connections: tourism, technology and togetherness in a mobile world.* Londres: Routledge.

Paquette, G. (2010). *Visual knowledge modelling for semantic web technologies: models and ontologies*. Nova Iorque: Hershey.

Pauwels, L. (2006). Representing moving cultures: expression, mutivocality, and reflexivity in anthropological and sociological filmaking. In Luc Pawels (Ed.), *Visual cultures of science: rethinking representation practices in knowledge building and science communication* (pp. 120-152). Hanover: University Press of New England.

Pauwels, L. (2017). *Reframing visual social science: towards a more visual sociology and anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Pinto, M., Ribeiro, R. & Durand, J. (2017). Bugiada e mouriscada de Sobrado: a festa como património. In M. Menezes, J. Costa & J. Rodrigues (Eds.), *Intangibility matters. Proceedings IMaTTe 2017 International conference on the values of tangible heritage* (pp. 83-84). Lisboa, 29-30 de maio de 2017. LNEC: Lisboa.

Rakic, T. & Chambers, D. (2012). *An introduction to visual research methods in tourism*. Londres: Routledge.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of Tourism Research*, *38*(4), 1225-1253.

Rose, G. (2016). *Visual methodologies: an introduction to researching with visual materials.* Londres: Sage.

Sacco, P. (2011). Culture 3.0: A new perspective for the UE 2014-2020 structural funds programming. [Paper for the OCM Working Group on Cultural and Creative Industries, April 2011].

Sales, C. (2015). In the meantime or the (ab)use of online accessing during mobility. *Comunicação e Sociedade*, *28*, 229-251.

Schutz, A. (1967). *Phenomenology of the social world*. Illinois: Northwestern University Press.

Sheller, M. & Urry, J. (2004). *Tourism mobilities : places to play, places in play*. Londres: Routledge.

Sheller, M. & Urry, J. (2006). *Mobile technologies in the city*. Londres: Routledge.

Slocum, S. & Kline, C. (Eds.) (2015). *Scientific tourism: researchers as travellers*. Londres: Routledge.

Thenot, J. (2012). *Petit traité d'existence à l'usage des jeunes artistes et des amateurs d'art*. Grenoble: Critères Editions.

Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.

Urry, J. & Larsen, J. (2011). *The Tourist gaze 3.0*. Londres: Sage.

Verstraete, G. (2009). *Tracking Europe: mobility, diaspora, and the politics of location*. Durham: Duke University Press.

Wallerstein, I. (2011). *The modern world-system I: capitalist agriculture and the origins of the European world economy in the sixteenth century*. Califórnia: University of California Press.

Zagalo, N. & Branco, P. (2015). *Creativity in the digital age.* Londres: Springer.

Nota biográfica

Pedro Andrade é investigador na Universidade do Minho e doutorado em Sociologia da Cultura pela FCSH-Universidade Nova Lisboa. Ensinou de Sociologia nas Universidades de Coimbra, Lisboa e Minho. Áreas: Sociologia, Artes Visuais/Cinema, Comunicação/Redes Sociais, Metodologias e Hipermédia. Coordenador de projectos financiados pela FCT: "Literacia Científico-Tecnológica e Opinião Pública: o caso dos Museus de Ciência"; "Comunicação Pública das Artes: o caso dos Museus de Arte Locais/Globais". Enquanto membro da Paris Film Coop, realizou: *Film Saboté Spatial* e *Cinéma Corps*. Obras em hipermédia/hibrimédia: 1ª *web page* cultural Portuguesa (1995). Jogos Sociológicos (2006). Blog Híbrido (2006). Novela GeoNeoLógica (2009). Sites Sociais-Semânticos nas redes das Web 2.0 e Web 3.0 (2011). Sociological Comics (2013/2016).

E-mail: pjoandrade@gmail.com
Morada: Calçada dos Mestres, 7, 4º B, 1070-176 Lisboa
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Campus de Gualtar. 4710-057 Braga, Portugal

*** Submetido: 30.11.2017**
*** Aceite: 15.03.2018**

Anexo 1: A exposição New Art Fest'17, enquanto terreno empírico para a apresentação de metodologias sociológicas desenvolvidas no projeto "Cultura Móvel e Comunicação Turística" (exemplos de disseminação do evento e observação direta da inauguração da exposição)

Em outubro e novembro de 2017, em Lisboa, foram co-organizadas as primeiras ações do projeto "Cultura Móvel e Comunicação Turística", para além do anterior trabalho de planificação realizado em Braga. O intuito foi duplo: por um lado, comunicar aos cidadãos Portugueses e aos viajantes na cidade de Lisboa (turistas, imigrantes, etc.) uma *pré-visão* da cidade, ou seja, visualizá-la antes de eles olharem para a pluralidade da vida quotidiana lisboeta e de outros eventos culturais); mas também disseminar uma *pós-visão*, isto é, um olhar visual depois do visionamento presencial da cidade.

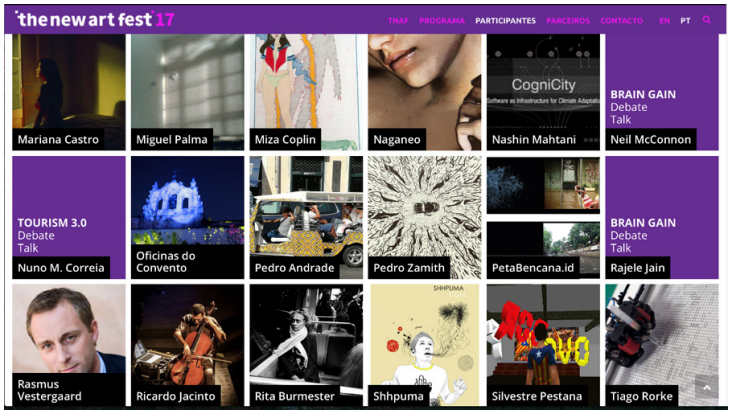


Figura 2: Programa e autores participantes no evento cultural NewArtFest'17 (extrato)

O projeto "Cultura Móvel" permutou várias temáticas seminais com o evento, que gira à volta dos mais recentes fenómenos de turismo e de cidade.

Lê-se logo no manifesto do *site* que os dois principais 'sabores' do evento são a cidade social-semântica (fundada nas redes sociais e semânticas, urbanas e digitais) e a *'cidade GeoNeoLógica'*, ou seja, a urbe móvel no espaço, tempo e logos, tricotomia que, como apontado supra, baseia-se na *deixis* grega.



Figura 3: Audiência visionando as obras *Exposição Sociológica* e *Galeria Sociológica Virtual* (à esquerda) e *Inquérito Virtual* (à direita)

Anexo 2: O método da Exposição Sociológica aplicado ao Turismo 3.0 / Cidade 3.0 e a técnica banda desenhada sociológica

Ficha técnica 1:

Título(s) da obra: Exposição Sociológica sobre Turismo 3.0 / Cidade 3.0: Arte Móvel, de Artistas para Turistas e Cidadãos

Ano: 2017

Técnica/*Medium*: Banda Desenhada Sociológica, a partir de montagem de fotografias.

Formato: 2D

Dimensão: 1,5x1m.

Sinopse: esta obra de arte entende-se como uma exposição sociológica acerca do Turismo 3.0 na Cidade 3.0. Em particular, esclarece o significado da arte móvel, no contexto das redes sociais e semânticas contemporâneas, acionadas por cidadãos e turistas. Uma tal proposta de arte constitui um paratexto, no dizer de Gerard Genette. Ou seja, trata-se de um conjunto de conteúdos que funciona como um cartão de visita ou um aperitivo, para apresentação de outros conteúdos, como aqueles que se incluem em outras obras de arte do mesmo artista, por exemplo o Inquérito Virtual e a Galeria Sociológica Virtual sobre a Cidade 3.0 / Turismo 3.0.

Equipamento necessário para sua montagem e/ou exibição: montagem pela empresa X; Necessidades específicas para montagem, transporte ou outros: transporte pela empresa X

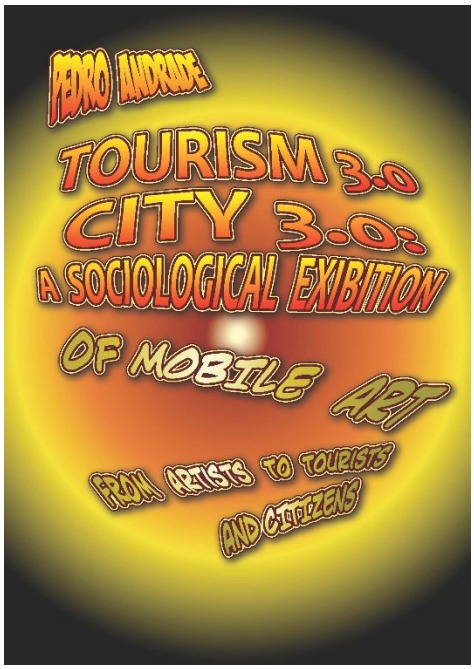


Figura 4: Exposição Sociológica



Figura 5: Turismo 3.0



Figura 6: Turismo de massas



Figura 7: As 3 idades da internet:
Web 1.0, Web 2.0 e Web 3.0



Figura 8: A Sociedade é uma So(City)

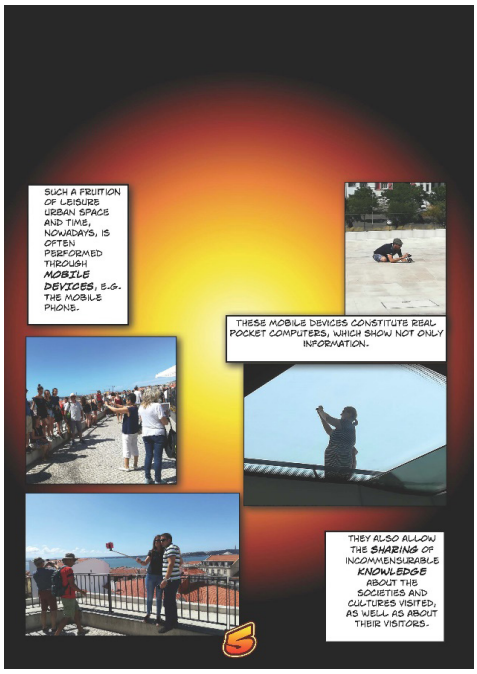


Figura 9: Dispositivos móveis



Figura 10: Cidade 3.0, uma rede social-semântica



Figura 11: Realidade híbrida no evento NewArtFest'17

Anexo 3: A técnica inquérito visual-virtual, sobre a Cidade 3.0 / Turismo 3.0

Ficha técnica 2:
Título(s) da obra: Inquérito visual-virtual sobre a Cidade 3.0 / Turismo 3.0
Ano: 2017
Técnica/*Medium*: Vídeo
Formato: 2D
Dimensão: N.A.
Sinopse: *A cidade e o turismo 3.0 (ou 'social-semânticos')* fundam-se numa rede de significados sociais e interpretações semânticas singulares acerca do espaço público da vida quotidiana. Esta rede é desenvolvida pelos múltiplos agentes interventores no tecido urbano (habitantes da urbe, turistas, imigrantes, etc.). Trata-se de um *processo 'geo--neo-lógico'*. Isto é, passa-se num território dado (daí o prefixo 'geo'), num tempo de inovação continua (um ritmo 'neo'), e implicando linguagens diferentes mobilizadas pelos atores urbanos. 'Logos' significa a linguagem ou razão produzidas pelos sujeitos sociais.

Uma questão central é colocada a politicos conhecidos: qual a principal transformação que afeta as cidades contemporâneas e fenómenos relacionados, como o turismo e a imigração?

Equipamento necessário para sua montagem e/ou exibição: Écran de vídeo
Necessidades específicas para montagem, transporte ou outros: N.A.



Figura 12

Tradução do texto da banda sonora e das legendas do vídeo: Os países europeus precisam mais do reino Unido do que o inverso, também para a mobilidade das cidades. Na verdade, a Europa para indemnizações por não deixar a Grã Bretanha abandonar a Europa aos seu destino móvel



Figura 13
Tradução do texto da banda sonora e das legendas do vídeo: A Europa móvel tem de implementar austeridade para os cidadãos do Sul da Europa e mobilidade neo-liberal para os imigrantes



Figura 14
Tradução do texto da banda sonora e das legendas do video: As cidades francesas são o melhor destino para turismo e para imigrantes, exceto para um tipo específico de imigrantes, ou seja, terroristas



Figura 15
Tradução do texto da banda sonora e das legendas do vídeo: As Nações Unidas têm de ser mais unidas, através da mobilidade dos cidadãos, imigrantes e turistas pelas cidades do mundo



Figura 16
Tradução do texto da banda sonora e das legendas do vídeo: Não vejo qualquer problema se a região de Espanha quiser separar-se da Catalunha, desde que aceitem o diálogo



Figura 17
Tradução do texto da banda sonora e das legendas do vdeo: O meu desporto favorito é fazer turismo na península da Crimeia e pelas cidades da Europa. É mais prático viajar em tanques do que em carros. Obrigado, Europa...



Figura 18
Tradução do texto da banda sonora e das legendas do vídeo: O poder nuclear é a forma ideal de tornar todos os Estados e pessoas. É por isso que eu quero usar armas nucleares em todas as cidades do planeta...



Figura 19
Tradução do texto da banda sonora e das legendas do vídeo: Os imigrantes são todos falsos turistas e eu vou despedi-los a todos

Anexo 4: A técnica Galeria Sociológica Virtual, acerca da Cidade 3.0 / Turismo 3.0

Ficha técnica 3:

Título(s) da obra: Galeria Sociológica Virtual sobre a Cidade 3.0 / Turismo 3.0

Ano: 2017

Técnica/*Medium*: Video, Realidade Aumentada, *Realidade Híbrida*

Formato: 2D e 3D.

Dimensão: N.A.

Sinopse: esta obra de arte organiza *conteúdos e conhecimento sobre Lisboa e o turismo* nesta cidade, por meio de textos, imagens e sites sócio-semânticos no interior da Web 3.0. Ao entrar na aplicação, o utilizador pode escolher entre as seguintes links: *Home*: introdução ao contéudo exposto; *About*: CV do autor; *Gallery*: exposição virtual de imagens do Monumento Híbrido; outros links conduzem aos sites social-semânticos *Experimental Books* e *Web 3 Novel,* onde se encontram diversos conteúdos sobre a cidade, a cultura e o turismo. O *Monumento Híbrido* significa uma fusão entre a Torre de Belém em Lisboa e a Torre Eiffel, o que opera uma articulação entre patrimónios culturais diversos. Aqui, é consultável através de um dispositivo de *realidade aumentada*. O visitante da *Galeria Sociológica Virtual* experimenta uma inédita e seminal mistura entre as realidades social, virtual, aumentada e mista, um processo que produz a *realidade híbrida*.

Equipamento necessário para sua montagem e/ou exibição: telemóvel

Necessidades específicas para montagem, transporte ou outros: N.A.



Figura 20 : Folha de sala na exposição

HYBRID MONUMENT
Pedro Andrade © 2017

A hybrid monument is a building that operates a fusion of several monuments, in order to celebrate a common cultural heritage. It may help citizens, tourists and migrants, to understand local or global cultural heritage, within a transcultural strategy. Transcultural means the transformation of culture into knowledge, within City 3.0 and Tourism 3.0 contexts.

Belem tower at Lisbon and Eiffel tower at Paris, are two notable cultural and tourist urban icons. Through their fusion, they constitute an example of a hybrid monument.

They aren't exactly twin towers, but they testify a common cultural heritage process. Belem Tower is a ship metaphor, to celebrate the Portuguese discoveries at the XVI century, which initiated the process of globalization. Eiffel Tower is a symbol of another globalization, the industrial revolution around the world at the XIX century. However, their hybridization adverts us that we must both differentiate and connect all world cultures, within a dialogic, democratic and equalitarian basis.

Figura 21: Destinos das *hyperlinks*: *Home*: descrição do Monumento Híbrido

EXPERIMENTAL BOOKS
Pedro Andrade © 2011

https://sites.google.com/site/livrosexperimentaisenglish/



Figura 22: Destinos das *hyperlinks*: *site* Experimental Books

WEB 3.0 NOVEL
Pedro Andrade © 2011

https://sites.google.com/site/web3novelenglish/



Figura 23: Destinos das *hyperlinks*: *site* Web 3.0 Novel

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 243 – 269
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2916

Epistemology and methodology of urban cultural tourism: the case of the artistic sociology of mobile cultures and tourism communication in urban social networks

Pedro de Andrade

Abstract

The epistemological, theoretical and methodological debates that aim at scientific credibility, cannot ignore the corresponding application to the social fabric. Conversely, action should always inform reflection. This article rationally demonstrates and sensorialy exhibits the following: one of the sociological genres, Artistic Sociology, transports sociology and its scientific language, from the academia to creative extension activities such as the exhibition of sociological knowledge within urban public space, for example in the case of the art gallery. In the same way, artistic knowledge and language should contaminate sociological discussion through an innovative sensibility. This is possible through the insertion, within a sociological text, not only of images from an art exhibition, presented as *'Figures'* (1,2 ... n). In addition, the art exhibition itself can be understood as a social and sociological configuration that is an organic part of the very body of the traditional sociological text. Thus, a profound hybridization of knowledge is sought, which can enrich, but also subvert, both sociological debates and art exhibitions. This purpose is accomplished here by several interconnected means: an epistemological approach between Artistic Sociology and Hybridogy; the theoretical problematization of mobile cultures; the empirical field work in the context of urban communication at City 3.0 and tourism communication in the context of Tourism 3.0; and the exhibition 'New Art Fest'17, as the field for the application of innovative sociological and artistic methodological approaches. A first step was Sociological Exibition on Tourism 3.0 / Cidade 3.0, that demonstrated and showed the urban and travel knowledge, within the space of the art gallery. In a second phase, this knowledge tested through the exhibition audience, is reintroduced in a scientific journal article. Such a double research movement hybridizes and confronts, in both originary and original forms, scientific and artistic knowledge and practice.

Keywords
Artistic sociology; hybridology; innovative methodological approaches;
mobile cultures; tourism communication

Resumo

Os debates epistemológicos, teóricos e metodológicos que visam credibilidade científica não podem prescindir da correspondente aplicação ao tecido social. Inversamente, a ação deverá sempre informar a reflexão. Pretende-se neste artigo demonstrar racionalmente e mostrar sensorialmente que um dos géneros sociológicos, a Sociologia Artística, faz transbordar a Sociologia e a sua linguagem científica da academia para atividades de extensão criativas, como a exposição do saber sociológico no espaço público urbano, por exemplo no caso da galeria de arte. Do mesmo modo, o conhecimento e linguagem artísticos deverão contaminar a discussão sociológica através de uma sensibilidade inovadora. Isso é possível por intermédio da inserção, num texto sociológico, não apenas das imagens oriundas de uma exposição de arte, apresentadas enquanto *Figuras* (1,2...n). Para além disso, a própria exposição de arte poderá ser entendida como uma configuração social e sociológica que faz parte orgânica do próprio corpo do texto

sociológico tradicional. Busca-se assim uma hibridação de saberes profunda, que poderá enriquecer, mas também subverter, tanto os debates sociológicos quanto as exposições de arte. Este propósito realiza-se aqui por diversos meios interligados: uma aproximação epistemológica entre a Sociologia Artística e a Hibridologia; a problematização teórica das culturas móveis; o trabalho de campo empírico no quadro da comunicação urbana na Cidade 3.0 e a comunicação turística no contexto do Turismo 3.0; e a exposição 'New Art Fest'17, como palco da aplicação de abordagens metodológicas sociológicas e artísticas inovadoras. Numa primeira etapa, a Exposição Sociológica sobre Turismo 3.0/Cidade 3.0 demonstrou e mostrou os saberes urbanos e da viagem, no seio do espaço da galeria de arte. Numa segunda fase, este saber testado no público da exposição é reintroduzido num artigo de revista científica. Um tal duplo movimento de pesquisa hibridiza e confronta, em moldes ao mesmo tempo originários e originais, o conhecimento e a prática científicos e artísticos.

Palavras-chave
Abordagens metodológicas inovadoras; comunicação do turismo; culturas móveis; hibridologia; sociologia artística

Introduction: methodologies and sociological innovation

This article simply aims to present a work in progress in the transversal scientific field of methodology, which hybridises theoretical reflection with practical application of knowledge, procedures and utensils, both classical and experimental. In particular, current methodologies have *creolised* the nature of modern science with the potential of post-modern resources or those inherent to advanced modernity, such as modes of digital production, since the early 1990s, in the wake of the emergence of new interactive technologies and the Internet. One of these recent research tools is online knowledge, which has been given a new lease of life not just within social media, such as Facebook, but also at the heart of the social and semantic media of the *Web 3.0* or the *Semantic Web*. Websites and other Web 3.0 resources stand out because they focus on the production and sharing of knowledge and not just information, as Gilbert Paquette comments: "How can we make the Web more useful, more intelligent and more knowledge intensive to fulfil our demanding learning and working needs?" (Paquette, 2010, p. xiii).

This paper looks at some of the means and methods of producing and disseminating scientific knowledge. In particular, epistemological and theoretical thought is applied to scientific landscapes and arenas dealing with hybrid and transcultural processes. Some of the characteristics of these more recent forms of mixed knowledge (although not their only ones, of course) are their global and interactive nature, which introduces new problems associated with the epistemological, theoretical, analytical and empirical axes inherent to scientific work and research.

There are multiple consequences of this contemporary social context. One is the emergence of innovative methodologies, amidst the various modes and means of knowledge, as Patricia Leavy warns (2009, p. 18), in converging sociological research with artistic practice: "working with innovative methodologies often requires researchers to cross disciplinary boundaries, leave their comfort zones..."

It should be noted that, from an epistemological point of view, "method" and "methodology" are distinct concepts. A methodology is a kind of grammar of methods and techniques, or other procedural activities for performing specific tasks, in processes that seek out one or more objectives of knowledge or wisdom. In other words, a methodology is a problematisation grid that includes, amongst other things, a set of wide-ranging epistemological and theoretical reflections on the practical modes of developing specific fields of study or types of knowledge. In other words, epistemological discussion of methodologies is not reduced to the difference between methods and techniques, neither is it confined to the dissimilarity between methodologies and methodological approaches. Nor is it limited to any other reductionist dichotomy. It is more intensely complex and involves highly varied strategies and tactics of practising science. Summarising some of these strategies and tactics, amongst other traits, methodology is based on logic or dialectics, whereas the methodological approach is shown to be procedural. The method is revealed as a regulatory activity, whereas the technique is affirmed as a form of instrumental action.

Furthermore, it is necessary to discern between the ideas and concepts of "creation", "invention" and "innovation". The former term has been used more frequently in art and literature, above all in Romanticism. "Invention" in turn is often associated with the scientific and technical discourse of modernism, which at times is blurred, somewhat unsatisfactorily, with pure or fundamental research. And "innovation" primarily signifies the application, in economic activities and the social fabric, of creation and invention linked to new technologies, increasingly in the context of new digital media.

In this paper, then, the concept of "innovation" is used in terms of the application of creativity and inventiveness by social scientists to the economic, social, political and cultural fields of contemporary society. As we shall see later, the aim is to deconstruct, but not fully replace, current epistemological and methodological positions that subscribe to a certain uncritical or even acritical attitude to inherited or acquired sociological methods and techniques.

In this order of ideas, it is important to revisit, albeit briefly, the theoretical and methodological equation that articulates chaos, causes and cases.

Confronted by the chaos that emerges on a daily basis in the heart of the social fabric, modern science has sought, above all since the 16th century, to domesticate it by applying a rational discourse and language which, amongst other explanatory procedures, has privileged research into the causes of social phenomena, linked to their effects. Besides this causalist thought and practice, modern rationalism has used case-study reflection and fieldwork that has sought to overcome the weak points of causalist thought via a more empirical and delimited approach. Recently, the post-modern or advanced modernist perspective has included theories such as "chaos theory" and methodologies which attempt to decode the very chaos underlying nature, humankind and culture itself, entities where the hybridisation process is not the exception but the rule, or one of the regularities, challenging some of our certainties about the very nature of science itself (Gleik, 2008).

Today, scientists in general, and social scientists in particular, increasingly analyse and apply hybrid methods, i.e., those which mix, synthesise or *creolise* various, different and even opposing entities and procedures. For example, in the field of research, the rational is mixed with the sensitive, the quantitative is contaminated by the qualitative, and "manual" procedures profitably use digital technologies, etc.

These and other moments of disquiet within contemporary epistemology and methodology seem to prove that no methodology is eternal by scientific decree, and no manual can dictate what is natural, normal and legitimate within the context of scientific work. By contrast, today there are simultaneously critical and dialogical methodologies that seek to find meeting and re-meeting points between the modes and fashions of producing, interpreting and disseminating scientific knowledge. These are illustrations of this social, and also sociological, process.

As far as quantitative methods are concerned, for example, we are witnessing "turbulent times for survey methodology" via questionnaires, at a time when mixed methods are commonplace (Dillman, 2009, p. 9):

> the development and generalised implementation of these communication technologies in recent years has meant that researchers conducting surveys have had to take extra measures to distinguish their questionnaire surveys from the countless other contacts (by post, phone, email, text message, etc.) which we each receive every day. In addition, the coupling of surveys with technological devices requires researchers to provide additional thoughts on how different populations interact with new technologies.

With regard to qualitative methods, netnography is a method that includes a set of relevant sociological and ethnographic techniques for cultural studies, e.g. for analysing and interpreting the interaction of members of online communities. For example, as Robert Kozinets (2012, pp. 68, 72) stresses, the nature of digital research has four key features: altered interaction, anonymity, accessibility, and archiving.

> it is no wonder, then, that content analysis techniques are enjoying a renaissance in their application to the analysis of online conversations. The instant archiving of social communications present in the Internet makes this a very different context for doing ethnographic research than the context of face-to-face interaction. (Kozinets, 2012, p. 72)

As regards certain innovative methodologies in the sense explained above, i.e. understood in terms of grids or the questioning of the use of original methods or techniques, the radical design of games is symptomatic, as advocated by Mary Flanagan, amongst other authors: "whether it is their ability to stimulate participation in an Internet-connected age or their role as a platform for entertainment, intervention, authorship and subversion, computer video games – indeed all games – are highly relevant to the twenty-first-century imagination" (Flanagan, 2009, p. 251) .

One also notes that the methodology does not merely limit but is also influenced and reconstructed by the very nature of each study-object. Without providing definitive

answers, this paper analyses the slippery slope of mobile cultures, in particular tourism cultures that operate via urban or digital social networks that should also be studied using mobile methods. In other words, we will not examine an abstract and unique methodology purely intended for academic purposes. Instead we shall talk about confronting this methodology, via extension activities in places beyond the academic world, in mobile or socially shifting terrains.

In fact, as Luc Pauwels (2006, p. 120) remarks, the representation of mobile cultures can be based on the expression, multivocality and reflexivity propagated for example by filming conducted in the framework of sociological and anthropological research, in particular that using digital technologies: "thus current digital media technology allows the further expansion of the discursive potential of film and transforms it into an even more hybrid product with more possibilities and challenges."

To illustrate these epistemological and methodological, critical and dialogical stances, we shall present here a hybrid method, known as Sociological Exhibition, shown at New Art Fest'17, a cultural event that ran from 1-30 November 2017 in the Sala do Picadeiro of the National Natural History and Science Museum in Lisbon. As we shall see below, this is a method that aims to *creolise* sociological knowledge with other social languages and contexts, such as artistic and literary activities. Concretely, using this hybrid method, three techniques were developed for conducting sociology in an art gallery, in close dialogue with its visitors. These techniques used a supposed scientific rationale, in connection with the alleged sensibility of the arts. In truth, both modes of knowledge use reason and sensation to a greater or lesser degree. The author also made use of more traditional sociological procedures, such as direct observation and interviews with visitors to this art institution, recorded on videos that will be subsequently transcribed, analysed and interpreted.

In short, this paper is not limited to one method or one technique. As we shall see below, artistic sociology is (essentially, if not only) an epistemological and methodological attitude; the aforementioned Sociological Exhibition is more properly a method, which in turn incorporates three techniques: sociological comics, a virtual visual survey and the virtual sociological gallery.

Finally, what one understands as stages in this process are actually something else. As referred to in the Abstract, these stages are, generally, three in number: 1) the planning of the project at the university or research centre; 2) the presentation of research instruments and interaction with the visitors to the art gallery; 3) the later inclusion of (partial) results in a sociological scientific review. Only in this manner can the research process always be a *work in progress*, and is never definitively established. Open complicity between the university and the extension activities occurs in this manner, in terms of a cycle of hybridisation that includes at least two types of miscegenation. Firstly, a socio-scientific hybridisation occurs between the academic sociological context and the social context of the art gallery, as well as within the reverse socio-scientific journey. Secondly, a rational-sensitive hybridisation takes place between sociological knowledge and artistic knowledge and flavours.

Artistic Sociology and hybridology

Science as a whole, and the social sciences in particular, have witnessed numerous epistemological and methodological battles, for example regarding boundaries and points of contact. After all, transversalities and intersections are commonplace in the intricate web that joins the various scientific branches and communities of the social sciences.

To help, albeit incompletely, in the clarification of this state of affairs, we will discuss below only the fields of knowledge that we refer to in this article: visual sociology and the neighbouring terrain of artistic sociology.

As far as visual sociology is concerned, it chiefly includes study objects and methods which refer both to the visual referential reality and the subjectivities, rationalities and sensibilities of the social agents, with regard to the visual processes they observe or produce. Douglas Harper (2012), one of the founding fathers of this field, charts its essential outlines, from theoretical aspects (reflective and narrative perspectives, phenomenology, ethnomethodology, semiology) to activated empirical techniques (visual ethnography, incorporated observation, photo-documentary, photo-elicitation and photo voice, multimedia). Luc Pauwels' latest book (2017) updates the subject's theoretical and methodological position, including new types of analysis for images and multimodal processes, ethical reflection and the production and communication of educational content, while also providing a range of case studies. Gillian Rose (2016), an authority on the methodology of visual sociology, published an updated fourth edition of her book which besides covering the same themes of earlier editions, such as archive photography, documentary, audiences and ethical issues, examines new research areas, such as data analysis and past cyberspace research on websites and digital social networks.

Amongst the first Portuguese studies on urban visual culture from a sociological perspective rather than that of art criticism, the following stand out: interpretation of the style and content of the art of the *Grupos Excursionistas e Jantaristas* [Excursionist and Dining Groups] which are associations that promote an original genre of culture and popular tourism in urban taverns (Andrade, 1979, 1986, 1988, 1991); reflection on the works of the visual artist Alvarez, which often feature urban themes (Andrade, 1987). A qualitative step was subsequently taken through the problematisation and state of art of visual sociology, at the international level and the sociological situation in Portugal, from the perspective of a sociology of social visibilities and a sociology of the gaze (Andrade, 1995, 1997a, 1997b).

Other relevant studies on urban cultures, at times targeting their visual aspects, include analyses of folk festivals in the North of Portugal (Pinto, Ribeiro & Durand, 2016), or the transformation of local cultures in this zone during the industrialisation period (Araújo, Cunha & Ribeiro, 2015). From this perspective of mobile processes in contemporary society, Sales (2015) discusses the case of online access. This digital city context must be revisited in terms of the creativity of users and citizens (Zagalo & Branco, 2015).

Artistic sociology, in turn, cannot be confused with visual sociology insofar as it is concerned with the arts in general and not just those that are conveyed visually.

Furthermore, artistic sociology is not the same thing as the sociology of art. The latter uses art as a theme and employs scientific methodology, similar or dissimilar to other areas of sociology. Unusually, artistic sociology firstly uses artistic methods to understand social problems, albeit confronting them asynchronously or synchronously with information gathering instruments and sociological analysis. However, even if it applies artistic methods and techniques, artistic sociology is different from sociological art. This art movement was essentially founded by Hervé Fisher (1977), Fred Forest (1977) and Jean-Paul Thénot (2012) in 1974, even though the name existed since 1968. Sociological art aimed to intervene critically on art and society, and also to question sociological theories and methods. It was chiefly critical of power and the mass media, using participation, provocation, simulacrum and irony.

In sum, artistic sociology, albeit separate, is linked to and hybridised with visual and art sociology, and also with sociological art, but in a contemporary society that is increasingly an incommensurable urban and digital network, and one that is above all founded on, and cast in, a hybrid form. Artistic sociology, after all, is understood as a hybrid knowledge that explores current hybrid reality and society. All of these hybrid fields of knowledge taken together are known as "hybridology" (Andrade, 2014; 2015).

For this desideratum, artistic sociology uses, amongst other instruments, the artistic hybridisation method. By mixing art techniques and genres, this method aims to describe, narrate, interpret, comprehend and explain the plural and profound nature of society, including cultural and artistic phenomena. Besides these hybrid artistic technologies, artistic sociology makes use of theories, concepts, methods and instruments of hybrid sociological reflection, for example hybrid concepts, *creole* terms that belong to different arts and cultures, central or peripheral, global or local. Mikhail Bakhtin (1983), in his literary criticism of works from diverse cultural origins in *The dialogic imagination*, uses the hybrid concept/method he names "chronotope" to express the complexity of the connection between time (*cronos*) and social spaces (*topos*), operated by disparate and at times antagonistic cultures or by polysemic literary genres. After all, where do culture and art end, and reflection on them begin?

Hybridology in general, and artistic sociology in particular, can be applied to multiple hybrid sociological study objects, of which the following are examples: the question of mobile cultures and the debate on tourism communication on urban and digital social networks.

Mobile cultures

In 1989, John Urry published a seminal work entitled *The tourist gaze.* In September 2011, the 3rd edition co-written with Jonas Larsen, entitled *The tourist gaze 3.0,* in the words of the authors, featured new analyses of photography and digitisation. This essay on the tourist gaze has influenced myriad studies on mobile cultures and urban and tourism mobilities, concepts also identified by John Urry (2007, 2011) in various other books he wrote, often in collaboration with Mimi Sheller (2004, 2006).

Mobile culture is an emerging paradigm in current mobile societies, where processes, capitals, actors and things, and the nature of culture, are in continuous movement and transformation. Mobile culture is a recent means of enjoying and knowing cultural heritage, linked to the mobilities and discourses on the urban. Today, in the public space of streets, museums and galleries, citizens, tourists and various social marginalities operate multimodal strategies of urban cultural communication, often based on digital media like mobile phones, aimed at knowing and enjoying tangible heritage (monuments, artworks, cinema/video) and intangible heritage (music, cultural e-heritage). In other words, we are seeing the emergence of a mobile cyberspace and cybertime. Cybertime is the set of social temporalities (or courses) operated by the user of social spatialities (trajectories) on the public cyberspace of the Internet, resident on servers or mobilised by mobile devices.

Returning to the distinction made in the introduction between methodology and methods, an interesting discussion exists today on sociocultural mobilities and their sociological interpretation. On the one hand, concerning those *mobile cultures* underlying *cultural and artistic tourism* (Hanna, 2015; Kaminski, 2014). On the other, as regards the mobilities relating to the processes and instruments of research, especially in relation to research that uses mobile digital devices and which at times found a mobile scientific culture.

Epistemology, theory and innovative methodologies were debated within the fields of these urban and digital mobilities. In fact, Colin Hall (2005) drew attention to the need to reconsider the epistemological foundations of the sociology of mobilities. The researcher can be seen as a scientific traveller between different social contexts besides the academic world (Slocum, 2015). In this view, research strategies in themselves, and qualitative methodology in particular, have undergone irreversible transformations, such as unprecedented interlinking between more classical epistemologies and methodologies, on the one hand, and so-called ontologies, on the other, in recent essays in the social and human sciences. Ontologies are nothing more than sets of concepts linked by specific relationships, representing logical and dialectical propositions that delimit a given area of knowledge, in particular by means of digital resources and instruments.

In particular, the relationship between travel and innovation has been seen as key in the social sciences (Hall, 2008). The very epistemological status of urban and digital travel and mobilities is called into question by the innovative concept of *slow travel,* a form of mobility that aims to understand, deeply and at a more meditative pace, the identities and differences between the world's peoples and cultures, at both a global and local level (Fullagar, 2012).

Other important writers and books who have analysed this issue include Bruno Latour et al who laid the groundwork for the actor-network theory. This is a reflexive theory closely connected to the modus operandi. It was first applied to academic or experimental empirical areas such as the scientific laboratory, but it was also used to understand social relations in wider reticular contexts, for example within digital social networks. The theory was also linked to the question of mobile cultures, especially tourism (Duim,

2012). The mobility behaviour and corresponding psychology of tourists is also related to the respective sustainability of urban policies (Cohen, 2014). Other innovative methods include mobile methods, such as where the researcher uses a laptop or mobile phone (Buscher, 2011), or visual research methods, in the case of tourism (Rakic, 2012).

Finally, with regard to empirical fieldwork, one cannot overemphasise that we are immersed in a mobile world, both as social agents and researchers, as Jennie Molz (2014) stresses. Our daily lives as citizens, tourists or any another condition and state of mobility are mobile (Elliot & Urry, 2010). In fact, on our planet, there are myriad forms of mobility, such as the intercultural sharing perpetrated by tourists (Barker, 2014), but also the dramatic diasporas of immigrants, re-localisations that require new and innovative policies of place (Verstrate, 2009). In this context of accelerated change, if the social scientist wants to follow the trail of other social agents rigorously, they will also have to apply the so-called mobile city technologies in their research (Scheller & Urry, 2006). Under these circumstances, the very nature of scientific fieldwork starts to metamorphosise (Hall, 2011).

Moreover, the "mobile cultures" concept is rooted in research on urban cultures and tourism begun in 1979-80 by the author of this paper. This research was disseminated and published, on the one hand, in books on the mass tourism of the *Grupos Excursionistas e Almoçaristas/Jantaristas* (Andrade, 1981, 1986). On the other hand, the research produced the concepts of "inter-travel" (a hybridisation of various types of travel: tourism, professional, political, religious, etc.); "critical tourism" (an anti-mass tourism attitude by tourists) and "counter-tourism" (the vision of an alternative world to that of local folk cultures by the native residents of societies visited by tourists).

These and other results were synthesised in the proposed creation, by the author of this paper, of a sociological genre called "semantic-logical sociology" (Andrade, 2011a, 2011b). This interpretative paradigm of society, amongst other pedestals, is forged in the tsunami of knowledge mobilised by new media, cyberspace technologies and mobile devices. In fact, sociology is undergoing a revolution at the epistemological, theoretical and methodological levels, based on the urban networks of the global metropolis connected to the social and semantic networks underlying the Social Web or Web 2.0 (Facebook, Twitter, Instagram, What's App) and the Social-Semantic Web or Web 3.0 (Freebase, Google, Wikipedia). For this desideratum, sociologists can use the GeoNeologic method, which consists of analysing and interpreting social processes in three dimensions: space (hence the prefix "geo"'); time, above all the rhythms of innovation ("neo"); and *logos*, a concept signifying the language of reason, or the reason of language, heard, spoken or written by social subjects. This trichotomy is inspired by the concept of *deixis* from Greek philosophy but applied to the social arena.

This analysis was recently perfected in an essay on "cultural e-tourism", i.e. tourism that takes place in urban, cultural and digital networks. Citizens, tourists and immigrants represent and present their own work, leisure and knowledge travels via the discourse produced and reproduced by their own journeys, mobilities and the respective descriptions, narratives and opinions, within the fabric of the city and on "cultural e-heritage" networks (Andrade, 2017).

Today, mobile phones offers apps that include augmented reality for profiles of consumers such as young people, tourists and social marginalities: i.e. they present real locations in images, video or 3D, and information about them in real time. This trend inaugurates an augmented urban and tourism culture where the reality of leisure time is boosted by the link between entertainment shows, relevant information about places visited and cultural events. The cities of Braga (in Portugal) and the Northeast have kept abreast of these smart development strategies for mobile culture, such as Braga's connection with the Unesco Creative City Network and Smart City. Additionally, within the framework of *risk societies*, a term suggested by Ulrick Beck (1992), it is important to reflect on risks such as the fetishism of digital urban culture and the reification of the tourism market; or their potential, for example more intense inter/transcultural exchange in cities and better knowledge of the societies that tourists visit.

A strategy for studying mobile urban and tourism communication

Urban visibility or invisibility are communicative processes that occur at the contextual level of the mediated city. This intermediation interlinks two levels of society. On the one hand, the visions of the world that circulate within the city, according to the social structures of the urban agents, such as age, gender, social class, ethnicity, educational level, etc.. On the other hand, the microscopic social visualities inherent to daily life (Andrade, 1995, 1997a, 1997b).

This question of the urban (in)visible is of special relevance within the framework of urban mobilities, and particularly mobile urban and tourism communication, for example in the case of cultural tourists visiting certain urban locations, such as museums and art galleries, with specific underlying modes of communication. The "Mobile Culture and Tourism Communication" project has been trying to extend this process since February 2017[1].

The metropolitan (in)visibilities shared by the Mobile Culture project and the advertising of some of the activities at the NewArtFest'17 Exhibition, examined below, whether of a citizen, tourism or migrant nature, is based on an intervention that is not just theoretical but also practical and participatory on the urban fabric. This collective action is known as artistic sociology and avant-garde virtual digital arts, but it also operates as a vehicle for sharing cultural experiences in today's intercultural and transcultural world.

Artistic sociology and the hybrid monument

A hybrid monument is a building which fuses various monuments to celebrate a cultural heritage that is both separate yet common. It can help citizens, tourists and immigrants to understand local or global cultural heritage within a transcultural strategy. Transcultural means the transformation of culture into knowledge, particularly in the contexts of City 3.0 and Tourism 3.0, ideas discussed in the following section of this paper.

[1] The "Mobile Culture and Tourism Communication" project brings together a team coordinated by the author of this article at the Communication and Society Research Centre of the University of Minho in Braga, Portugal.

The Tower of Belém in Lisbon and the Eiffel Tower in Paris are two notable urban cultural and tourism icons. By hybridising them, they become an exciting example of a hybrid monument (Figure 1).



Figure 1: A hybrid monument

In fact, they are not exactly twin towers, but they are testimony to a common process of cultural inheritance. The Tower of Belém is a metaphor for a ship, a celebration of the Portuguese voyages of discovery in the 16th century that Immanuel Wallerstein (2011) suggests began the process of globalisation. The Eiffel Tower is the symbol of another period of globalisation, the 19th century industrial revolution. However, the hybridisation of these two different, yet very similar, towers tells us that we must differentiate and connect all the cultures of the world dialogically, democratically and equally.

After all, hybridology is also defined as the study of the entities of an intercultural and transcultural world. In fact, hybridology uses hybrimedia, i.e. a medium that transforms original media (those at the start of a given process), such as the building medium (exemplified here by the Tower of Belém and the Eiffel Tower), into original or innovative media (a hybrid building medium, illustrated here by the hybrid monument).

Tourism 3.0 and City 3.0

Various theoretical positions suggest what actually constitutes the phenomena of Tourism 3.0 allied to the context of City 3.0.

Greg Richards (2011) defines Tourism 3.0 according to these attributes: the greater interest by tourists in intangible heritage; the overcoming of the dichotomy between high and popular culture, witnessed for example by tourists' interest in the street; the hybridisation between cultural production and consumption; and the desire for authentic experiences. This author relates Tourism 3.0 to so-called Culture 3.0 (Sacco, 2011), with which it shares characteristics. Besides seeing culture as a product derived from the 18th and 20th-century industrial economy (Culture 1.0), or the idea of culture as a cultural industry in the 20th century (Culture 2.0), the notion of Culture 3.0, associated with the new digital technologies, means that culture is a means of creating identity and values, stimulating social cohesion and incentivising creativity. John Urry himself, as mentioned earlier, updated the 2009 edition of the classic *The Tourist Gaze* to *The Tourist Gaze 3.0* in 2011.

However, in my opinion, to define Tourism 3.0 and City 3.0, these positions do not take various complex phenomena inherent to urban social networks sufficiently into consideration, such as those underlying the digital social networks characteristic of Web 2.0 and Web 3.0 (Andrade, 2011b), notions that we shall clarify below.

Firstly, the tourist, when visiting any destination, not only gathers information about the place visited, but also knowledge and flavours that are characteristic of them (Andrade, 1992). In fact, any location is founded on and fused with local social networks, inside their physical and geographical space and time. One example is the Portuguese tavern. In this space and time, local flavours (food, drink, etc.) are enjoyed alongside local knowledge (habits, values, traditions, innovations, etc.). These urban social networks include everyday and collective people, objects, spaces and time.

Secondly, mass tourism is today supported via digital social networks, a new paradigm in relation to pre-modern and locative social networks, which have recently been transformed into global social networks.

These digital social networks are not just organised in cyberspace but also in cybertime. It should be remembered that this concept means the number of steps taken in the networks of virtual public space, and occurred through certain tempos in digital public time.

In the 1990s, internet users could read information but almost could not write it, their participation being somewhat limited. This communication model is called Web 1.0.

Since the 2000s, Internet explorers have been able to read and write more in-depth and current information, in more participatory ways. This was the origin of Web 2.0 or the Social Web (Facebook, Twitter, Instagram, etc.), whereby citizens and tourists have been using mobile devices extensively and intensively for several years.

In the 2010s, Web 3.0 or the *social semantic web* emerged, whereby on websites, blogs, wikis and Web 3.0 networks opinions and interpretations on the information in circulation are shared, to a greater extent than on Web 2.0. In other words, besides the social network, Web 3.0 is a semantic network, insofar as it offers meanings on the actions and words spoken by its users in reticular connection. Some pioneering examples are Wikipedia and wikis in general, and the Freebase project, recently taken over by Google.

At first, residents and tourists, and even immigrants and other social marginalities, discover that society is a *SO(C)ITY,* i.e. a social city. This social city means that the urban space can be enjoyed through art and reflection on the daily life of its inhabitants and visitors. This enjoyment of urban leisure space and time by local and global citizens today is often conducted through mobile devices like the mobile phone.

These mobile devices are veritable pocket computers that provide more than just information. Secondly, they also allow incommensurable knowledge about the societies and cultures visited, as well as about their visitors, to be shared.

In other words, the city becomes a City 3.0 or social semantic city, i.e. that globalised place whose ultimate current meaning is as follows: a geographical urban network which uses the digital, social and also semantic networks characteristic of Web 3.0, particularly in the activities of Tourism 3.0.

Artistic sociology: an innovative epistemological and methodological configuration?

Next, we will try to apply the previous considerations to the extension activities included in the aforementioned "Mobile Culture and Tourism Communication" project by using various sociological approaches, digital technologies and artistic strategies. The sociological content referred to below, and included in Appendix 1 to 4, was shown at the NewArtFest'17 digital art event in the hybrid form of the methodology circumscribed above as artistic sociology in the "Artistic Sociology and Hybridology" section. We must remember that a methodology can be partly perceived as a problematisation grid or a grammar of methods and techniques. As we shall see, this methodology circumscribes the Sociological Exhibition method, which in turns includes three techniques: sociological comics; the virtual visual survey; and the virtual sociological gallery.

These ideas are shown briefly in Appendix 2, 3 and 4, and in two simple pedagogical forms intended for students, teachers and researchers, amongst other audiences. On the one hand, the descriptive sheets of each work art, besides having been used to organize the NewArtFest'17 event, allow the succinct definition of social and sociological content, and show empirically how you draft a technical descriptive sheet for the purposes of managing or enlivening exhibitions, for extensive activities in museums, art galleries or other urban public spaces. On the other, the illustrations supply a more iconic perspective of the rationalities and sensibilities involved both in the citizen's experience of urban and tourism cultures and the sociologist's interpretation and explanation of them.

In terms of the empirical field and fieldwork conducted within the framework of artistic sociology, it may be here that some innovation may be credited to this paper. On the one hand, original techniques are used, such as sociological comics and new technologies such as augmented reality in the virtual visual sociological gallery technique. These are attempts to open up sociological writing up to new media and argumentative resources that are more active and seductive for expressing and developing scientific, technological and artistic literacy by the researcher and teacher.

On the other hand, the aim is to raise awareness amongst citizens, tourists and urban marginalities of the need to use sociology as a means and a medium to understand their daily life, and thus transform them into research audiences. In this aspect, it is key to extend and understand the practices and opinions of these audiences with regard to the presentation and exposure of sociological material in unusual fields, such as museums and art galleries, or other public places, e.g. the street and urban walls, which also function as palimpsests of academic knowledge, but in close and sound dialogue with common knowledge. Perhaps it will thereby be possible to contribute to analysing social and sociological issues in a more interesting and participatory manner, test hypotheses in a broader and more convincing fashion, and disseminate ongoing research to a wider audience beyond the academic world.

The Sociological Exhibition method

Using the Sociological Exhibition method, various audience profiles were filmed by the sociologist, which commented, discussed, appreciated or criticised content, objects of study and sociological methods in an environment beyond the university while exposed to visual arts, as if they were art objects. This device, simultaneously discursive and counter-discursive, calls into question not just some traditional pedagogical methods, such as the mere use of Powerpoint presentations in class, but also research methodology and the art exhibition itself. In these pedagogical and plural research domains, these processes should be more deeply hybridised, as in other alternative spaces and times.

The sociological comic technique

This technique attempts, by means of a story, to express: (a) the knowledge implemented by institutions located in the communicative, democratic and digital contemporary city, such as academia; (b) and, on the other hand, the knowledge produced by urban digital citizens. And it does so by using the particular method of comics. However, social issues are not only understood and used as a substantive theme to propel this "sociological story". They are also immersed in the very mode of representing and presenting real or imaginary worlds. For example, social problems may not just be narrated but also analysed by means of a sociological search that uses visual and textual arguments inside comic book panels (see Technical Sheet 1 and Figures 4 to 10).

The virtual-visual survey technique

The second technique used by artistic sociology aims to overcome some of the disadvantages of the sociological survey, such as the somewhat routine and scarcely motivating traditional questionnaire, in the way it is directly and indirectly conducted. For that reason, a virtual-visual survey on 2D animated video was developed that included a central question on the economic, political and cultural situation of our global/local and transcultural network societies (see Technical Sheet 2 and Figures 12 to 19)

The virtual sociological gallery technique

Finally, the third technique applies recent digital technologies to sociological research. Edmund Husserl (1975) limits the phenomenological process to three key stages: perception, consciousness and knowledge of reality. With regard to knowledge, in the framework of a genealogy of logic, it analyses the pre-predicative experience, the structure of predicative thought and the origin of conceptual thought. Alfred Schultz (1967) adapts Husserl's phenomenology to social reality, establishing the grounds and pedestals of the action of the participatory citizen in the worlds of everyday life (*lebenwelt*).

In the case of the virtual sociological gallery, hybrid reality consists of a mode of experience, consciousness and unprecedented knowledge of urban cultural reality. In

fact, virtual sociological gallery hybridises the real reality of exhibition visitors, to its interpretative modes and logic mobilised by the social scientist, for example virtual reality (immersion in 3D virtual world) and augmented reality (experience of a an 3D virtual world with added textual, statistical, geographical and other information in real time). The epistemological and methodological consequences for education and innovative sociological research are decisive.

For example, it is possible to enliven a class on cultural heritage and tourism by presenting sources and debates using mobile devices and augmented reality apps. Or by using hardware and software to compile, analyse, interpret and disseminate content in research projects, not just in an academic context, but also in urban places of culture where the citizen and tourist share their daily itineraries, amidst an intercultural and hybrid dialogue (see Appendix 4, Technical Sheet 3 and Figures 20 to 23).

Conclusion

By way of a final conclusion, let us return to some of the questions raised in this paper, in order to propose suggestions for an urgent discussion and debate.

In terms of the results, which are always provisional in a mobile field such as the one that we propose to address herein, and with regard to the sense of epistemological disquiet mentioned in the Introduction, it seems to us that Hybridology (i.e. the study of hybrid entities by means of hybrid knowledge), will become one of the most pressing arenas of discussion over coming years. For example, this will apply to some of the problems in the field of inter-culturalism and trans-culturalism, such as the media discourse on social agents who are perceived to be "hybrid", whether returnees, immigrants or refugees (Marinho, 2015). At the level of theoretical reflection in the sociological field, the concepts of "mobile culture" and "urban and tourist communication" will probably be viewed as two cornerstones of Communication and New Media Sociologies. At the level of methodologies, the Sociology of Art, as outlined above, will establish one of the possible and probable cross-breeding grounds between rational knowledge and sensible wisdom.

With regard to the pitfalls and limitations of research, this journey towards knowledge will certainly entail uncertainties. However, sociological writing involves inherent social, professional, epistemological and sociological risks.

In relation to improvements that it may be possible to attain in the future, such a strategy will only be possible through dialogue and sharing of at least three modes of knowledge: scientific knowledge; the professional knowledge of mediating institutions, such as the museum; and the common or ordinary knowledge of a new research audience that will gradually emerge in urban and digital social networks, including the following social agents: from the outset citizens and tourists, and also the various marginal social groups including, among others: pensioners, persons with disabilities, immigrants, and ethnic, political, religious and gender-based minorities.

Finally, as far as future steps are concerned, all writers and readers of the Social and Human Sciences, knowledgeable people and research audiences must participate

in this, and other necessary, collective debates, where the difficulties and successes, innovations and repetitions, are intertwined in hitherto unseen solidarity-based social, scientific, technological and artistic networks that aim to produce, interpret and disseminate hybrid knowledge, without any definite certainties. Ultimately we're all, to a greater or lesser extent, citizens, tourists and immigrants of the scientific, technological and artistic knowledge, who aim to be critical, and at some scale, however small, also be innovators.

Translated by Martin Dale (Formigueiro, Conteúdos Digitais, Lda)

Biographical note

Pedro Andrade is a Researcher at the University of Minho and has a PhD in Cultural Sociology from FCSH-Universidade Nova, Lisbon. He has taught Sociology at the Universities of Coimbra, Lisbon and Minho. Areas: Sociology, Visual Arts / Cinema, Communication / Social Networks, Methodologies and Hypermedia. Coordinator of projects funded by the FCT: "Scientific-Technological Literacy and Public Opinion: the case of Science Museums"; "Public Communication of the Arts: the case of Local / Global Art Museums". As a member of the Paris Film Coop, he directed: Film Saboté Spatial and Cinéma Corps. Hypermedia / hybrid works: 1st Portuguese cultural webpage (1995). Sociological Games (2006). Hybrid Blog (2006). Novela GeoNeoLógica (2009). Social-Semantic Sites in Web 2.0 and Web 3.0 Networks (2011). Sociological Comic Strips (2013/2016).

E-mail: pjoandrade@gmail.com
Address: Calçada dos Mestres, 7, 4º B, 1070-176 Lisbon
Communication and Society Research Centre. Campus de Gualtar. 4710-057 Braga, Portugal

Bibliographic references

Andrade, P. (1979). A taberna. *Arte-Opinião*, *6*, 13-16.

Andrade, P. (1981). *Les groupes 'excursionistes'-'de déjeuners' portugais et leur art*. Paris: École des Hautes Études en Sciences Sociales.

Andrade, P. (1986). A arte excursionista. *Colóquio-Artes*, *68*, 5-11.

Andrade, P. (1987). Alvarez, pintor dionisíaco. *Colóquio-Artes*, *74*, 20-25.

Andrade, P. (1988). O beber e a tasca: práticas tabernais em corpo vínico. *Povos e Culturas*, *2*, 223-263.

Andrade, P. (1991). A taberna mediática, local reticular de negociações sociais e sociológicas. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, *33*, 265-286.

Andrade, P. (1992, February 5). A taberna e o beber, seus sabores e saberes. *Correio das Regiões*, p. 6.

Andrade, P. (1995a). Editorial português. *Atalaia*, 1/2, 15-21.

Andrade, P. (1995b). A negociação do visível: as visibilidades sociais enquanto objecto teórico ilustrativo da Sociologia interdimensional e mediadora-I. *Atalaia*, *1/2*, 73-93.

Andrade, P. (1997a). A negociação do visível-II: o tempo das visibilidades sociais e as visões da natureza. *Atalaia*, *3*, 143-151.

Andrade, P. (1997b). Sociologia do olhar: um novo olhar sobre a sociologia? *Atalaia*, *3,* 197-201.

Andrade, P. (2011a). *Sociologia semântico-lógica da web 2.0/3.0 na sociedade da investigação: significados e discursos quotidianos em blogs, wikis, mundos/museus virtuais e redes sociais semântico-lógicas.* Lisboa: Edições Caleidoscópio.

Andrade, P. (2011b, february).*Tourism imaginaries and web 3.0: a quest of meaning at the art museum*. Paper presented at congresso International Conference Tourism Imaginaries, Berkeley, University of California.

Andrade, P. (2014). Post-colonial co-ordinary literature and web 2.0/3.0: thinking back within transmediatic knowledge. In M. Pope (Ed.), *New literary hybrids in the age of multimedia expression: crossing borders, crossing genres* (pp. 123-144). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.

Andrade, P. (2015). Hybridologie. In M. Veyrat (Ed.), *110 Notions sur les Arts Numériques* (pp. 179-80). Paris: Les Éditions de l'Immatériel.

Andrade, P. (2017). Cultural e-tourism depicted by digital discourse: innovative mobilities at urban e-heritage networks. In M. Bielenia-Grajewska & M. Ríos (Eds), *Innovative perspectives on tourism discourse* (pp. 1-17). Hershey: IGI Global.

Bakhtin, M. (1983). *The dialogic imagination: four essays*. Austin: University of Texas Press.

Barker, A. (2014). *Identity and intercultural exchange in travel and tourism*. Bristol: Channel View Publications.

Beck, U. (1992). *Risk society: towards a new modernity*. London: Sage.

Büscher, M. & Urry, J. (2011). *Mobile methods*. London: Routledge.

Cohen, S. & Higham, J. (Eds.) (2014) *Understanding and governing sustainable tourism mobility: psychological and behavioural approaches*. London: Routledge.

Dillman, D., Smyth, J. & Christina, L. (2009). *Internet, mail and mixed-mode surveys: thetailored design method*. Hoboken: John Wiley & Sons.

Duim, R., Ren, C. & Johannesson, G. (Eds.) (2012). *Actor-network theory and tourism: ordering, materiality and multiplicity*. London: Routledge.

Elliott, A. & Urry, J. (2010). *Mobile lives*. London: Routledge.

Fischer, H. (1977). Theorie de l'art sociologique. Paris: Casterman.

Flanagan, M. (2009). *Critical play: radical game design.* Cambridge, Massachussets: The MIT Press.

Forest, F. (1977). *Art sociologique vidéo: dossier Fred Forest.* Paris: UGE.

Fullagar, S., Markwell, K. & Wilson, E. (Eds.). (2012). *Slow travel and tourism: experiences and mobilities*. Bristol: Channel View Publications.

Gleick, J. (2008). *Chaos: making a new science*. London: Penguin Books.

Goodson, L. (Ed.) (2004). *Qualitative research in tourism: ontologies, epistemologies and methodologies*. London: Routledge.

Hall, C. & Williams, A. (2008). *Tourism and innovation*. London: Routledge.

Hall, C. (2011). *Fieldwork in tourism: methods, issues and reflections*. London: Routledge.

Hall, C. (2005). *Tourism: rethinking the social science of mobility*. Upper Saddle River: Pearson/Prentice Hall.

Hanna, S., Potter, A., Modlin, E., Carter, P. & Butler, L. (Eds.) (2015). *Social memory and heritage tourism methodologies*. London: Routledge.

Harper, D. (2012). *Visual sociology*. London: Routledge.

Husserl, E. (1975). *Experience and judgment*. Illinois: Northwestern University Press.

Kaminski, J., Benson, A. & Arnold, D. (Eds). (2014). *Contemporary issues in cultural heritage tourism*. London: Routledge.

Kozinets, R. (2012). *Netnography: doing ethnography research online*. London: Sage.

Leavy, P. (2009). *Method meets art: arts-based research practice*. New York: The Guilford Press.

Marinho, S. (2015). Retornados e refugiados: as histórias dos media. In M. Pinto, S. Pereira & M. J. Brites (Eds.), *Os media e a crise dos refugiados: agenda de atividades* (p. 9). Braga: CECS, Universidade do Minho.

Molz, J. (2014). *Travel Connections: tourism, technology and togetherness in a mobile world.* London: Routledge.

Paquette, G. (2010). *Visual knowledge modelling for semantic web technologies: models and ontologies*. New York: Hershey.

Pauwels, L. (2006). Representing moving cultures: expression, mutivocality, and reflexivity in anthropological and sociological filmaking. In Luc Pawels (Ed.), *Visual cultures of science: rethinking representation practices iin knowledge building and science communication* (pp. 120-152). Hanover: University Press of New England.

Pauwels, L. (2017). *Reframing visual social science: towards a more visual sociology and anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Pinto, M., Ribeiro, R. & Durand, J. (2017). Bugiada e mouriscada de Sobrado: a festa como património. In M. Menezes, J. Costa & J. Rodrigues (Eds.), *Intangibility matters. Proceedings IMaTTe 2017 International conference on the values of tangible heritage* (pp. 83-84). Lisbon, May 29-30, 2017. LNEC: Lisboa.

Rakic, T. & Chambers, D. (2012). *An introduction to visual research methods in tourism*. London: Routledge.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of Tourism Research*, *38*(4), 1225-1253.

Rose, G. (2016). *Visual methodologies: an introduction to researching with visual materials.* London: Sage.

Sacco, P. (2011). *Culture 3.0: a new perspective for the UE 2014-2020 structural funds programming.* [Paper for the OCM Working Group on Cultural and Creative Industries, April 2011].

Sales, C. (2015). In the meantime or the (ab)use of online accessing during mobility. *Comunicação e Sociedade*, *28*, 229-251.

Schutz, A. (1967). *Phenomenology of the social world*. Illinois: Northwestern University Press.

Sheller, M. & Urry, J. (2004).*Tourism mobilities: places to play, places in play*. London: Routledge.

Sheller, M. & Urry, J. (2006). *Mobile technologies in the city*. London: Routledge.

Slocum, S. & Kline, C. (Eds.) (2015). *Scientific tourism: researchers as travellers*. London: Routledge.

Thenot, J. (2012). *Petit traité d'existence à l'usage des jeunes artistes et des amateurs d'art*. Grenoble: Critères Editions.

Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.

Urry, J. & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. London: Sage.

Verstraete, G. (2009). *Tracking Europe: mobility, diaspora, and the politics of location*. Durham: Duke University Press.

Wallerstein, I. (2011). *The modern world-system I: capitalist agriculture and the origins of the European world economy in the sixteenth century*. California: University of California Press.

Zagalo, N. & Branco, P. (2015). *Creativity in the digital age*. London: Springer London.

*** Submitted: 30.11.2017**
*** Accepted: 15.03.2018**

Appendix 1: The exhibition New Art Fest'17, as an empirical field for the presentation of sociological methodologies developed in the Mobile Culture and Tourism Communication Project (examples of dissemination of the event and direct observation of the inauguration of the exhibition)

In October and November 2017, in Lisbon, the first actions of the project "Mobile Culture and Tourism Communication" were co-organized, in addition to the previous planning work that had been conducted in Braga. The intention was twofold: on the one hand, to communicate to Portuguese citizens and visitors to the city of Lisbon (tourists, immigrants, etc.) a *preview* of the city, i.e. to visualise it before they look at the plurality of daily life in Lisbon and other cultural events); and also to disseminate a *post-vision*, i.e. a visual look after viewing the city *in situ*.

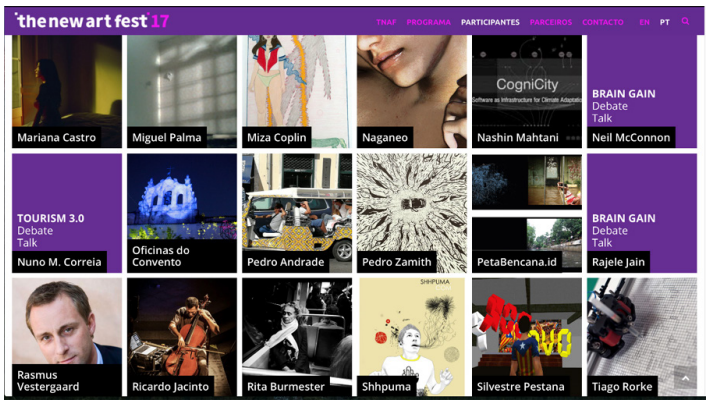


Figure 2: Programme and participating authors in the cultural event NewArtFest'17 (extract)

The Mobile Culture project has exchanged several core themes with the event, revolving around the latest tourism and urban phenomena.

The website's mission statement said that the two main 'flavours' of the event are the social-semantic city (founded on urban and digital, social and semantic networks) and the '*GeoNeoLogical city*', i.e. time and logos, a trichotomy which, as has been pointed out above, is based on the Greek word, *deixis*.



Figure 3: Audience viewing the works of the *Sociological Exhibition* and *Virtual Sociological Gallery* (top) and *Virtual Survey* (centre). Below, the author is talking with the curators of the Natural History and Science Museum, the event's venue

Appendix 2: The method of the Sociological Exhibition applied to Tourism 3.0 / City 3.0 and the sociological comic strip technique

Technical sheet 1:

Title of the work: Sociological Exhibition on Tourism 3.0 / City 3.0: Mobile Art, from Artists to Tourists and Citizens

Year: 2017

Technique / *Medium*: Sociological Comic Strip, based on an assembly of photographs.

Format: 2D

Dimension: 1,5x1m.

Synopsis: this work of art is understood as a sociological exhibition about Tourism 3.0 in City 3.0. In particular, it clarifies the meaning of mobile art, in the context of contemporary social and semantic networks, activated by citizens and tourists. This art proposal constitutes a paratext, in the words of Gerard Genette. In other words, it is a set of contents that works as a business card or aperitif, for the presentation of other content, such as those included in other works of art by the same artist, for example the Virtual Survey and Virtual Sociological Gallery on City 3.0 / Tourism 3.0

Equipment needed for assembly and / or exhibition: assembly by the company X;

Specific requirements for assembly, transportation or other: transport by the company X;

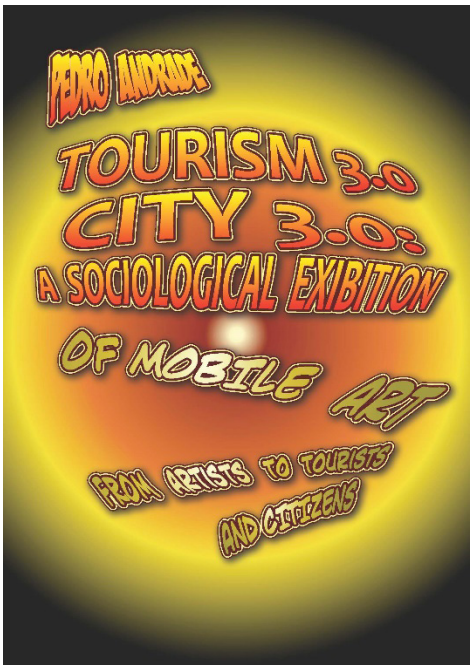


Figure 4: Sociological exhibition



Figure 5: Tourism 3.0



Figure 6: Mass tourism



Figure 7: The three ages of the internet: Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0



Figure 8: Society is a So(City)

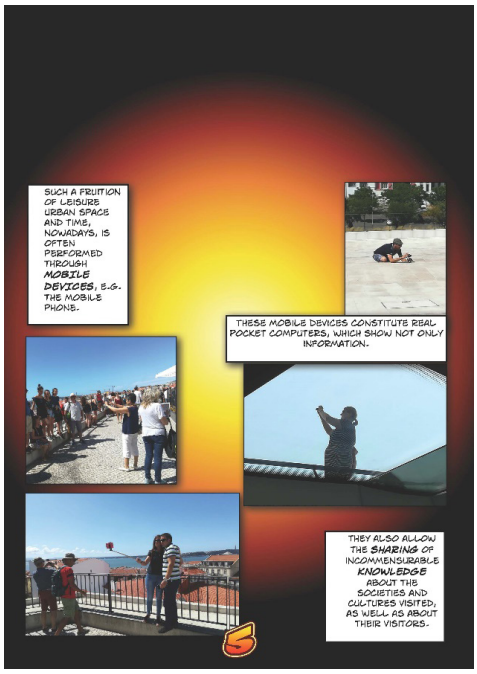


Figure 9: Mobile devices



Figure 10. City 3.0, a social-semantic network



Figure 11: Hybrid Reality in the event NewArtFest'177

Appendix 3: the visual-virtual survey technique on City 3.0 / Tourism 3.0

Technical sheet 2:
Title of the work: Visual-virtual survey on City 3.0 / Tourism 3.0
Year: 2017
Technique/*Medium*: Video
Format: 2D
Dimension: N.A.
Synopsis: *The city and tourism 3.0 (or 'social-semantics')* are based on a network of social meanings and singular semantic interpretations about the public space of daily life. This network is developed by the multiple agents who intervene in the urban fabric (local residents, tourists, immigrants, etc.). It is a *'geo-neo-logical'* process. In other words, it takes place in a specific territory (hence the prefix 'geo'), in a period of continuous innovation (at a 'neo' rhythm), and implies different languages mobilized by urban actors. 'Logos' means the language or reason produced by social subjects.

A central question is posed to well-known politicians: what is the main transformation that affects contemporary cities and related phenomena, such as tourism and immigration?

Equipment needed for assembly and / or exhibition: video screen
Specific requirements for assembly, transportation or other: N.A.



Figure 12
Text of the soundtrack and subtitles of the video: European countries need the United Kingdom more than the inverse, for city mobilities too. In truth, Europe should pay compensations for not letting Britain abandon Europe to its mobile destiny



Figure 13
Text of the soundtrack and subtitles of the video: Mobile Europe must implement austerity for South European citizens, and neo-liberal mobility for immigrants



Figure 14
Text of the soundtrack and subtitles of the video: French cities are the best tourism and immigrant destination, except for a special type of migrants, meaning terrorists



Figure 15
Text of the soundtrack and subtitles of the video: United Nations must be more united through the mobility of citizens, immigrants and tourists across world cities



Figure 16
Text of the soundtrack and subtitles of the video: I don' t see any problem if the region of Spain wants to separate from Catalonia, providing they accept to dialogue



Figure 17
Text of the soundtrack and subtitles of the video: My favourite sport is tourism in the Crimea peninsula and Europe cities. Instead of cars, it is more practical to travel with tanks. Thanks, Europe...



Figure 18
Text of the soundtrack and subtitles of the video: Nuclear power is the perfect way to make equal all people and states. That's why I want to use nuclear weapons in all cities of the planet...



Figure 19
Text of the soundtrack and subtitles of the video: Immigrants are all fake tourists, and I am going to fire them all

Appendix 4: The Virtual Sociological Gallery technique on the City 3.0 / Tourism 3.0

Technical sheet 3:

Title of the work: Virtual sociological gallery technique on the City 3.0 / Tourism 3.0

Year: 2017

Technique/*Medium*: Video, Augmented Reality, *Hybrid Reality*

Format: 2D and 3D.

Dimension: N.A.

Synopsis: this work of art organises *content and knowledge about Lisbon and tourism* in this city, through texts, images and socio-semantic sites within Web 3.0. When entering the application, the user can choose between the following links: *Home*: introduction to the exhibited content; *About*: CV of the author; *Gallery*: virtual exhibition of images of the Hybrid Monument; other links lead to social-semantic sites *Experimental Books* and *Web 3 Novel,* where there are various contents about the city, culture and tourism. The *Hybrid Monument* means a merger between the Tower of Belem in Lisbon and the Eiffel Tower, which operates a link between diverse cultural heritage. Here, it is queried through an augmented reality device. The visitor of the *Virtual Sociological Gallery* experiments with an unprecedented and seminal mix of social, virtual, augmented and mixed realities, in a process that produces *Hybrid Reality.*

Equipment needed for assembly and / or exhibition: mobile phone

Specific requirements for assembly, transportation or other: N.A.



thenew art fest 17
where art meets technology

SOCIOLOGICAL VIRTUAL GALLERY
PEDRO ANDRADE © 2017

To see HYBRID REALITY, which is a hybridization of REAL, VIRTUAL, AUGMENTED and MIXED REALITIES:

1. **Search and download the app indicated in the NewArtFest'17 expo hall, into your mobile device at:**
   google play store: https://play.google.com/store
   itunes store: https://www.apple.com/pt/itunes/
2. **Open the app, choose the Augmented Reality button and search for SOCIOLOGICAL VIRTUAL GALLERY.**
3. **Enter the password: socvirgal**
4. **Focus the TARGET IMAGE in the wall, containing a HYBRID MONUMENT, which is a cultural hybridization of French Eiffel Tower and Portuguese Belem tower.**
5. **Search, enter and browse the virtual gallery and see:**
   - **the EXPO OF HYBRID MONUMENT IMAGES using Showcase button;**
   - **the ART WORK DESCRIPTION via Home button;**
   - **the AUTHOR BIO by clicking About button;**
   - **INFO AND KNOWLEDGE on culture, literature, the city, social-semantic networks,**
   - **and on other Geo (urban places), Neo (innovative rhythms) and Logos (people languages), through the links on the left towards the SOCIAL SEMANTIC SITES named EXPERIMENTAL BOOKS and WEB 3 NOVEL.**

Figure 20: Room sheet in the exhibition

HYBRID MONUMENT
Pedro Andrade © 2017

A hybrid monument is a building that operates a fusion of several monuments, in order to celebrate a common cultural heritage. It may help citizens, tourists and migrants, to understand local or global cultural heritage, within a transcultural strategy. Transcultural means the transformation of culture into knowledge, within City 3.0 and Tourism 3.0 contexts.

Belem tower at Lisbon and Eiffel tower at Paris, are two notable cultural and tourist urban icons. Through their fusion, they constitute an example of a hybrid monument.

They aren't exactly twin towers, but they testify a common cultural heritage process. Belem Tower is a ship metaphor, to celebrate the Portuguese discoveries at the XVI century, which initiated the process of globalization. Eiffel Tower is a symbol of another globalization, the industrial revolution around the world at the XIX century. However, their hybridization adverts us that we must both differentiate and connect all world cultures, within a dialogic, democratic and equalitarian basis.

Figure 21: Destinations of the hyperlinks: Home: description of the Hybrid Monument

EXPERIMENTAL BOOKS
Pedro Andrade © 2011

https://sites.google.com/site/livrosexperimentaisenglish/



Figure 22: Destinations of the hyperlinks: site Experimental Books

WEB 3.0 NOVEL
Pedro Andrade © 2011

https://sites.google.com/site/web3novelenglish/



Figure 23: Destinations of the hyperlinks: site Web 3.0 Novel

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 271 – 290
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2917

Mudanças metodológicas e desafios na medição da liberdade de informação. Uma análise dos índices Repórteres Sem Fronteiras e Freedom House

Ruth de Frutos & Diego Giannone

Resumo

O artigo analisa os principais desafios metodológicos colocados pelos dois indicadores mais importantes para medir a liberdade de imprensa no mundo. Freedom House (FH) e Repórteres Sem Fronteiras (RSF) tornaram-se referência para estudos que vão além da liberdade de imprensa, e sua importância nos obriga a analisar os aspetos metodológicos que determinam essas metodologias e que são omitidos. Os resultados deste estudo, ao analisar-se a avaliação dos países latino-americanos nos índices RSF e FH, nos permitem determinar que esses instrumentos apresentam graves deficiências metodológicas que, embora se tenham tentado corrigir, continuam a ser fonte de inúmeras controvérsias, como a ausência de mecanismos de proteção dos jornalistas em seus instrumentos de medição.

Palavras-chave
Indicadores; liberdade de imprensa; Freedom House; metodologia, Repórteres Sem Fronteiras

Abstract

The article analyses the main methodological challenges of the two most important indicators in measuring freedom of the press around the world. Freedom House (FH) and Reporters Without Borders (RWB) have become references for studies that go beyond freedom of the press and their importance forces us to analyze what the methodological aspects are that determined these methodologies and which are omitted. The results of this study make it possible to determine that the indicators of Reporters Without Borders and Freedom House present serious methodological deficiencies that, although they have tried to correct, continue to be the source of numerous controversies, such as the absence of mechanisms to protect journalists in their measurement instruments.

Keywords
Indicators; freedom of information; Freedom House; methodology; Reporters Without Borders

Introdução

Desde a década de 1980, houve um crescimento exponencial de índices destinados a medir o desempenho de um Estado. Questões como liberdade econômica, competitividade, ambiente de negócios, idoneidade creditícia, democracia, corrupção e transparência tornaram-se temas centrais de vários *benchmarks* globais produzidos por instituições internacionais, organizações governamentais e não-governamentais e atores privados.

Entre esses fatores, a liberdade de informação tem sido – juntamente com a liberdade - o foco principal da Freedom House (FH), com a publicação anual do Índice de Liberdade de Imprensa (FPI). Por mais de vinte anos, este instrumento tem sido praticamente a única medida da liberdade de mídia global. Somente nos últimos anos foi criado um novo instrumento pelos Repórteres Sem Fronteiras (RSF): o Índice Mundial de Liberdade de Imprensa (WPFI). No entanto, como esses índices diferem? E como eles se parecem? Que concepção(ões) de liberdade de informação eles medem e promovem? E de que maneira o uso de um índice influencia nossa percepção do nível de liberdade de informação no mundo? O artigo pretende abordar essas questões, propondo uma análise profunda dos aspectos teóricos e metodológicos dos dois instrumentos e focalizando dois problemas específicos: a segurança dos profissionais de mídia e a maneira pela qual os dois instrumentos medem a liberdade de informação na América Latina.

A segurança dos jornalistas é uma das principais preocupações da Organização das Nações Unidas (ONU) nos últimos anos[1], mas é extremamente difícil de quantificar. De fato, as organizações que medem a liberdade de expressão e o direito à informação introduzem as agressões sofridas pelos jornalistas em seus indicadores de maneira difusa, priorizando a análise qualitativa e não quantitativa. Esta hipótese requer um estudo detalhado de dois dos principais instrumentos, o FPI e o WPFI.

A liberdade de imprensa e o desenvolvimento da mídia têm sido fonte de numerosos estudos em escala internacional (Unesco, 2017). No entanto, a academia tem mostrado um interesse irregular nas ferramentas de medição usadas para medir esses parâmetros (Becker, Vlad & Nusser, 2007; Holtz-Bacha, 2011) e, especialmente, nos aspectos abordados metodologicamente nessas medições. Esta pesquisa analisa criticamente dois dos instrumentos de medição mais conhecidos, como os desenvolvidos pelos RSF e FH. Em particular, a presente investigação observa como os RSF e a FH analisam vários parâmetros, dentre os quais se inclui, por sua gravidade, a segurança dos jornalistas.

> Quando os jornalistas são alvos, as sociedades como um todo também pagam o preço. O tipo de notícia que é silenciada – corrupção, conflitos de interesses, tráfico ilegal – é exatamente o tipo de informação que o público precisa saber. (Guterres[2], 2017)

Com base em estudos anteriores sobre a estrutura ideológica e conceitual desses indicadores (de Frutos, 2014; Giannone, 2014; Giannone & de Frutos, 2016), optou-se

[1] Apenas para dar um exemplo, o Conselho de Segurança das Nações Unidas adotou oito resoluções sobre a segurança dos jornalistas. "Desde 2012, oito resoluções sobre a segurança de jornalistas foram aprovadas por vários órgãos da ONU. Juntos, eles fornecem uma estrutura para a promoção da segurança de jornalistas em nível global e, mais importante, em nível nacional e local. Quatro resoluções foram aprovadas pela AGNU, três pelo CDH, uma pelo CSNU e outra pela Unesco. Antes de 2012, apenas duas resoluções estavam focadas nessa questão em particular; um foi aprovado pela Unesco em 1997 e outro pela UNSC, em 2006. As resoluções estão disponíveis nas seis línguas oficiais da ONU: árabe, chinês, inglês, francês, russo e espanhol" (IFEX, 2017). Desde 2013, em 2 de novembro, é o Dia Internacional para acabar com a impunidade por crimes contra jornalistas.

[2] Declaração do Secretário-Geral da ONU, António Guterres, em 2 de novembro de 2017, na resolução da Assembleia Geral das Nações Unidas, nº 68/163, designada como o Dia Internacional da Erradicação da Impunidade por Crimes contra Jornalistas.

por analisar a abordagem das metodologias dos indicadores dos RSF e FH em uma determinada região, como a América Latina. O objetivo desta pesquisa é o de detectar não só as mudanças na estrutura metodológica dessas classificações, mas também a forma como isso afeta os casos particulares das nações da região.

Cerca de 50 jornalistas foram mortos ou "desapareceram" por praticar sua profissão na América Latina, durante o século XXI. Desde 2000, as agressões não só diminuíram com o estabelecimento de novos sistemas democráticos, mas também se intensificaram em contextos nacionais complexos, caracterizados pela violência, pelas ações de múltiplos perpetradores e pela impunidade. Essa situação dramática tornou-se numa linha prioritária para organizações internacionais nos últimos anos (Badran, 2017; Hughes et al., 2017), especialmente desde a elaboração do Plano de Ação da ONU sobre Segurança dos Jornalistas e a questão da impunidade[3] (ONU, 2012).

Os objetivos de desenvolvimento sustentável, que compõem o Programa 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, definiram a criação de medidas para "promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, fornecer acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis" (Meta 16[4]), o que também destaca a proteção das liberdades fundamentais e o acesso público à informação. A segurança dos jornalistas e a eliminação da impunidade por violações de direitos humanos são componentes fundamentais para alcançar esses objetivos[5].

Revisão de literatura e estado da arte

Vários estudos usam o FPI para suas análises. Alguns estudiosos usaram-no em esforços para identificar novas correlações entre liberdade de imprensa e democracia (Dahl, 2003), bem como para analisar o papel da imprensa livre na promoção da democratização, boa governança e desenvolvimento humano (Norris, 2006). Outros estudos utilizaram o FPI para testar a difusão da liberdade de mídia (Sobel, Dutta & Roy, 2011), bem como a relação empírica entre direitos humanos e governança (Kaufmann, 2005), liberdade de imprensa e corrupção (Brunetti & Weder 2003; Freille, Haque & Kneller, 2007), liberdade de imprensa e paz democrática (Van Belle, 1997). As classificações e *rankings* do FPI figuram no debate político, em uma ampla gama de política externa, jornalismo e tomada de decisões de ajuda em todo o mundo. Pesquisadores do Banco Mundial os usaram na elaboração de documentos que ajudam a determinar a quantidade de ajuda que um país recebe. Agências da ONU e organizações de ajuda

[3] O Plano de Ação da ONU para a Segurança dos Jornalistas e a questão da impunidade foi aprovado pelo Conselho Executivo da ONU em 12 de abril de 2012. O Plano foi preparado durante a 1ª Reunião Interagencial da ONU sobre esta questão, convocada pelo Diretor-Geral da Organização. Unesco a pedido do Conselho Intergovernamental do Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação (IPDC). Mais informações em http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/safety-of-journalists/un-plan-of-action/

[4] Mais informações em https://sustainabledevelopment.un.org/sdg16

[5] Desenvolver ferramentas para medir a segurança dos jornalistas em resposta à 16.10.1 dos objetivos de desenvolvimento sustentável (SDG): "número de casos verificados de assassinato, seqüestro, desaparecimento forçado, detenção arbitrária e tortura de jornalistas, pessoal de mídia associado, sindicalistas e defensores dos direitos humanos nos últimos 12 meses".

nacionais e privadas usam o índice na programação de centenas de milhões de dólares em financiamento para desenvolvimento de mídia. O FPI é uma das fontes do manual de boa governança do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2004), bem como um dos indicadores usados pelo governo americano para determinar a elegibilidade do país para a assistência do programa Millennium Challenge Corporation (MCC)[6]. Repórteres e colunistas empregam-no em discursar sobre a liberdade de imprensa e diplomatas para pressionar os governos que estão em baixa no índice.

Estudos anteriores sobre o FPI incluem uma análise comparativa tanto dos avaliadores da liberdade de informação (Burgess, 2010), como dos instrumentos (Becker et al. 2007), bem como a possibilidade e utilidade de tais comparações globais (Holtz-Bacha, 2011). Algumas análises enfocaram a influência do uso de índices alternativos de liberdade de imprensa na determinação da relação entre desenvolvimento e liberdade de imprensa (Tran et al., 2011). Críticos do FPI sublinharam um dimensionamento incorreto e algumas dificuldades metodológicas (Becker, 2003). Além disso, FH é por vezes acusada de ter um preconceito pró-americano (Chomsky & Herman, 1988; Giannone, 2010; ONU, 2001; Scoble & Wiseberg, 1981). Por fim, uma análise aprofundada dos indicadores do FPI e sua interação com o neoliberalismo foi feita (Giannone, 2014), e as implicações políticas e ideológicas do uso deste instrumento foram enfatizadas.

Por seu lado, a análise dos Repórteres Sem Fronteiras tem sido utilizada por várias organizações não governamentais, como a Unesco, que elaborou um *Guia de Segurança para Jornalistas: Um manual para repórteres em ambientes de alto risco* em conjunto com a ONG (Unesco & RSF, 2015). A pesquisa da própria organização tem sido utilizada por acadêmicos (Díaz Nosty, 2016a) para avaliar a situação da profissão de jornalista na América Latina, levando em conta o alto nível de impunidade nesses países. Por fim, as inúmeras mudanças metodológicas do RSF têm sido fonte de discussões acadêmicas (de Frutos, 2014; Díaz Nosty & de Frutos, 2017; Sapiezynka & Lagos, 2016), nas quais algumas controvérsias metodológicas foram destacadas.

Quadro teórico

"Os meios de comunicação de massa são o tecido conectivo da democracia. Eles são o principal meio através do qual os cidadãos e seus representantes eleitos comunicam em seus esforços recíprocos para informar e influenciar"(Gunther & Mughan, 2000, p. 1). No entanto, a literatura em ciência social e política é notável pela ausência quase geral de análises comparativas rigorosas da interação mutuamente influenciadora entre liberdade de informação, por um lado, e o caráter democrático básico dos regimes políticos, por outro (para uma exceção ver Voltmer, 2013).

O que é liberdade de informação? De acordo com Holtz-Bacha (2011, p. 130), "a liberdade de imprensa é entendida de forma diferente em várias partes do mundo" e

[6] A Corporação Desafio do Milênio é uma agência independente de ajuda externa dos EUA criada pelo Congresso dos Estados Unidos em 2004 com o objetivo de lutar contra a pobreza global, fornecendo ajuda externa aos países elegíveis. Para obter uma lista dos indicadores, consulte http://www.mcc.gov/pages/selection/indicators

"mesmo as democracias estabelecidas não interpretam a liberdade de imprensa exatamente da mesma maneira".

As primeiras definições da liberdade de imprensa se concentraram principalmente na liberdade do controle governamental (Siebert et al. 1956). Essa perspectiva liberal clássica sobre a liberdade de mídia pode ser diferenciada da democrática radical.

> Dentro da perspectiva liberal clássica (...) é uma "vertente" argumentando que a mídia deve servir para proteger o indivíduo dos abusos do Estado. Dentro da perspectiva da democracia radical (...) é uma "corrente" que argumenta que a mídia deve procurar corrigir os desequilíbrios na sociedade. (Becker et al., 2007, p. 6)

Essas duas definições dão origem a dois modelos diferentes de informação: o modelo liberal e o modelo de responsabilidade social[7] (Hallin & Mancini, 2012). Eles são tipos ideais, e os sistemas de mídia de países individuais só os ajustam de maneira grosseira. Cada modelo tem um ponto de vista avaliativo interno e atribui um papel diferente à liberdade de imprensa.

O modelo liberal de informação é caracterizado por uma relativa dominância de mecanismos de mercado e de mídia comercial. Este modelo distingue-se pela sua tendência a considerar a mídia como um empreendimento econômico e o mercado como a arena natural para o seu desenvolvimento. Essa compreensão clássica da informação tem sido fortemente influenciada pela ascensão do neoliberalismo e sua lembrança do ideal de um livre mercado de idéias (Mirowski, 2011). De acordo com este ideal, a diversidade se manifesta através da competição entre empresas e através da liberdade de escolha. A informação é, portanto, destinada a ser principalmente uma mercadoria. O Mercado está encarregado de um mecanismo de regulação que deve garantir um equilíbrio econômico satisfatório entre a oferta e a demanda de informações. A liberdade de imprensa é tão mais garantida quanto menos o Estado intervém na regulação e controle do sistema midiático. De uma perspectiva neoliberal, de fato, a intervenção do Estado é considerada "predatória" (Banda, 2011, p. 97). Consequentemente, podemos obter uma preferência pela imprensa comercial e pela televisão, em detrimento daquelas orientadas por partidos ou controladas pelo Estado.

Por outro lado, o modelo de responsabilidade social vê a mídia como uma instituição social, com a tarefa de assegurar o acesso e a representação completa de pontos de vista diferentes, culturais e políticos (McQuail, 2000). A informação é concebida como um bem público, produzido na esfera pública e destinado a influenciar a formação da opinião pública e as decisões públicas. Portanto, estamos lidando com um direito democrático fundamental que deve garantir um modelo de democracia igualitária. O papel do Estado não é demonizado porque, para proteger a pluralidade e a diversidade de opiniões dentro do sistema de mercado, tanto a TV estatal quanto a comercial devem coexistir,

[7] Hallin e Mancini (2012) definem-no como modelo corporativista democrático e identificam também um modelo pluralista-polarizado, que é uma mistura dos elementos dos outros dois modelos. Por essa razão, levamos em conta apenas os modelos corporativistas liberais e democráticos.

são concedidos subsídios para a imprensa, assim como o direito de resposta e acesso a todos os grupos sociais (como minorias étnicas, religiosas, políticas e linguísticas).

Metodologia

O método utilizado para analisar os indicadores dos Repórteres sem Fronteiras e Freedom House tem sido uma análise documental, com especial atenção às modificações metodológicas ocorridas nos relatórios, questionários e índices utilizados por essas duas organizações.

O monitoramento e a descrição das mudanças, assim como as investigações derivadas desse tipo de indicadores, permitem traçar tendências na representação da liberdade de imprensa no mundo e no caso latino-americano em particular.

O estudo baseia-se na hipótese de que tanto a classificação da liberdade de imprensa dos RSF quanto a da FH penalizam o desempenho do Estado como garantidor dos direitos dos cidadãos em geral e dos jornalistas em particular. Assim, alguns países obtêm posições mais favoráveis que não têm que ver diretamente com a situação de liberdade de expressão dentro de suas fronteiras, mas com instrumentos que os beneficiam no *ranking*.

Diante dessa dificuldade na obtenção de dados e do relativamente baixo interesse acadêmico em uma questão tão relevante na configuração dos sistemas de mídia em democracia (Nações Unidas, 2017a, 2017b), é essencial definir estratégias metodológicas que possibilitem a visualização do estado de saúde da liberdade de imprensa na América Latina, a situação dos mecanismos de proteção dos jornalistas e a eficácia do esforço internacional para fornecer um aparato multilateral crítico aos processos de segurança dos profissionais da informação.

Resultados

Repórteres Sem Fronteiras

Em 1985, a organização sem fins lucrativos Repórteres Sem Fronteiras foi fundada na França. Atualmente, é uma das organizações de liberdade de imprensa mais conhecidas do mundo. Entre seus projetos, destaca-se o World Press Freedom Index, um ranking internacional nascido em 2002 que classifica os países levando em conta diferentes variáveis.

RSF tem uma metodologia que mudou ao longo dos anos. Enquanto que em sua classificação de 2010 a organização enviou um questionário para cerca de 150 especialistas internacionais, os quais foram questionados sobre 43 questões, nos últimos anos este sistema mudou. Se nos detivermos na metodologia dessa classificação, as perguntas foram divididas em sete seções: 1. violência física, 2. número de jornalistas mortos, detidos, fisicamente atacados ou ameaçados, o papel das autoridades nesses casos, 3. sugestões de ameaças, assédio e acesso à informação, 4. censura e autocensura, 5. controle da mídia, 6. pressões judiciais, financeiras.

No entanto, como afirmam Sapiezynska e Lagos (2016, p. 554), "nenhuma dessas seções incluiu perguntas sobre a estrutura de propriedade da mídia ou sobre sua concentração econômica em mãos privadas".

De fato, as questões na seção dedicada ao "controle da mídia" apenas questionavam a existência de empresas de mídia privadas e se elas eram "livres para determinar sua linha editorial". Nesse sentido, pode-se observar como os RSF priorizaram a avaliação das restrições do Estado à liberdade de expressão sobre as conseqüências da concentração midiática ou limitações editoriais em determinadas mídias privadas.

Além do cuidado excessivo com o controle estatal para garantir o livre mercado, chama-se a atenção para a referência à violência e ao número de jornalistas mortos, detidos ou agredidos fisicamente. Embora seja verdade que, no caso da América Latina, esse tipo de ameaça se deve a um cenário de violência estrutural, a realidade da região é muito diversificada e parece ter mais a ver com regimes ditatoriais ou fracassados do que com países democráticos.

Um ano depois, a metodologia dos RSF passou por uma forte modificação, incluindo mais respostas com pontos negativos, o que levou a uma mudança no resultado das mais bem posicionadas que ficaram abaixo de zero (como é o caso da Finlândia e da Noruega, com pontuações de -10).

Da mesma forma, a estrutura do mercado e a análise do pluralismo dos RSF refletem novamente uma clara atenção ao mercado livre sobre a posição de garantia do Estado: na questão 37: [há] ameaças sérias à diversidade midiática, sobretudo como resultado da propriedade da mídia ser concentrada em poucas mãos? Qual das seguintes afirmações se aplica melhor ao seu país? Coloque uma cruz ao lado da declaração que melhor corresponda à situação em seu país:

1. O pluralismo da mídia não está em perigo.
2. Existem algumas ameaças ou limitações ao pluralismo da mídia.
3. O pluralismo dos meios de comunicação existe, mas está seriamente ameaçado.
4. A propriedade da mídia está concentrada em poucas mãos e não há pluralismo. (RSF, 2012b, p. 7)

O problema que surge da presente análise é a quase total ausência de preocupação com as restrições à liberdade de informação – porque este é o conceito preferido por ambas as organizações – imposto pelo mercado. Se nos referirmos a ela em termos de responsabilidade estatal, está na ausência ou fraqueza de leis e políticas públicas para evitar as restrições derivadas do mercado. Mais uma vez, esta é uma área não coberta pelos questionários (Sapiezynska & Lagos, 2016).

Finalmente, enfatiza que o RSF omite o papel dos cidadãos como um agente ativo ou passivo da comunicação. Embora se refiram à universalidade da liberdade de imprensa, ela é camuflada pelo mercado, sem a garantia dada por um modelo de responsabilidade social e nem mesmo por um modelo liberal de informação. A presença de um Estado constitucional democrático tem sido fortemente defendida não só pela ONU e pela

Unesco, mas também pelo Escritório do Relator Especial para a Liberdade de Expressão da Comissão Ibero-Americana de Direitos Humanos.

A definição de valores de 0 a 100 foi usada no índice de 2013 e é mantida até hoje. Assim, os países mais bem posicionados são próximos de zero e os piores, próximos de 100. Questões relacionadas à segurança dos jornalistas e à questão da impunidade, bem como as ações judiciais decorrentes dessas, foram omitidas do questionário de especialistas e atualmente são os especialistas do RSF que são responsáveis por coletar esses dados. Portanto, observamos uma evolução no desenho metodológico que começa a se tornar sofisticado através da justaposição de instrumentos.

O questionário, por outro lado, consistia em 74 questões divididas em cinco seções temáticas: 1. Estado da mídia, 2. Estado dos jornalistas, 3. Pluralismo e independência editorial, 4. Lei e aplicação da lei e 5. Internet e recursos técnicos.

Para calcular os resultados, a RSF dividiu as perguntas novamente, desta vez em seis critérios, atribuindo aos países uma pontuação de 0 a 100 para cada um deles:

1. Pluralismo, "mede o grau em que diferentes opiniões são representadas no espaço da mídia" (Plu),
2. Independência da mídia, "mede a capacidade da mídia de funcionar independentemente dos poderes político, governamental, econômico e religioso" (Ind)
3. Ambiente e autocensura, "analisa as condições sob as quais as atividades de informação são realizadas" (EnA)
4. Enquadramento legal, "mede o desempenho do enquadramento legal que regula as atividades de infromação" (CL)
5. Transparência "mede a transparência das instituições e procedimentos que afetam a produção de informação" (Tra)
6. Infra-estrutura, "mede a qualidade da infra-estrutura com a qual a produção de informações ocorre" (Inf)

Na classificação de 2016, um sétimo indicador que se refere especificamente à segurança dos jornalistas no período considerado é incluído:

7. Assaltos, "Mede a intensidade da violência no período observado" (RSF, 2017) (Exa)

$$SCOA = 1/3 * Plu + 1/6 * (Ind + EnA + CL) + 1/12 * (Tra + Inf)$$

O segundo incorporando a taxa, dando-lhe um peso de 20%:

$$SCOB = 1/5 * Exa + 4/15 * Plu + 2/15 * (Ind + EnA + CL) + 1/15 * (Tra + Inf).$$

Com relação ao cálculo do escore de agressão:

$Score Exa = 10 * \log$ (90 *nº killed + Coefficient f_i* nº prisoners +10 nº kidnapped + 5 * nº attacks on the media + 3 * nº exiled + nº arrests + nº aggressions)

O coeficiente é calculado levando-se em conta que quanto mais tempo um jornalista é preso, mais responsabilidade será dada ao país responsável. Assim, o RSF calcula o coeficiente da seguinte maneira.

I	1-	2	3	4	5	6	7	8	9	10	+10
Coeficient fi	10	20	35	60	80	85	87	88	89	89,5	Lim Coef fi = 90

Tabela 1: Cálculo do escore do coeficiente de agressão.
Fonte: RSF (2017)

A pontuação final é determinada com a seguinte fórmula:

Pontuação final = max(SCOA, SCOB),

isto é, selecionando a maior das duas pontuações como a pontuação final. Essas mudanças metodológicas influenciam irremediavelmente a classificação final e o valor no tempo de vários países latino-americanos. Apesar dessas mudanças, a classificação dos Repórteres Sem Fronteiras continua a beneficiar o papel do livre mercado para o Estado na garantia dos direitos de expressão e liberdade de informação dos cidadãos.

Esses tipos de problemas podem ser avaliados observando-se os últimos anos da classificação global da RSF.

Dos dezenove países analisados na América Latina (180 no total) para este estudo, a RSF coloca a grande maioria na segunda metade da tabela da sua classificação de 2017: Bolívia (107, pontuação: 33,58), Brasil (103, pontuação : 33.58), Colômbia (129, placar: 41,47), Cuba (173, placar: 71,75), Equador (105, placar: 33,64), Guatemala (118, placar: 39,33), Honduras (140, pontuação: 43,75), México (147, placar: 48,97), Nicarágua (92, placar: 31,01), Panamá (96, placar: 32,12), Paraguai (110, placar: 35, 64), Peru (90, pontuação: 30,98) e Venezuela (137, pontuação: 42,94). Apenas Costa Rica (6, placar: 11,93), Uruguai (25, placar: 17,43), Chile (33, placar: 20,53), Argentina (50, placar: 25,07), República Dominicana (59 , pontuação: 26,76) e El Salvador (62, pontuação: 27,24) estavam em posições superiores (Tabela 2).

	Pontuação	Posição
Argentina	50	25,07
Bolivia	107	33,58
Brasil	103	33,58
Chile	33	42,94
Colômbia	129	41,47
Costa Rica	6	11,93
Cuba	173	71,75
Equador	105	33,64
El Salvador	62	27,24
Guatemala	118	39,33
Honduras	140	43,75
México	147	48,97

Nicarágua	92	31,01
Panamá	96	32,12
Paraguai	110	35,64
Peru	90	30,98
Republica Domincana	59	26,76
Uruguai	25	17,43
Venezuela	137	42,94

Tabela 2: 2017 World Press Freedom Index. Tabela de posições e pontuações do país da América Latina
Fonte: RSF, 2017

Porém, lembre-se que esses países têm uma grande diferenciação entre eles e com situações críticas em algumas nações determinadas pela multiplicidade de perpetradores, a insegurança dos profissionais da informação e um cenário de permanente impunidade que perpetua essas condições de vulnerabilidade. México, Colômbia, Honduras, Brasil e Guatemala são os países mais perigosos para a prática profissional durante os primeiros 17 anos do século XXI.

Para citar o exemplo mais extremo, o México se perpetua como o país mais perigoso para exercer o jornalismo na região (González de Bustamante & Relly 2017, 2016; Hughes e Márquez Ramírez, 2017), com 163 jornalistas mortos nesses 17 anos, além a outros tipos de violência, e na classificação da RSF aparece à frente de outros países da região, como Cuba, onde não houve morte.

Desde 2006, o número de profissionais da informação assassinados no México aumentou consideravelmente, coincidindo com a luta contra o narcotráfico (Relly & González de Bustamante, 2014, 2017). A criação da Procuradoria Especial para a Atenção aos Crimes contra a Liberdade de Expressão (FEADLE, em espanhol) e em 2012 de um mecanismo de proteção para defensores e jornalistas de direitos humanos não melhorou essa situação. De fato, várias organizações denunciaram que "não é prestada assistência efetiva aos jornalistas em situação de risco" e exigem que "a prevenção seja fortalecida para evitar os ataques letais" (CPJ, 2017, p. 37).

Com 57 vítimas, o Brasil é o quarto país com o maior número de jornalistas assassinados na América Latina. Mudanças políticas nos últimos anos e protestos de cidadãos têm sido amplamente abordados nos meios de comunicação públicos, privados e comunitários, aumentando a vulnerabilidade dos profissionais da informação. O ano de 2015 foi particularmente digno de nota, pois nove profissionais da informação morreram. Repórteres Sem Fronteiras promoveu a campanha durante os Jogos Olímpicos de 2016, chamada "algumas vitórias não merecem uma medalha", na qual denunciou os casos de jornalistas brasileiros mortos no exercício de seu trabalho profissional. Entre eles, a RSF lembrou Gleydson Carvalho, jornalista morto quando pessoas desconhecidas o mataram nos estúdios da Rádio Libertade FM 90.3, em Camocim, no estado do Ceará, em 6 de agosto de 2015. Outro caso destacado nesta campanha é o da o jornalista

Pedro Palma, diretor do semanário Panorama Regional, assassinado em sua casa em 13 de fevereiro de 2014 por ter denunciado casos de corrupção de funcionários no Rio de Janeiro (Díaz Nosty & de Frutos, 2017).

Freedom House

A avaliação da metodologia da Freedom House, organização nascida nos Estados Unidos em 1941, permitiu identificar inconsistências claras entre as opiniões da organização e a aplicação dos indicadores. A FH refere-se ao artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos que afirma que "todos têm o direito à liberdade de opinião e expressão". Portanto, teoricamente, a liberdade de informação é concebida como um direito humano básico que todo estado deve proteger. No entanto, o processo de mensuração da SF não responde à universalidade do direito humano e ao Estado como garantidor dessa universalidade, mas se refere a ele como um direito individual, principalmente enquadrado em termos econômicos.

A Freedom House classifica os países em três categorias principais, levando em conta uma escala que varia desde a melhor pontuação (0) até a pior (100), com base em 23 perguntas e 109 indicadores divididos em três grandes categorias: ambiente legal, ambiente político e o ambiente econômico.

> A metodologia da Freedom House, longe de avaliar a liberdade de expressão, concentra-se na liberdade de imprensa e mais ainda na liberdade dos proprietários privados de mídia, em detrimento dos direitos dos jornalistas e ignorando os cidadãos, titulares do direito à liberdade de expressão. Seu questionário procura descobrir, em primeiro lugar, até que ponto os estados "interferem" na liberdade das empresas de mídia privadas e, em segundo lugar, os ataques físicos e as restrições legais e governamentais contra jornalistas. Restrições à liberdade de expressão, informação ou comunicação na mídia por atores privados – e não apenas o estado – estão incluídas, mas minimamente e com escasso peso na metodologia. (Sapiezynska & Lagos, 2016, p. 564)

Como já foi demonstrado em um estudo anterior (Giannone, 2014), a partir do nascimento do instrumento em 1979, uma série de importantes mudanças metodológicas foram feitas no Freedom of the Press Index. Em 1994, uma escala de 100 pontos foi introduzida, juntando-se ao sistema de rotulagem preexistente (países de imprensa "livres", "parcialmente livres", "não livres"). Enquanto o último apenas permitiu dividir os países em três categorias, o sistema de classificação trouxe para a criação de classificações globais anuais de liberdade de informação, permitindo a comparabilidade dos países dentro de cada categoria e constituindo uma pressão para os países melhorarem seu desempenho. Outra mudança metodológica foi introduzida em 1989. Até 1988, o instrumento fornecia dois índices distintos de liberdade, um para a imprensa e outro diferente para o sistema de rádio-TV. Os dois sistemas foram unificados de 1989 a 1993.

Então, de 1994 a 2001, após a introdução do sistema de pontuação, o FPI forneceu uma pontuação total e oito sub-pontuações (quatro para a impressão e quatro para transmissão), referentes respectivamente à ambiente jurídico, político e econômico, e ações repressivas[8]. Como Karlekar Deutsch e Radsch apontaram (2012, p. 15), a metodologia foi "substancialmente renovada" em 2002. Em primeiro lugar, a distinção entre impressão e transmissão foi excluída novamente. Em segundo lugar, a categoria de ações repressivas foi eliminada, e sua pontuação foi atribuída à categoria de "ambiente político", sendo responsável por 40 dos 100 pontos alocados na metodologia da pesquisa. Essa mudança foi justificada pelo fato de que controlar o poder de enquadrar mensagens como notícias "tem sido a política de governos repressivos desde a introdução da radiodifusão" (Karlekar Deutsch & Radsch, 2012, p. 15). Como o 'ambiente político' se preocupa com o papel do governo na apropriação, regulação e controle dos sistemas midiáticos, "a FH assume que tal papel é mais importante que o papel das corporações privadas (o ambiente econômico, pontuado até 30 pontos)) ou disposições legais (até 30 pontos) para influenciar a liberdade de informação"(Giannone, 2014, p. 517).

Nos últimos anos, o questionário da organização dos EUA sofreu "pequenas, mas significativas mudanças". Para citar alguns dos mais característicos, a partir de 2011, a palavra blogueiros foi introduzida em algumas das questões, juntamente com jornalistas profissionais. As instruções para responder a outra pergunta indicam que o entrevistado deve "considerar mídia escrita, audiovisual e internet". A Freedom House incluiu essas mudanças em resposta às críticas ao foco exclusivo na mídia tradicional e ao desdém pelos meios digitais (Burgess, 2010). Apesar dessas mudanças, a FH continua a apoiar a possibilidade de comparar os dados cobrindo todo o período de referência (Freedom House, 2012).

No que diz respeito à segurança dos profissionais de mídia, o FPI contém duas questões de metodologia dedicadas a essa questão, ambas incluídas na categoria "ambiente político". O primeiro deles, variando de 0 a 6 pontos, é: "os jornalistas locais e estrangeiros são capazes de cobrir as notícias de forma livre e segura em termos de acesso físico e relatórios em campo?". A segunda pergunta, variando de 0 a 10 pontos, é "os jornalistas, blogueiros ou meios de comunicação estão sujeitos a intimidação extralegal ou violência física por parte das autoridades estaduais ou de qualquer outro ator como resultado de sua denúncia?". Assim, o peso da segurança dos jornalistas no instrumento é de 16%. Ambas as perguntas são combinadas com uma nota, introduzida na última edição do instrumento, que especifica que "a pergunta se aplica a condições vivenciadas por jornalistas, blogueiros ou meios de comunicação durante o curso de seu trabalho" (Freedom House, 2017a). No entanto, esta é apenas a última versão das perguntas. Como mostrado por uma análise longitudinal (ver Tabela 3), de 2009 até hoje estas duas questões, e seus indicadores, sofreram várias mudanças.

[8] Para dados detalhados (1980-2017) e mudanças nas sub-pontuações no período 1994-2001, consulte https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTP1980-FOTP2017_Public-Data.xlsx

	2009	2013	2016	2017
Pergunta nº 6	Os jornalistas locais e estrangeiros são capazes de cobrir as notícias livremente?	Os jornalistas locais e estrangeiros podem cobrir as notícias livremente em termos de assédio e acesso físico?	Os jornalistas locais e estrangeiros podem cobrir as notícias de maneira livre e segura em termos de acesso físico e relatórios locais?	Os jornalistas locais e estrangeiros podem cobrir as notícias de maneira livre e segura em termos de acesso físico e relatórios locais?
Indicadores da questão nº 6	Os jornalistas são assediados enquanto cobrem as notícias?	Os jornalistas são assediados enquanto cobrem as notícias?	Até que ponto os jornalistas são perseguidos ou atacados enquanto tentam reunir notícias ou cobrir eventos pessoalmente?	Até que ponto os jornalistas são perseguidos ou atacados enquanto tentam reunir notícias ou cobrir eventos pessoalmente?
	Algumas áreas geográficas do país estão fora dos limites dos jornalistas?	Algumas áreas geográficas do país estão fora dos limites dos jornalistas?	Algumas áreas geográficas do país estão fora dos limites dos jornalistas?	Algumas áreas geográficas do país estão fora dos limites dos jornalistas?
	Será que uma guerra, insurreição ou situação semelhante em um país inibe o funcionamento da mídia?	Será que uma guerra, insurreição ou situação semelhante em um país inibe o funcionamento da mídia?	Será que uma guerra, insurreição ou situação semelhante em um país inibe o funcionamento da mídia?	Será que uma guerra, insurreição ou situação semelhante em um país inibe o funcionamento da mídia?
			As autoridades exigem que os jornalistas que trabalham em zonas de perigo sejam "incorporados (*embedded*)"?	As autoridades exigem que os jornalistas que trabalham em zonas de perigo sejam "incorporados (*embedded*)"?
	Existe vigilância de jornalistas estrangeiros que trabalham no país?	Existe vigilância de jornalistas estrangeiros que trabalham no país?	Existe vigilância de jornalistas estrangeiros que trabalham no país?	Existe vigilância de jornalistas estrangeiros que trabalham no país?
	Os jornalistas estrangeiros são inibidos ou barrados pela necessidade de garantir vistos ou autorizações para reportar ou viajar dentro do país?	Os jornalistas estrangeiros são inibidos ou barrados pela necessidade de garantir vistos ou autorizações para reportar ou viajar dentro do país?	Os jornalistas estrangeiros são inibidos ou barrados pela necessidade de garantir vistos ou autorizações para reportar ou viajar dentro do país?	Os jornalistas estrangeiros são inibidos ou barrados pela necessidade de garantir vistos ou autorizações para reportar ou viajar dentro do país?
	Os jornalistas estrangeiros são deportados por reportagens que desafiam o regime ou outros interesses poderosos?	Os jornalistas estrangeiros são deportados por reportagens que desafiam o regime ou outros interesses poderosos?	Os jornalistas estrangeiros são deportados por reportagens que desafiam o regime ou outros interesses poderosos?	Os jornalistas estrangeiros são deportados por reportagens que desafiam o regime ou outros interesses poderosos?
	2009	**2013**	**2016**	**2017**
Pergunta nº 7	Os jornalistas e meios de comunicação estão sujeitos a intimidação extralegal ou violência física por parte das autoridades estaduais ou de qualquer outro ator?	Os jornalistas e meios de comunicação estão sujeitos a intimidação extralegal ou violência física por parte das autoridades estaduais ou de qualquer outro ator?	Os jornalistas, blogueiros ou meios de comunicação estão sujeitos a intimidação extralegal ou a violência física por parte das autoridades estaduais ou de qualquer outro ator como resultado de sua denúncia?	Os jornalistas, blogueiros ou meios de comunicação estão sujeitos a intimidação extralegal ou a violência física por parte das autoridades estaduais ou de qualquer outro ator como resultado de sua denúncia?
Indicadores da questão nº 7	Os jornalistas estão sujeitos a assassinatos, ferimentos, assédio, ameaças, seqüestros, expulsão, prisão arbitrária e detenção ilegal ou tortura?	Os jornalistas estão sujeitos a assassinatos, ferimentos, assédio, ameaças, seqüestros, expulsão, prisão arbitrária e detenção ilegal ou tortura?	Os jornalistas ou blogueiros estão sujeitos a assassinatos, ferimentos, assédio, ameaças, seqüestros, detenções arbitrárias e detenções ilegais ou tortura em retaliação por suas atividades profissionais?	Os jornalistas ou blogueiros estão sujeitos a assassinatos, ferimentos, assédio, ameaças, seqüestros, detenções arbitrárias e detenções ilegais ou tortura em retaliação por suas atividades profissionais?

			Os jornalistas enfrentam represálias sob a forma de falsas acusações criminais sem ligação explícita ao seu trabalho, como posse de armas, posse de drogas ou evasão fiscal?	Os jornalistas enfrentam represálias sob a forma de falsas acusações criminais sem ligação explícita ao seu trabalho, como posse de armas, posse de drogas ou evasão fiscal?
	As milícias armadas, o crime organizado, grupos insurgentes, extremistas políticos ou religiosos ou outras organizações visam regularmente jornalistas?	As milícias armadas, o crime organizado, grupos insurgentes, extremistas políticos ou religiosos ou outras organizações visam regularmente jornalistas?	As milícias armadas, o crime organizado, grupos insurgentes, extremistas políticos ou religiosos ou outras organizações visam regularmente jornalistas em resposta ao seu trabalho?	As milícias armadas, o crime organizado, grupos insurgentes, extremistas políticos ou religiosos ou outras organizações visam regularmente jornalistas em resposta ao seu trabalho?
	Os jornalistas fugiram do país ou se esconderam para evitar essa ação?	Os jornalistas fugiram do país ou se esconderam para evitar essa ação?	Os jornalistas fugiram do país ou se esconderam ou foram exilados para evitar tais repercussões?	Os jornalistas fugiram do país ou se esconderam ou foram exilados para evitar tais repercussões?
			Os jornalistas sob ameaça de atores não estatais recebem proteção adequada das autoridades estaduais?	Os jornalistas sob ameaça de atores não estatais recebem proteção adequada das autoridades estaduais?
	As empresas de mídia foram alvo de ataques físicos ou pelo confisco ou destruição de propriedade?	As empresas de mídia foram alvo de ataques físicos ou pelo confisco ou destruição de propriedade?	As empresas de mídia foram alvo de ataques físicos ou pelo confisco ou destruição de propriedade?	As empresas de mídia foram alvo de ataques físicos ou pelo confisco ou destruição de propriedade?
		Há ataques técnicos em *sites* de notícias e informações ou em importantes canais online para troca de informações?	Há ataques técnicos – como ataques de *hackers* ou ataques de negação de serviço distribuídos (DDoS) – em *sites* de notícias ou em contas de mídia social que são usadas para disseminar notícias?	Há ataques técnicos – como ataques de *hackers* ou ataques de negação de serviço distribuídos (DDoS) – em *sites* de notícias ou em contas de mídia social que são usadas para disseminar notícias?

Tabela 3: A segurança dos profissionais de mídia de acordo com a Freedom House

As mudanças são tanto formais quanto substanciais, já que alguns indicadores foram introduzidos a partir de 2016 e outros foram radicalmente modificados. Essas mudanças refletem a intenção da FH de refinar o campo de investigação de uma questão tão controversa: portanto, é importante a introdução de um indicador sobre a ameaça aos jornalistas de atores não estatais e a proteção adequada das autoridades estaduais. E também é importante levar em conta a questão do "jornalismo embutido" em zonas perigosas. No entanto, essas modificações colocam em questão a comparabilidade dos dados ao longo do tempo, bem como a validade e confiabilidade do instrumento. De fato, a introdução de duas notas para as perguntas na versão 2017 revela uma possível dificuldade da equipe de pesquisa em detectar o problema.

Embora trabalhem para refinar seus instrumentos, tanto a FH quanto a RSF ainda estão distantes do uso de descritores mais estritos da profissão jornalística, como os usados pela própria Unesco. Tomando como referência a decisão adotada pelo Conselho do Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação (IPDC) em 2014 e definida nos Indicadores de Segurança dos Jornalistas: Nível Nacional, considera-se um "jornalista" e, portanto, unidades de análise para o presente artigo, "jornalistas,

profissionais da mídia e produtores de mídias sociais que geram um volume significativo de atividade jornalística de interesse público" (Unesco, 2013, p. 2):

> jornalistas são pessoas que observam, descrevem, documentam e analisam eventos e documentam e analisam declarações, políticas e qualquer proposta que possa afetar a sociedade, a fim de sistematizar essas informações e reunir fatos e análises para informar os setores da sociedade ou da sociedade como um todo. (Unesco, 2012, p. 3)

Os especialistas escolhidos pela FH analisam os resultados de cada indicador e questionam e categorizam os países em três grandes rótulos no status de país de liberdade de imprensa: "livre", "parcialmente livre" ou "não livre".

Dos 199 países e territórios avaliados para 2016, um total de 61 (31%) foram classificados como Gratuitos, 72 (36%) foram classificados como Parcialmente Livres e 66 (33%) foram classificados como Não Livres. No caso dos Estados latino-americanos estudados, em 2017, quatro deles foram considerados "não livres" (Cuba, com uma pontuação de 91, Honduras, 66, México, 64 e Venezuela, 81) e os demais foram divididos em "parcialmente livre" (Argentina, 46; Bolívia, 53; Brasil, 47; Colômbia, 57; El Salvador, 41; Guatemala, 58; Nicarágua, 55; Panamá, 41; Peru, 42 e República Dominicana, 42), enquanto três foram considerado "livre" (Chile, 29; Costa Rica, 16 e Uruguai, 24) (Tabela 4).

	Estatuto de Liberdade de Imprensa	Índice de Liberdade de Liberdade (0-100 points)	Ambiente Jurídico (0-30 points)	Ambiente politico (0-40)	Ambiente econômico (0-30=
Argentina	Parcialmente livre	46	13	18	15
Bolivia	Parcialmente libre	53	16	23	14
Brasil	Parcialmente livre	47	14	22	11
Chile	Livre	29	8	13	8
Colombia	Parcialmente livre	57	13	26	18
Costa Rica	Livre	16	4	6	6
Cuba	Não livre	91	28	35	28
Ecuador	Não livre	66	23	27	16
El Salvador	Parcialmente livre	41	10	18	13
Guatemala	Parcialmente livre	58	18	23	17
Honduras	Não livre	66	18	33	15
Mexico	Não livre	64	19	31	14
Nicaragua	Parcialmente livre	55	14	24	17
Panamá	Parcialmente livre	41	17	15	9
Paraguai	Parcialmente livre	59	16	24	19
Peru	Parcialmente livre	45	14	19	12
Republica Dominicana	Parcialmente livre	42	8	21	13
Uruguai	Livre	24	6	10	8
Venezuela	Não livre	81	26	31	24

Tabela 4: Liberdade de Imprensa 2017. Tabela de pontuações dos países latino-americanos

O padrão de violência extrema contra jornalistas em vários países da América Latina continuou inabalável em 2016 (FH, 2017b). Brasil, Colômbia, Honduras e México permanecem entre os lugares mais perigosos do mundo para os jornalistas, e todos enfrentam desafios constantes na investigação e julgamento de tais crimes. O número de assassinatos no México aumentou, de acordo com algumas fontes, especialmente para repórteres que cobrem abusos policiais, tráfico de drogas e corrupção governamental. Embora El Salvador tenha tradicionalmente sofrido menos violência contra jornalistas, apesar da alta taxa geral de homicídios, a intimidação da mídia também aumentou lá. Mecanismos de proteção foram implantados em vários países, mas sua eficácia ainda é limitada por problemas como rivalidades burocráticas, financiamento insuficiente e falta de treinamento (Freedom House, 2017b, p. 21).

Conclusões

As análises da liberdade de imprensa no mundo e na América Latina em geral são extremamente complexas e merecem uma análise detalhada dos instrumentos que usamos para medi-los. As classificações da Casa da Liberdade e Repórteres sem Fronteiras têm sido tradicionalmente usadas para representar a situação de diferentes países nesta área, mas apresentam sérios problemas metodológicos.

Em primeiro lugar, a presente investigação permitiu afirmar que os indicadores sofrem de deficiências que dificultam a caracterização de realidades concretas, como as da região latino-americana, caracterizadas por um alto grau de violência em determinados países e com diferentes dimensões sociais e sociais. sistemas democráticos de direito.

Nesse sentido, tanto a RSF como a FH penalizam o aparato regulatório do Estado para proteger os direitos dos cidadãos e tornar invisível o trabalho dos latino-americanos em transcender de meros agentes passivos a agentes ativos de comunicação, beneficiando empresas privadas em suas pontuações.

Embora o RSF e o FH partam da visão universal dos direitos humanos em geral e da liberdade de imprensa em particular, eles o reduzem ao livre mercado e, com isso, diminuem a própria idiossincrasia dos direitos fundamentais.

Traduzido por Lenina Vernucci da Silva

Referências bibliográficas

Banda, F. (2011). What are we measuring? A critical review of media development assessment tools. In M.E. Price, S. Abbott & L. Morgan L (Eds.), *Measures of press freedom and media contributions to development. evaluating the evaluators* (pp. 89-107). Nova Iorque: Peter Lang.

Badran M. (2017). Violence against journalists: suppressing media freedom. In M. Friedrichsen & Y. Kamalipour (Eds.), *Digital transformation in journalism and news media. Media business and innovation* (pp. 417-427). Cham, Suíça: Springer.

Becker, J. (2003). Review article: keeping track of press freedom. *European Journal of Communication, 18*(1), 107-112.

Becker, L. B., Vlad, T. & Nusser, N. (2007). An evaluation of press freedom indicators. *The International Communication Gazette, 69*(1), 5-28.

Brunetti A. & Weder B. (2003). A free press is bad news for corruption. *Journal of Public Economics, 87*, 1801-24.

Burgess, J. (2010). *Evaluating the evaluators: media freedom indexes and what they measure.* Washington, D.C.: Center for International Media Assistance at the National Endowment for Democracy.

Chomsky, N. & Herman, E. S. (1988). *Manufacturing consent. The political economy of the mass-media*. Nova Iorque: Pantheon Books.

Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ) (2017). *Sin Excusa: México debe quebrar el ciclo de impunidad en asesinatos de periodistas.* Cidade do México: CPJ.

Dahl, R. A. (2003). *How democratic is the American constitution?* Yale: Yale University Press.

Díaz Nosty, B. & de Frutos García, R. (2017). Asesinatos, hostigamientos y desapariciones. La realidad de los periodistas latinoamericanos en el s. XXI. *Revista Latina de Comunicación Social*, *72*, 1.418-1.434.

Díaz Nosty, B. (2016a). *Periodismo muerto. Más de mil periodistas asesinados en América Latina (1970-2015)*. Cidade do México: Planeta Editorial.

Díaz Nosty, B. (2016b). Medio siglo de atentados contra periodistas. *Infoamérica. Revista Iberoamericana de Comunicación, 10*, 87-113.

Freille S., Haque M. E. & Kneller R. (2007). A contribution to the empirics of press freedom and corruption. *European Journal of Political Economy, 23*(4), 838-862.

Freedom House (2012). *Checklist of methodology questions 2012*. Retirado de www.freedomhouse.org

Freedom House (2017a). *Freedom of the press 2017 methodology*. Retirado de https://www.ifex.org/international/2017/11/17/un-resolutions-safety- journalists/https://freedomhouse.org/report/freedom-press-2017-methodology.

Freedom House (2017b). *Freedom of the press. Press freedom's dark horizon*. Retirado de https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTP_2017_booklet_FINAL_April28.pdf

Frutos, R. (2014). *Indicadores mediáticos: análisis crítico de los modelos de evaluación internacional*. Tese de doutoramento, Universidade de Málaga, Málaga, Espanha.

Giannone D. (2010). Political and ideological aspects in the measurement of democracy: the Freedom House Case. *Democratization 17*(1), 68-97.

Giannone, D. (2014). The political and ideological dimension of the measurement of freedom of information. Assessing the interplay between neoliberalism and the Freedom of the Press Index. *International Communication Gazette*, *76*(6), 505-527.

Giannone, D. & De Frutos, R. (2016). Measuring freedom of information: issues and opportunities from an expert survey. *International Journal of Communication*, *10*, 589-619.

González de Bustamante C. & Relly J. E. (2014). Journalism in times of violence: social media use by US and Mexican journalists working in northern Mexico. *Digital Journalism*, *2*, 507-523.

González de Bustamante, C. & Relly J. E. (2016). Professionalism under threat of violence: journalism, reflexivity, and the potential for collective professional autonomy in northern Mexico. *Journalism Studies*, *17*, 684-702.

Gunther R. & Mughan A. (Eds) (2000). *Democracy and the media: a comparative perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hallin D. C. & Mancini P. (2012). *Comparing media systems beyond the western world*. Nova Iorque: Cambridge University Press.

Holtz-Bacha C. (2011). Freedom of the press: is a worldwide comparison possible and what is it good for? In M. E. Price, S. Abbott & L. Morgan (Eds.), *Measures of press freedom and media contributions to development. Evaluating the evaluators* (129-143). Nova Iorque: Peter Lang.

Hughes, S. & Márquez-Ramírez, M. (2017). Examining the practices that mexican journalists employ to reduce risk in a context of violence. *International Journal of Communication, 11*(23) 499-521.

Hughes S., Mellado C., Arroyave J., Benitez J. L., de Beer A., Garcés M. & Márquez-IFEX (2017). How can UN resolutions make it safer to be a journalist? Retirado de https://www.ifex.org/international/2017/11/17/un-resolutions-safety- journalists

Karlekar Deutsch K. & Radsch C. (2012). Adapting concepts of media freedom to a changing media environment: incorporating new media and citizen journalism into the *Freedom of the Press* Index. *ESSACHESS. Journal for Communication Studies 5*(9), 13-22.

Kaufmann D. (2005). Human rights and governance: the empirical challenge. InP. Alston & M. Robinson (Eds.), *Human Rights and Development: Towards Mutual Reinforcement* (pp. 352-402). Nova Iorque: Oxford University Press,

McQuail, D. (2000). *McQuail's mass communication theory*. Londres: Sage.

Mirowski, P. (2011). *Science-mart. Privatizing American science.* Cambridge: Harvard University Press.

Norris P. (2006). The role of the free press in promoting democratization, good governance, and human development. In *Unesco meeting on World Press Freedom Day: Media, Development, and Poverty Eradication*, Colombo, Sri Lanka, 1-2 May.

Ramírez M. (2017). Expanding influences research to insecure democracies: how violence, public insecurity, economic inequality and uneven democratic performance shape journalists' perceived work environments. *Journalism Studies*, *18*, 645-665.

Relly J. E. & González de Bustamante, C. (2017). Global and domestic networks advancing prospects for institutional and social change: the collective action response to violence against journalists. *The International Journal of Press/Politics*, *19*, 108-131.

Relly J. E. & González de Bustamante, C. (2014). Silencing Mexico: a study of influences on journalists in the northern states. *The International Journal of Press/Politics*, *19*, 108-131.

Reporters without Borders (RWB) (2017). Clasificación de la libertad de prensa en el mundo. Retirado de https://www.rsf-es.org/grandes-citas/clasificacion-por-paises/

Sapiezynska, E. & Lagos, C. (2016). Media freedom indexes in democracies: a critical perspective through the cases of Poland and Chile. *International Journal of Communication*, *10*, 549-570.

Scoble H. M. & Wiseberg L. S. (1981). Problems of comparative research on human rights". In V. P. Nanda, J. R. Scarritt & G. W. Jr Shepherd (Eds.), *Global human rights: public policies, comparative measures, and NGO strategies* (pp. 147-171). Boulder, CO: Westview Press.

Siebert F. R., Peterson T. & Schramm W. (1956). *Four theories of the press*. Urbana: University of Illinois Press.

Sobel R. S., Dutta N. & Roy S. (2011). Beyond borders: is media freedom contagious? In M. E. Price, S. Abbott & L. Morgan (Eds.), *Measures of press freedom and media contributions to development. Evaluating the evaluators (*pp. 307-320). Nova Iorque: Peter Lang.

Tran H., Mahmood R., Du, Y. & Khrapavitski A. (2011). Linking measures of global press freedom to development and culture: implications from a comparative analysis. *International Journal of Communication, 5*, 170-191.

Unesco (2012). *UN plan of action on the safety of journalists and the issue of impunity*. Retirado de http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/official_documents/UN-Plan-on-Safety-Journalists_EN_UN-Logo.pdf

Unesco (2013). *Journalists' safety indicators:national level. Based on the Unesco's media development indicators.* Retirado de http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/official_documents/Journalists_Safety_Indicators_National_Level.pdf

Unesco (2016). *Time to break the cycle of violence against journalists. Highlights from the UNESCO Director-General´S 2016 report on safety of journalists and the danger of impunity.* Retirado de https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_report_english_rgb.pdf

Unesco & Reporters Without Borders (2013). *Safety guide for journalists. A handbook for reporters in high-risk environments.* Retirado de http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002439/243988s.pdf

United Nations (2016, 10 de fevereiro). La seguridad de las periodistas y la questión de la impunidad. Resolución 70/162. Retirado de http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/70/162

United Nations (2017a). *Multi-stakeholder consultation on strengthening the implementation of the UN plan of action on the safety of journalists and the issue of impunity*. Retirado de https://en.unesco.org/sites/default/files/concept_note_multi-stakeholder_consultation_en.pdf

United Nations (2017b, agosto). *La seguridad de las periodistas y la cuestión de la impunidad. Informe del Secretario General de Naciones Unidas*.

United Nations Development Programme (UNDP) (2004). *Governance indicators: a users' guide*. Retirado de https://tinyurl.com/79dhnfz

Van Belle, D. A. (1997). Press freedom and the democratic peace. *Journal of Peace Research, 34*(4), 405-414.

Voltmer K. (2013). *The media in transitional democracies*. Cambridge: Polity Press.

Notas biográficas

Ruth de Frutos é Coordenadora da Cátedra Unesco em Comunicação na Universidade de Málaga, Espanha. Presidente da Unesco em Comunicação.

E-mail: ruth.defrutos@uma.es

Morada: Universidade de Málaga, Málaga, 29071 Espanha

Diego Giannone é Professor do Departamento de Ciências Políticas "Jean Monnet" da Università della Campania "Luigi Vanvitelli", Itália

E-mail: diego.GIANNONE@unicampania.it

Morada: Departamento de Ciência Política "Jean Monnet" da Università della Campania "Luigi Vanvitelli". Viale Ellittico, 31 – 81100 Caserta, Itália

* **Submetido: 30.11.2017**
* **Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 291 – 309
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2918

Methodological changes and challenges in the measurement of freedom of information. An analysis of the Reporters Without Borders and Freedom House indexes

Ruth de Frutos & Diego Giannone

Abstract

The article analyses the main methodological challenges of the two most important indicators in measuring freedom of the press around the world. Freedom House (FH) and Reporters Without Borders (RWB) have become references for studies that go beyond freedom of the press and their importance forces us to analyze what the methodological aspects are that determined these methodologies and which are omitted. The results of this study make it possible to determine that the indicators of Reporters Without Borders and Freedom House present serious methodological deficiencies that, although they have tried to correct, continue to be the source of numerous controversies, such as the absence of mechanisms to protect journalists in their measurement instruments.

Keywords
Indicators; freedom of information; Freedom House; methodology; Reporters Without Borders

Resumo

O artigo analisa os principais desafios metodológicos colocados pelos dois indicadores mais importantes para medir a liberdade de imprensa no mundo. Freedom House (FH) e Repórteres Sem Fronteiras (RSF) tornaram-se referência para estudos que vão além da liberdade de imprensa, e sua importância nos obriga a analisar os aspetos metodológicos que determinam essas metodologias e que são omitidos. Os resultados deste estudo, ao analisar-se a avaliação dos países latino-americanos nos índices RSF e FH, nos permitem determinar que esses instrumentos apresentam graves deficiências metodológicas que, embora se tenham tentado corrigir, continuam a ser fonte de inúmeras controvérsias, como a ausência de mecanismos de proteção dos jornalistas em seus instrumentos de medição.

Palavras-chave
Indicadores; liberdade de imprensa; Freedom House; metodologia, Repórteres Sem Fronteiras

Introduction

Since the 1980s there has been an exponential growth of indexes aimed at measuring a state's performance. Issues such as economic freedom, competitiveness, business environment, creditworthiness, democracy, corruption, and transparency have become central topics of several global benchmarks produced by international institutions,

governmental and non-governmental organizations, and private actors. Among these factors, freedom of information has been – together with freedom – the main focus of Freedom House (FH), with its annual publication of the Freedom of the Press Index (FPI). For over twenty years, this instrument has been practically the sole measurement of global media freedom. Only in recent years has a new instrument been created by Reporters Without Borders (RSF): the Worldwide Press Freedom Index (WPFI). However, how do these indexes differ? And what do they look like? What conception(s) of freedom of information do they measure and promote? And in what ways does the use of one index influence our perception of the level of freedom of information in the world? The paper aims to address these issues by proposing an in-depth analysis of the theoretical and methodological aspects of the two instruments and focusing on two specific problems: the security of media practitioners and the way in which the two instruments measure freedom of information in Latin America.

The safety of journalists is one of the main concerns of the United Nations (UN) in recent years[1], but it is extremely difficult to quantify. In fact, organizations that measure freedom of expression and the right to information introduce aggressions suffered by journalists in their indicators in a diffuse manner, giving priority to qualitative analysis rather than quantitative data. This hypothesis requires a detailed study of two of the main instruments, the FPI and the WPFI.

Press freedom and media development have been the source of numerous studies on an international scale (Unesco, 2017). However, the academy has shown an irregular interest in the measurement tools that are used to measure these parameters (Becker, Vlad & Nusser, 2007; Holtz-Bacha, 2011) and, especially, which are the aspects that are methodologically addressed in these measurements.

This research critically analyses two of the best-known measurement instruments, such as those developed by RSF and FH. In particular, the present investigation observes how RSF and FH analyse various parameters, among which includes, due to its seriousness, the safety of journalists. "When journalists are targeted, societies as a whole also pay the price. The kind of news that gets silenced – corruption, conflicts of interest, illegal trafficking – is exactly the kind of information the public needs to know" (Guterres[2], 2017).

Based on previous studies on the ideological and conceptual structure of these indicators (de Frutos, 2014; Giannone, 2014; Giannone & de Frutos, 2016), the decision was made to analyse the approach of the methodologies of the indicators of RSF and FH in a particular region, such as Latin America. The aim of this research is to detect not only the changes in the methodological structure of these classifications, but also how it affects the particular cases of the nations of the region.

[1] Just to give an example, the United Nations Security Council has adopted eight resolutions on the safety of journalists. "Since 2012, eight resolutions on the safety of journalists have been passed by various UN bodies. Together, they provide a framework for the promotion of the safety of journalists at the global level, and, more importantly, at the national and local level. Four resolutions were passed by the UNGA, three by the HRC, one by the UNSC and another by Unesco. Previous to 2012, only two resolutions were focused on this particular issue; one passed by Unesco in 1997 and another, by the UNSC, in 2006. Resolutions are available in the six official UN languages: Arabic, Chinese, English, French, Russian and Spanish" (IFEX, 2017). Since 2013 on November 2 is the International Day to end impunity for crimes against journalists.

[2] Statement From UN Secretary General António Guterres, On 2 November 2017, The Day United Nations General Assembly Resolution 68/163 Designated To Be The International Day To End Impunity For Crimes Against Journalists.

Nearly 50 journalists have been killed or "disappeared" for practicing their profession in Latin America during the 21st century. Since 2000, aggressions have not only decreased with the establishment of new democratic systems, but have intensified in complex national contexts characterized by violence, the actions of multiple perpetrators as well as impunity. This dramatic situation has become a priority line for international organizations in recent years (Badran, 2017; Hughes et al., 2017), especially since the preparation of the UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity[3] (UN, 2012).

The sustainable development goals, which make up the 2030 Program for Sustainable Development, set out the creation of measures to "promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels" (Goal 16[4]), which also highlights the protection of fundamental freedoms and public access to information. The safety of journalists and the elimination of impunity for human rights violations are fundamental components for achieving those goals[5].

Literature review and state of the art

Several studies use the FPI for their analyses. Some scholars have used it in efforts to identify new correlations between media freedom and democracy (Dahl, 2003), as well as to analyze the role of free press in promoting democratization, good governance and human development (Norris, 2006). Other studies used the FPI for testing the diffusion of media freedom (Sobel, Dutta & Roy, 2011), as well as the empirical relationship between human rights and governance (Kaufmann, 2005), free press and corruption (Brunetti & Weder 2003; Freille, Haque & Kneller, 2007), press freedom and democratic peace (Van Belle, 1997). The FPI ratings and rankings figure in political debate, in a broad range of foreign policy, journalism, and aid-decision making all over the world. World Bank researchers have used them when drafting papers that help determine how much aid a country receives. UN agencies, national and private aid organizations use the index in programming hundreds of millions of dollars of media development funding. The FPI is one of the sources of the United Nations Development Programme handbook of good governance (UNDP, 2004), as well as one of the indicators used by the American government to determine country eligibility for the Millennium Challenge Corporation (MCC)

[3] The UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity was endorsed by the UN Chief Executives Board on 12 April 2012. The Plan was prepared during the 1st UN Inter-Agency Meeting on this issue, convened by the Director General of Unesco at the request of the Intergovernmental Council of the International Programme for the Development of Communication (IPDC). More information at http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/safety-of-journalists/un-plan-of-action/

[4] More information at https://sustainabledevelopment.un.org/sdg16

[5] Developing tools to measure the safety of journalists in response to sustainable development goal (SDG)'s 16.10.1: "number of verified cases of killing, kidnapping, enforced disappearance, arbitrary detention and torture of journalists, associated media personnel, trade unionists and human rights advocates in the previous 12 months"

program assistance[6]. Reporters and columnists employ it in discoursing on media freedom and diplomats in bringing pressure on governments that rank low on the index.

Previous studies on the FPI include a comparative analysis both of the evaluators of freedom of information (Burgess, 2010), and the instruments (Becker et al. 2007), as well as the possibility and utility of such global comparisons (Holtz-Bacha, 2011). Some analysis focused on the influence of using alternative press freedom indexes in determining the relationship between development and press freedom (Tran et al., 2011). Critics of the FPI underlined incorrect scaling and some methodical difficulties (Becker, 2003). Furthermore, FH is sometimes accused of having a pro-American bias (Chomsky & Herman, 1988; Giannone, 2010; ONU, 2001; Scoble & Wiseberg, 1981). Lastly, an in-depth analysis of the indicators of the FPI and their interplay with neoliberalism has been made (Giannone, 2014), and the political and ideological implications of the use of this instrument have been emphasized.

For its part, the Reporters Without Borders analysis has been used by various non-governmental organizations, such as Unesco, which produced a *Safety guide for journalists: a handbook for reporters in high-risk environments* together with the NGO (Unesco & RSF, 2015). The research of the organization itself has been used by academics (Díaz Nosty, 2016a) to assess the situation of the journalism profession in Latin America, taking into account the high level of impunity in these countries. Finally, the numerous methodological changes of RSF have been the source of academic discussions (de Frutos, 2014; Díaz Nosty & de Frutos, 2017; Sapiezynka & Lagos, 2016), in which some methodological controversies were highlighted.

Theoretical framework

"The mass communications media are the connective tissue of democracy. They are the principal means through which citizens and their elected representatives communicate in their reciprocal efforts to inform and influence" (Gunther & Mughan, 2000, p. 1). Nevertheless, the literature in social and political science is notable for the almost general absence of rigorous comparative analyses of the mutually influencing interaction between freedom of information, on the one hand, and the basic democratic character of political regimes, on the other (for an exception see Voltmer, 2013).

What is freedom of information? According to Holtz-Bacha (2011, p. 130), "press freedom is understood differently in various parts of the world" and "even established democracies do not interpret press freedom in exactly the same way".

Early definitions of press freedom focused primarily on freedom from governmental control (Siebert et al. 1956). This classical liberal perspective on media freedom can be differentiated from the radical democratic one.

[6] The Millennium Challenge Corporation is an independent US foreign aid agency created by US Congress in 2004 with the aim to fight against global poverty, by delivering foreign assistance to eligible countries. For a list of the indicators see http://www.mcc.gov/pages/selection/indicators

> Within the classical liberal perspective (...) is a 'strand' arguing that the media should serve to protect the individual from the abuses of the state. Within the radical democratic perspective (...) is a 'strand' that argues that the media should seek to redress the imbalances in society. (Becker et al., 2007, p. 6)

These two definitions give rise to two different models of information: the liberal model and the social responsibility model[7] (Hallin & Mancini, 2012). They are ideal types, and the media systems of individual countries fit them only roughly. Each model has an internal evaluative point of view and assigns a different role to press freedom.

The liberal model of information is characterized by a relative dominance of market mechanisms and of commercial media. This model distinguishes itself for its tendency to consider the media as an economic enterprise and the market as the natural arena for its development. This classical understanding of information has been strongly influenced by the rise of neoliberalism and its recalling of the ideal of a free market of ideas (Mirowski, 2011). According to this ideal, diversity manifests itself through competition between enterprises, and through freedom of choice. Information is thus primarily intended as a commodity. The Market is in charge of a regulation mechanism that must guarantee a satisfying economic balance between the supply and demand of information. Freedom of the press is as thus more guaranteed the less the State intervenes in the regulation and control of the media system. From a neoliberal perspective, indeed, State intervention is considered as "predatory" (Banda, 2011, p. 97). Consequently, we can derive a preference for commercial press and television, to the detriment of those party-oriented or state-controlled.

On the other hand, the social responsibility model views the media as a social institution, with the task of securing the access and the complete representation of different, cultural and political points of view (McQuail, 2000). Information is conceived as a public good, produced in the public sphere and aimed at influencing the formation of public opinion and public decisions. Therefore, we are dealing with a fundamental democratic right that must guarantee a model of equalitarian democracy. The role of the State is not demonized, because, in order to protect the plurality and diversity of opinions within a market's system, both state-controlled and commercial TV must coexist, subsidies are granted for the press as well as the right to reply and access for all social groups (such as ethnic, religious, political and linguistic minorities).

Methodology

The method used to analyse the indicators of Reporters without Borders and Freedom House has been a documentary analysis, paying special attention to the methodological modifications that have taken place in the reports, questionnaires and indexes used by these two organizations.

[7] Hallin and Mancini (2012) define it as democratic corporatist model and identify also a pluralist-polarized model, which is a mixture of the elements of the other two models. For this reason, we take into account only the liberal and the democratic corporatist models.

The monitoring and description of the changes, as well as the investigations derived from this type of indicators, allow us to draw trends in the representation of press freedom in the world and in the Latin American case in particular.

The study is based on the hypothesis that both the press freedom classification of RSF and that of FH penalizes the performance of the State as guarantor of the rights of citizens in general and of journalists in particular. Thus, some countries obtain more favourable positions that do not have to do directly with the situation of freedom of expression within their borders, but with instruments that benefit them in the ranking.

Faced with this difficulty in obtaining data and the relatively low academic interest in such a relevant issue in the configuration of media systems in democracy (United Nations, 2017a, 2017b), it is essential to define methodological strategies that make it possible to visualize the health status of press freedom in Latin America, the situation of the protection mechanisms of journalists and the effectiveness of the international effort to provide a critical multilateral apparatus to the security processes of information professionals.

Results

Reporters Without Borders

In 1985, the non-profit organization Reporters Without Borders was founded in France. Currently, it is one of the best-known press freedom organizations in the world. Among its projects, the World Press Freedom Index stands out, an international ranking born in 2002 that scores countries taking into account different variables.

RSF has a methodology that has changed over the years. While in its classification of 2010 the organization sent a questionnaire to approximately 150 international experts, in which they were asked about 43 issues, in recent years this system has changed. If we stop at the methodology of this classification, the questions were divided into seven sections: 1. physical violence, 2. number of journalists killed, detained, physically attacked or threatened the role of the authorities in those cases, 3.Threats hints, harassment and access to information, 4. censorship, and self-censorship, 5. control of the media, 6. judicial, financial pressures.

However, as stated by Sapiezynska and Lagos (2016, p. 554), "none of these sections included questions about the media ownership structure or about their economic concentration in private hands".

In fact, the questions in the section dedicated to "control of the media" merely referred to whether there were private media companies and whether they were "free to determine their editorial line". In this sense, it can be observed how RSF prioritized the evaluation of the State's restrictions on the freedom of expression over the consequences of media concentration or editorial limitations in certain private media.

In addition to excessive care over state control to guarantee the free market, attention is drawn to the reference made to violence and the number of journalists killed, detained or physically attacked. While it is true that in the Latin American case, this type

of threat is due to a scenario of structural violence, the reality of the region is very diverse, and it seems to have more to do with dictatorial or failed regimes than with democratic countries.

A year later, the methodology of RSF underwent a strong modification, including more responses with negative points, which led to a change in the result of the best positioned ones that came to be below zero (such as the case of Finland and Norway, with scores of -10).

Likewise, the structure of the market and the analysis of pluralism of RSF again reflect a clear attention to the free market on the State's guarantee position: in question 37: [are there] serious threats to media diversity, above all as a result of media ownership being concentrated in few hands? Which of the following statements applies best to your country? Put a cross beside the statement that best matches the situation in your country:

1. Media pluralism is not in danger.
2. There are some threats or limitations to media pluralism.
3. Media pluralism exists, but is seriously threatened.
4. Media ownership is concentrated in very few hands and there is no pluralism. (RSF, 2012b, p. 7)

The problem that arises from the present analysis is the almost total absence of concern about the restrictions to freedom of information – because this is the preferred concept by both organizations – imposed by the market. If we refer to it in terms of state responsibility, it lies in the absence or weakness of laws and public policies to avoid the restrictions derived from the market. Again, this is an area not covered by the questionnaires (Sapiezynska & Lagos, 2016).

Finally, it emphasizes that RSF omits the role of citizens as an active or passive agent of communication. Although they refer to the universality of press freedom, it is camouflaged by the market, without the guarantee given by a social responsibility model and even by a liberal model of information. The presence of a democratic constitutional state has been strongly defended not only by the UN and Unesco, but also by the Office of the Special Rapporteur for Freedom of Expression of the Ibero-American Commission on Human Rights.

The definition of values from 0 to 100 was used in the 2013 index and is maintained to this day. Thus, the best positioned countries are close to zero and the worst ones close to 100. Issues related to the safety of journalists and the issue of impunity, as well as the legal actions resulting from these have been omitted from the expert questionnaire and currently it is the RSF specialists who are responsible for collecting this data. Therefore, we observe an evolution in the methodological design that begins to become sophisticated through the juxtaposition of instruments.

The questionnaire, on the other hand, consisted of 74 questions divided into five thematic sections: 1. State of the media, 2. State of journalists, 3. Pluralism and editorial

independence, 4. Law and application of law and 5. Internet and technical resources.

To calculate the results, RSF divided the questions again, this time into six criteria, assigning countries a score of 0 to 100 for each of them:

1. Pluralism, "measures the degree to which different opinions are represented in the media space" (Plu)
2. Independence of the media, "measures the ability of the media to function independently of the political, governmental, economic and religious powers" (Ind)
3. Environment and self-censorship, "analyzes the conditions under which information activities are carried out" (EnA indicator)
4. Legal framework, "Measures the performance of the legal framework that governs information activities" (CL)
5. Transparency, "measures the transparency of institutions and procedures that affect the production of information" (Tra)
6. Infrastructure, "Measures the quality of the infrastructure with which the production of information takes place" (Inf).

In the 2016 classification, a seventh indicator that refers specifically to the safety of journalists in the period taken into account is included:

7. Assaults, "Measures the intensity of violence in the observed period" (RSF, 2017) (Exa)

$$SCOA = 1/3 * Plu + 1/6 * (Ind + EnA + CL) + 1/12 * (Tra + Inf)$$

The second incorporating the levy, giving it a weight of 20%:

$$SCOB = 1/5 * Exa + 4/15 * Plu + 2/15 * (Ind + EnA + CL) + 1/15 * (Tra + Inf).$$

With respect to the calculation of the aggression score:

ScoreExa = 10 * log (90 *nº killed + Coefficient f_i* nº prisoners +10 nº kidnapped + 5 * nº attacks on the media + 3 * nº exiled + nº arrests + nº aggressions)

The coefficient is calculated taking into account that the longer a journalist is imprisoned, the more responsibility will be given to the responsible country. Thus, the RSF calculates the coefficient in the following way.

I	1-	2	3	4	5	6	7	8	9	10	+10
Coefficient fi	10	20	35	60	80	85	87	88	89	89,5	Lim Coef fi = 90

Table 1: Calculation of the aggression coefficient score.
Source: RSF (2017)

The final score is determined with the following formula:

Final score = max(SCOA, SCOB),

that is, selecting the highest of the two scores as the final score. These methodological changes irremediably influence the final classification and the value in the time of a number of Latin American countries. Despite these changes, the classification of Reporters Without Borders continues to benefit the role of the free market to the State in guaranteeing the rights of expression and freedom of information of citizens.

These types of issues can be evaluated by observing the last years of the global classification of RSF.

Of the nineteen countries analysed in Latin America (180 in total) for this study, RSF places the great majority in the second half of the table of its 2017 classification: Bolivia (107, score: 33,58), Brazil (103, score: 33.58), Colombia (129, score: 41,47), Cuba (173, score: 71,75) , Ecuador (105, score: 33,64), Guatemala (118, score: 39,33), Honduras (140, score: 43,75), Mexico (147, score: 48,97), Nicaragua (92, score: 31,01), Panama (96, score: 32,12), Paraguay (110, score: 35,64), Peru (90, score: 30,98) and Venezuela (137, score: 42,94). Only Costa Rica (6, score: 11,93), Uruguay (25, score: 17,43), Chile (33, score: 20,53), Argentina (50, score: 25,07), Dominican Republic (59, score: 26,76) and El Salvador (62, score: 27,24) were in superior positions (Table 2).

	Position	Score
Argentina	50	25,07
Bolivia	107	33,58
Brazil	103	33,58
Chile	33	42,94
Colombia	129	41,47
Costa Rica	6	11,93
Cuba	173	71,75
Ecuador	105	33,64
El Salvador	62	27,24
Guatemala	118	39,33
Honduras	140	43,75
México	147	48,97
Nicaragua	92	31,01
Panamá	96	32,12
Paraguay	110	35,64
Peru	90	30,98
Doinican Republic	59	26,76
Uruguay	25	17,43
Venezuela	137	42,94

Table 2: 2017 World Press Freedom Index. Table of Latin American Country positions and scores
Source: RSF, 2017

However, remember that these countries have a great differentiation between them and with critical situations in some nations determined by the multiplicity of perpetrators, the insecurity of information professionals and a scenario of permanent impunity that perpetuates these conditions of vulnerability. Mexico, Colombia, Honduras, Brazil and Guatemala are the most dangerous countries for professional practice during the first 17 years of 21st century.

To cite the most extreme example, Mexico is perpetuated as the most dangerous country to practice journalism in the region (González de Bustamante & Relly 2017, 2016; Hughes & Márquez Ramírez, 2017), with 163 journalists killed in these 17 years, in addition to other types of violence, and in the classification of RSF appears ahead of other countries in the region such as Cuba, where there has been no death.

Since 2006, the number of information professionals murdered in Mexico has increased considerably, coinciding with the fight against drug trafficking (Relly & González de Bustamante, 2014, 2017). The creation of the Special Prosecutor's Office for the Attention of Crimes against Freedom of Expression (FEADLE, in Spanish) and in 2012 of a protection mechanism for human rights defenders and journalists have not improved this situation. In fact, several organizations have denounced that "effective assistance is not provided to journalists at risk" and demand that "prevention be strengthened to avoid lethal attacks" (CPJ, 2017, p. 37).

With 57 victims, Brazil is the fourth country with the most journalists murdered in Latin America. Political changes in recent years and citizen protests have been widely addressed in public, private and community media, increasing the vulnerability of information professionals. The year 2015 was particularly noteworthy, since nine information professionals died. Reporters Without Borders promoted the campaign during the 2016 Olympic Games called "some victories do not deserve a medal", in which it denounced the cases of Brazilian journalists killed in the exercise of their professional work. Among them, RSF recalled Gleydson Carvalho, a journalist who was killed when unknown persons shot him in the Radio Libertade FM 90.3 studios in Camocim, in the state of Ceará, on August 6, 2015. Another case highlighted in this campaign is that of the journalist Pedro Palma, director of the weekly Regional Panorama, murdered at his home on February 13, 2014, for having reported corruption cases of officials in Rio de Janeiro (Díaz Nosty & de Frutos, 2017).

Freedom House

The evaluation of the methodology of Freedom House, an organization born in the United States in 1941, has made it possible to identify clear inconsistencies between the opinions of the organization and the application of the indicators. FH refers to the Article 19 of the Universal Declaration of Human Rights that states that "everyone has the right to freedom of opinion and expression". Hence, theoretically freedom of information is conceived as a basic human right that every state must protect. However, the measurement process of FH does not respond to the universality of the human right and

to the State as guarantor of this universality, but refers to it as an individual right, mainly framed in economic terms.

Freedom House categorizes the countries into three main categories taking into account a scale that ranges from the best score (0) to the worst (100), based on 23 questions and 109 indicators divided into three broad categories: the legal environment, the political environment, and the economic environment.

> Freedom House's methodology, far from evaluating freedom of expression, focuses on freedom of the press and even more so on the freedom of private media owners, in detriment to the rights of journalists and ignoring citizens, the holders of the right to freedom of expression. Its questionnaire seeks to discover, in the first place, the extent to which states "interfere" in the freedom of private media companies, and in second place, the physical attacks and legal and governmental constraints against journalists. Restrictions on the freedom of expression, information, or communication in the media by private actors – and not just the state – are included, but minimally and with scant weight in the methodology. (Sapiezynska & Lagos, 2016, p. 564)

As has already been demonstrated in a previous study (Giannone, 2014), from the birth of the instrument in 1979, a number of important methodological changes have been made on the Freedom of the Press Index. In 1994, a 100-point scale was introduced, joining the pre-existing labelling system ("free", "partially free", "not free" press countries). While the latter just allowed to divide countries into three categories, the rating system brought to the creation of annual global rankings of freedom of information, thus enabling the comparability of countries within each category, and constituting a pressure for countries to improve their performance. Another methodological change was introduced in 1989. Up to 1988, the instrument provided two distinct indices of freedom, one for the press and a different one for the radio-TV system. The two systems were unified from 1989 to 1993. Then, from 1994 to 2001, after the introduction of the scoring system, the FPI provided one total score and eight sub-scores (four for the print and four for broadcast), concerning respectively the legal, political, and economic environment, and repressive actions[8]. As Karlekar Deutsch and Radsch pointed out (2012, p. 15), the methodology was "substantially revamped" in 2002. In the first place, the distinction between print and broadcast was deleted again. In the second place, the 'repressive actions' category was eliminated, and its score was attributed to the 'political environment' category, since then accounting for 40 of the 100 points allocated in the survey methodology. This change was justified by the fact that controlling the power of framing messages as news "has been the policy of repressive governments ever since the introduction of broadcasting" (Karlekar Deutsch & Radsch, 2012, p. 15). Since the 'political environment' is concerned with the role of government in the ownership, regulation and control of media

[8] For detailed data (1980-2017) and changes in sub-scores over the period 1994-2001, see https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTP1980-FOTP2017_Public-Data.xlsx (accessed 14 November 2017).

systems, "the FH assumes that such role is more important than the role of private corporations (the economic environment, scored up to 30 points) or legal provisions (up to 30 points) in influencing freedom of information" (Giannone, 2014, p. 517).

In recent years the questionnaire of the US organization has suffered "minor but significant changes". To cite some of the most characteristic, as of 2011, the word bloggers was introduced in some of the questions, along with professional journalists. The instructions to answer another question indicates that the interviewee should "consider written, audiovisual and internet media". Freedom House included these changes in response to criticism of its exclusive focus on traditional media and disdain for digital media (Burgess, 2010). Despite these changes, the FH continues to support the possibility of comparing the data covering the whole reference period (Freedom House, 2012).

As far as the safety of media practitioners is concerned, the FPI contains two methodology questions dedicated to this issue, both included in the "political environment" category. The first one, ranging from 0 to 6 points, is: "are both local and foreign journalists able to cover the news freely and safely in terms of physical access and on-the-ground reporting?". The second question, ranging from 0 to 10 points, is "are journalists, bloggers, or media outlets subject to extralegal intimidation or physical violence by state authorities or any other actor as a result of their reporting?". Hence, the weight of the safety of journalists on the instrument is 16%. Both questions are coupled with a note, introduced in the last issue of the instrument, that specifies that the "question applies to conditions experienced by journalists, bloggers, or media outlets *during the course of their work*" (Freedom House, 2017a). However, this is only the last version of the questions. As shown by a longitudinal analysis (see Table 3), from 2009 to date these two questions, and their indicators, underwent several changes.

	2009	2013	2016	2017
Question 6	Are both local and foreign journalists able to cover the news freely?	Are both local and foreign journalists able to cover the news freely in terms of harassment and physical access?	Are both local and foreign journalists able to cover the news freely and safely in terms of physical access and on-the-ground reporting?	Are both local and foreign journalists able to cover the news freely and safely in terms of physical access and on-the-ground reporting?
Indicators of question 6	Are journalists harassed while covering the news?	Are journalists harassed while covering the news?	To what extent are journalists harassed or attacked while attempting to gather news or cover events in person?	To what extent are journalists harassed or attacked while attempting to gather news or cover events in person?
	Are certain geographical areas of the country off-limits to journalists?	Are certain geographical areas of the country off-limits to journalists?	Are certain geographical areas of the country off--limits to journalists?	Are certain geographical areas of the country off--limits to journalists?
	Does a war, insurgency, or similar situation in a country inhibit the operation of media?	Does a war, insurgency, or similar situation in a country inhibit the operation of media?	Does a war, insurgency, or similar situation in a country inhibit the operation of media?	Does a war, insurgency, or similar situation in a country inhibit the operation of media?
			Do authorities require journalists working in danger zones to be "embedded"?	Do authorities require journalists working in danger zones to be "embedded"?

	Is there surveillance of foreign journalists working in the country?	Is there surveillance of foreign journalists working in the country?	Is there surveillance of foreign journalists working in the country?	Is there surveillance of foreign journalists working in the country?
	Are foreign journalists inhibited or barred by the need to secure visas or permits to report or to travel within the country?	Are foreign journalists inhibited or barred by the need to secure visas or permits to report or to travel within the country?	Are foreign journalists inhibited or barred by the need to secure visas or permits to report from or travel within the country?	Are foreign journalists inhibited or barred by the need to secure visas or permits to report from or travel within the country?
	Are foreign journalists deported for reporting that challenges the regime or other powerful interests?	Are foreign journalists deported for reporting that challenges the regime or other powerful interests?	Are foreign journalists deported for reporting that challenges the authorities or other powerful interests?	Are foreign journalists deported for reporting that challenges the authorities or other powerful interests?
	2009	**2013**	**2016**	**2017**
Question 7	Are journalists or media outlets subject to extra-legal intimidation or physical violence by state authorities or any other actor?	Are journalists, bloggers, or media outlets subject to extralegal intimidation or physical violence by state authorities or any other actor?	Are journalists, bloggers, or media outlets subject to extralegal intimidation or physical violence by state authorities or any other actor as a result of their reporting?	Are journalists, bloggers, or media outlets subject to extralegal intimidation or physical violence by state authorities or any other actor as a result of their reporting?
Indicators of question 7	Are journalists subject to murder, injury, harassment, threats, abduction, expulsion, arbitrary arrest and illegal detention, or torture?	Are journalists or bloggers subject to murder, injury, harassment, threats, abduction, expulsion, arbitrary arrest and illegal detention, or torture?	Are journalists or bloggers subject to murder, injury, harassment, threats, abduction, arbitrary arrest and illegal detention, or torture in retaliation for their professional activities?	Are journalists or bloggers subject to murder, injury, harassment, threats, abduction, arbitrary arrest and illegal detention, or torture in retaliation for their professional activities?
			Do journalists face reprisals in the form of trumped-up criminal charges with no explicit link to their work, such as weapons possession, drug possession, or tax evasion?	Do journalists face reprisals in the form of trumped-up criminal charges with no explicit link to their work, such as weapons possession, drug possession, or tax evasion?
	Do armed militias, organized crime, insurgent groups, political or religious extremists, or other organizations regularly target journalists?	Do armed militias, organized crime, insurgent groups, political or religious extremists, or other organizations regularly target journalists?	Do armed militias, organized crime, insurgent groups, political or religious extremists, or other organizations regularly target journalists in response to their work?	Do armed militias, organized crime, insurgent groups, political or religious extremists, or other organizations regularly target journalists in response to their work?
	Have journalists fled the country or gone into hiding to avoid such action?	Have journalists fled the country or gone into hiding to avoid such action?	Have journalists fled the country or gone into hiding or exile to avoid such repercussions?	Have journalists fled the country or gone into hiding or exile to avoid such repercussions?
			Do journalists under threat from nonstate actors receive adequate protection from state authorities?	Do journalists under threat from nonstate actors receive adequate protection from state authorities?
	Have media companies been targeted for physical attack or for the confiscation or destruction of property?	Have media companies been targeted for physical attack or for the confiscation or destruction of property?	Have media companies been targeted for physical attack or for the confiscation or destruction of property?	Have media companies been targeted for physical attack or for the confiscation or destruction of property?

	Are there technical attacks on news and information websites or key online outlets for information exchange?	Are there technical attacks – such as hacking or distributed denial-of-service (DDoS) attacks – on news outlets' websites or on social--media accounts that are used to disseminate news?	Are there technical attacks – such as hacking or distributed denial-of-service (DDoS) attacks – on news outlets' websites or on social-media accounts that are used to disseminate news?

Table 3: The safety of media practitioners according to Freedom House

The changes are both formal and substantial, as some indicators have been introduced from 2016 and others have been radically modified. These changes reflect FH's intention to refine the field of investigation of such a controversial issue: therefore, it is important the introduction of an indicator about the threat to journalists from non-state actors and the adequate protection from state authorities. And it is also important to take into account the issue of "embedded journalism" in dangerous zones. However, these modifications put into question the comparability of data over time, as well as the validity and reliability of the instrument. Indeed, the introduction of two notes for the questions in the 2017 version reveal a possible difficulty of the survey team in detecting the issue.

Although they are working for refining their instruments, both FH and RSF are still distant from the use of stricter descriptors of the journalistic profession such as those used by Unesco itself. Taking as reference the decision adopted by the Council of the International Program for the Development of Communication (IPDC) in 2014 and defined in the Journalists' Security Indicators: National Level, it is considered a "journalist" and, therefore, units of analysis for the present article, "journalists, media workers and social media producers that generate a significant volume of journalistic activity of public interest" (Unesco, 2013, p.2):

> journalists are people who observe, describe, document and analyse events and document and analyse statements, policies and any proposal that may affect society, in order to systematize that information and gather facts and analysis to inform the sectors of the society or the society as a whole. (Unesco, 2012, p. 3)

The specialists chosen by FH analyse the results of each indicator and question and categorize the countries in three big labels in the press freedom country status: "free", "partially free" or "not free".

Of the 199 countries and territories assessed for 2016, a total of 61 (31 percent) were rated Free, 72 (36 percent) were rated Partly Free, and 66 (33 percent) were rated Not Free. In the case of the Latin American States studied, in 2017 four of them were considered "not free" (Cuba, with a score of 91, Honduras, 66, México, 64, and Venezuela, 81) and the rest were divided into "partially free" (Argentina, 46; Bolivia, 53; Brazil, 47; Colombia, 57; El Salvador, 41; Guatemala, 58; Nicaragua, 55; Panamá, 41; Peru, 42, and Dominican Republic, 42) while three were considered "free" (Chile, 29; Costa Rica, 16 and Uruguay, 24) (Table 4).

	Press Freedom Status	Press Freedom Score (0-100 points)	Legal Environment (0-30 points)	Political Environment (0-40)	Economic Environment (0-30=
Argentina	Partly Free	46	13	18	15
Bolivia	Partly Free	53	16	23	14
Brazil	Partly Free	47	14	22	11
Chile	Free	29	8	13	8
Colombia	Partly Free	57	13	26	18
Costa Rica	Free	16	4	6	6
Cuba	Not Free	91	28	35	28
Ecuador	Not Free	66	23	27	16
El Salvador	Partly Free	41	10	18	13
Guatemala	Partly Free	58	18	23	17
Honduras	Not Free	66	18	33	15
México	Not Free	64	19	31	14
Nicaragua	Partly Free	55	14	24	17
Panamá	Partly Free	41	17	15	9
Paraguay	Partly Free	59	16	24	19
Peru	Partly Free	45	14	19	12
Doinican Republic	Partly Free	42	8	21	13
Uruguay	Free	24	6	10	8
Venezuela	Not Free	81	26	31	24

Table 4: Freedom of the Press 2017. Table of Latin American Country scores

The pattern of extreme violence against journalists in several Latin American countries continued unabated in 2016 (FH, 2017b). Brazil, Colombia, Honduras, and Mexico remain among the world's most dangerous places for journalists, and all face ongoing challenges in investigating and prosecuting these crimes. The number of murders in Mexico rose, according to some sources, especially for reporters covering police abuses, drug trafficking, and governmental corruption. While El Salvador has traditionally had less violence against journalists despite its high overall homicide rate, intimidation of the media has increased there as well. Protection mechanisms have been put in place in a number of countries, but their effectiveness is still limited by problems such as bureaucratic rivalries, insufficient funding, and lack of training (Freedom House, 2017b, p. 21)

Conclusions

The analyses of press freedom in the world and in Latin America in general are extremely complex and deserve a detailed analysis of the instruments we use to measure them. The Freedom House and Reporters without Borders classifications have traditionally been used to represent the situation of different countries in this area but present serious methodological problems.

In the first place, the present investigation has allowed affirming that the indicators suffer from deficiencies that make difficult the characterization of concrete realities, such as those of the Latin American region, characterized by a high degree of violence in certain countries and with different social and democratic systems of law.

In this sense, both RSF and FH penalize the State's regulatory apparatus to protect the rights of citizens and make invisible the work of Latin Americans in transcending from mere passive agents to active agents of communication, benefiting private corporations in their scores.

Although RSF and FH start from the universal vision of human rights in general and freedom of the press in particular, they reduce it to the free market and, thereby, diminish the very idiosyncrasy of fundamental rights.

Bibliographic references

Banda, F. (2011). What are we measuring? A critical review of media development assessment tools. In M.E. Price, S. Abbott & L. Morgan L (Eds.), *Measures of press freedom and media contributions to development. Evaluating the evaluators* (pp. 89-107). New York: Peter Lang.

Badran M. (2017). Violence against journalists: suppressing media freedom. In M. Friedrichsen & Y. Kamalipour (Eds.), *Digital transformation in journalism and news media. Media business and innovation* (pp. 417-427). Cham, Switzerland: Springer.

Becker, J. (2003). Review article: keeping track of press freedom. *European Journal of Communication, 18*(1), 107-12.

Becker, L. B., Vlad, T. & Nusser, N. (2007). An evaluation of press freedom indicators. *The International Communication Gazette, 69*(1), 5-28.

Brunetti A. & Weder B. (2003). A free press is bad news for corruption. *Journal of Public Economics, 87*, 1801-24.

Burgess, J. (2010). *Evaluating the evaluators: media freedom indexes and what they measure.* Washington, D.C.: Center for International Media Assistance at the National Endowment for Democracy.

Chomsky, N. & Herman, E. S. (1988). *Manufacturing consent. The political economy of the mass-media*. New York: Pantheon Books.

Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ) (2017). *Sin excusa: México debe quebrar el ciclo de impunidad en asesinatos de periodistas.* Ciudad de México: CPJ.

Dahl, R. A. (2003). *How democratic is the American constitution?* Yale: Yale University Press.

Díaz Nosty, B. & de Frutos García, R. (2017). Asesinatos, hostigamientos y desapariciones. La realidad de los periodistas latinoamericanos en el s. XXI. *Revista Latina de Comunicación Social*, *72*, 1.418-1.434.

Díaz Nosty, B. (2016a). *Periodismo muerto. Más de mil periodistas asesinados en América Latina (1970-2015)*. Ciudad de México: Planeta Editorial.

Díaz Nosty, B. (2016b). Medio siglo de atentados contra periodistas. *Infoamérica. Revista Iberoamericana de Comunicación, 10*, 87-113.

Freille S., Haque M. E. & Kneller R. (2007). A contribution to the empirics of press freedom and corruption. *European Journal of Political Economy, 23*(4), 838-862.

Freedom House (2012). *Checklist of methodology questions 2012*. Retrieved from www.freedomhouse.org

Freedom House (2017a). *Freedom of the press 2017 methodology*. Retrieved from https://www.ifex.org/international/2017/11/17/un-resolutions-safety- journalists/https://freedomhouse.org/report/freedom-press-2017-methodology.

Freedom House (2017b). *Freedom of the press. Press freedom's dark horizon*. Retrieved from https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTP_2017_booklet_FINAL_April28.pdf

Frutos, R. (2014). *Indicadores mediáticos: análisis crítico de los modelos de evaluación internacional*. Doctoral thesis, Universidade de Málaga, Málaga, Espanha.

Giannone D. (2010). Political and ideological aspects in the measurement of democracy: the Freedom House Case. *Democratization 17*(1), 68-97.

Giannone, D. (2014). The political and ideological dimension of the measurement of freedom of information. Assessing the interplay between neoliberalism and the Freedom of the Press Index. *International Communication Gazette*, *76*(6), 505-527.

Giannone, D. & De Frutos, R. (2016). Measuring freedom of information: issues and opportunities from an expert survey. *International Journal of Communication*, *10*, 589-619.

González de Bustamante, C. & Relly J. E. (2014). Journalism in times of violence: Social media use by US and Mexican journalists working in northern Mexico. *Digital Journalism*, *2*, 507-523.

González de Bustamante C., & Relly J. E. (2016). Professionalism under threat of violence: journalism, reflexivity, and the potential for collective professional autonomy in northern Mexico. *Journalism Studies*, *17*, 684- 702.

Gunther R. & Mughan A. (Eds.) (2000). *Democracy and the media: a comparative perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hallin D. C. & Mancini P. (2012). *Comparing media systems beyond the western world*. New York: Cambridge University Press.

Holtz-Bacha C. (2011). Freedom of the press: is a worldwide comparison possible and what is it good for? In M. E. Price, S. Abbott & L. Morgan (Eds.), *Measures of press freedom and media contributions to development. Evaluating the evaluators* (129-143). New York: Peter Lang.

Hughes, S. & Márquez-Ramírez, M. (2017). Examining the practices that mexican journalists employ to reduce risk in a context of violence. *International Journal of Communication, 11*(23) 499–521.

Hughes S., Mellado C., Arroyave J., Benitez J. L., de Beer A., Garcés M. & Márquez-IFEX (2017). How can UN resolutions make it safer to be a journalist? Retrieved from https://www.ifex.org/international/2017/11/17/un-resolutions-safety- journalists

Karlekar Deutsch K. & Radsch C. (2012). Adapting concepts of media freedom to a changing media environment: incorporating new media and citizen journalism into the *Freedom of the Press* Index. *ESSACHESS. Journal for Communication Studies* 5(9), 13-22.

Kaufmann D. (2005). Human rights and governance: the empirical challenge. In P. Alston & M. Robinson (Eds.), *Human rights and development: towards mutual reinforcement* (pp. 352-402). New York: Oxford University Press.

McQuail, D. (2000). *McQuail's mass communication theory*. London: Sage.

Mirowski, P. (2011). *Science-mart. Privatizing American science.* Cambridge: Harvard University Press.

Norris P. (2006). The role of the free press in promoting democratization, good governance, and human development. In *Unesco meeting on World Press Freedom Day: media, development, and poverty eradication*, Colombo, Sri Lanka, 1-2 May.

Ramírez M. (2017). Expanding influences research to insecure democracies: how violence, public insecurity, economic inequality and uneven democratic performance shape journalists' perceived work environments. *Journalism Studies*, *18*, 645-665.

Relly J. E. & González de Bustamante, C. (2014). Silencing Mexico: A study of influences on journalists in the northern states. *The International Journal of Press/Politics*, *19*, 108-131.

Relly J. E. & González de Bustamante, C. (2017). Global and domestic networks advancing prospects for institutional and social change: the collective action response to violence against journalists. *The International Journal of Press/Politics*, *19*, 108-131.

Reporters without Borders (RWB) (2017). Clasificación de la libertad de prensa en el mundo. Retrieved from https://www.rsf-es.org/grandes-citas/clasificacion-por-paises/

Sapiezynska, E. & Lagos, C. (2016). Media freedom indexes in democracies: a critical perspective through the cases of Poland and Chile. *International Journal of Communication*, *10*, 549-570.

Scoble H. M. & Wiseberg L. S. (1981). Problems of comparative research on human rights. In V. P. Nanda, J. R. Scarritt & G. W. Jr Shepherd (Eds.), *Global human rights: public policies, comparative measures, and NGO strategies* (pp. 147-171). Boulder, CO: Westview Press.

Siebert F. R., Peterson T. & Schramm W. (1956). *Four theories of the press.* Urbana: University of Illinois Press.

Sobel R. S., Dutta N. & Roy S. (2011). Beyond borders: Is media freedom contagious? In M. E. Price, S.Abbott & L. Morgan (Eds.), *Measures of press freedom and media contributions to development. Evaluating the evaluators* (pp. 307-320). New York: Peter Lang.

Tran H., Mahmood R., Du, Y. & Khrapavitski A. (2011). Linking measures of global press freedom to development and culture: implications from a comparative analysis. *International Journal of Communication, 5*, 170-191.

Unesco (2012). *UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity*. Retrieved from http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/official_documents/UN-Plan-on-Safety-Journalists_EN_UN-Logo.pdf

Unesco (2013). *Journalists' Safety Indicators:National Level. Based on the Unesco's Media Development Indicators.* Retrieved from http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/official_documents/Journalists_Safety_Indicators_National_Level.pdf

Unesco (2016). *Time to break the cycle of violence against journalists. Highlights from the Unesco Director-General´S 2016 report on safety of journalists and the danger of impunity.* Retrieved from https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_report_english_rgb.pdf

Unesco & Reporters Without Borders (2013). *Safety guide for journalists. A handbook for reporters in high-risk environments.* Retrieved from http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002439/243988s.pdf

United Nations (2016, February 10). La seguridad de las periodistas y la questión de la Impunidad. Resolución 70/162. Retrieved from http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/70/162

United Nations (2017a). *Multi-stakeholder consultation on strengthening the implementation of the UN plan of action on the safety of journalists and the issue of impunity*. Retrieved from https://en.unesco.org/sites/default/files/concept_note_multi-stakeholder_consultation_en.pdf

United Nations (2017b, August). *La seguridad de las periodistas y la cuestión de la impunidad. Informe del Secretario General de Naciones Unidas*.

United Nations Development Programme (UNDP) (2004). *Governance Indicators: A Users' Guide*. Retrieved from https://tinyurl.com/79dhnfz

Van Belle, D. A. (1997). Press freedom and the democratic peace. *Journal of Peace Research, 34*(4), 405-414.

Voltmer K. (2013). *The Media in transitional democracies*. Cambridge: Polity Press.

Biographical notes

Ruth de Frutos coordinates the Chair Unesco in Communication at the University of Malaga, Spain. Chair Unesco in Communication.

E-mail: ruth.defrutos@uma.es

Address: University of Malaga, Malaga, 29071 Spain

Diego Giannone is a Professor of the Department of Political Science "Jean Monnet" of the Università della Campania "Luigi Vanvitelli", Italy

E-mail: diego.GIANNONE@unicampania.it

Address: Department of Political Science "Jean Monnet" of the Università della Campania "Luigi Vanvitelli". Viale Ellittico, 31 – 81100 Caserta, Italy

*** Submitted: 30.11.2017**

*** Accepted: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 311 – 328
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2919

Proposta metodológica para avaliação de aplicativos jornalísticos baseados em *cards*

Rita de Cássia Romeiro Paulino & Marina Lisboa Empinotti

Resumo

Cada vez mais os conteúdos jornalísticos para *smartphones* deixam de ter como base outros veículos da empresa, analógicos ou digitais, e passam a ser próprios para o novo meio. O *design* de notícias baseado em *cards* se apresenta como uma boa solução para criação de interfaces nativamente móveis. Neste trabalho discorremos sobre as maiores contribuições das interfaces do tipo *cards* ou "cartão" para aplicativos de notícias para *smartphones* e descrevemos um modelo de avaliação para este tipo de conteúdo, a fim de oferecer uma ferramenta de sistematização e classificação de pesquisas das áreas de jornalismo, *design*, entre outras.

Palavras-chave
Aplicativo; *cards*; design; jornalismo móvel; *smartphone*

Abstract

More and more journalistic content for smartphones is no longer based on other vehicles of the company, analogic or digital, and become appropriate for the new mobile environment. The card-based news design presents itself as a good solution for creating native mobile interfaces. In this work we discuss the major contributions of the "card" type interfaces for news applications for smartphones and describe an evaluation model for this type of content in order to offer a tool for systematizing and classifying researches in the areas of journalism, design, among others.

Keywords
App; cards; design; mobile journalism; smartphone

Introdução

Em 2017, o crescimento do uso de *smartphones* permanece em trajetória ascendente, seguindo a tendência dos anos anteriores, embora com menor força (Gráfico 1). Dados do Reuters Institute Digital News Report[1] (RIDNR) de 2017 mostram que mais pessoas usam o *smartphone* para visualizar notícias, enquanto menos dependem de um computador de mesa [desktop] para tal. Enquanto os mais velhos fazem a transição do computador para o *smartphone*, os mais jovens já iniciam seu acesso a notícias através das pequenas telas.

[1] Retirado de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

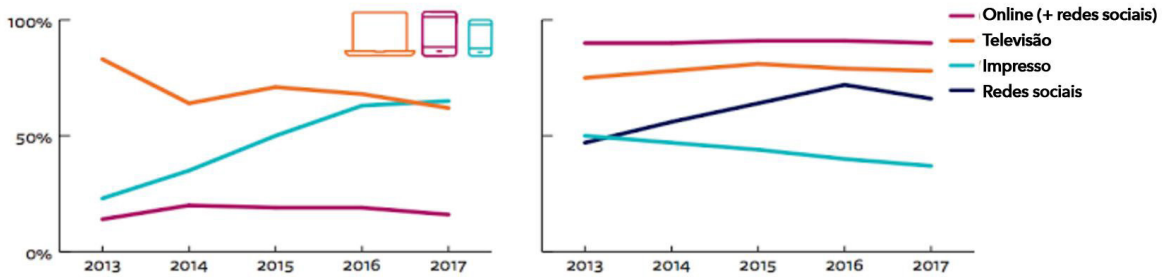


Gráfico 1: Gráfico mostra a ascensão do uso do celular no consumo de notícias (a) e queda no uso de televisão e impresso como fontes noticiosas (b)

Fonte: Adaptado de Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2017

Ainda de acordo com o Relatório (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2017), os *smartphones* ultrapassaram os computadores como principal dispositivo para se acessar notícias. O Mídia Dados[2] mostra um aumento significativo na preferência do uso do *smartphone*, com 92% contra 25% dos usuários que preferem o *tablet*. O cenário descrito enfatiza a necessidade de se produzir e debater o conteúdo jornalístico para *smartphones*.

Nos primeiros anos de desenvolvimento de aplicativos para celulares, o movimento de adaptação foi semelhante ao observado quando da chegada da Internet, em que os produtos impressos eram transpostos integralmente para a rede. Simplesmente transportar conteúdo da *web* para a mídia móvel não oferecia uma boa experiência ao usuário. Textos e mídias não se adaptavam ao tamanho dos diversos celulares do mercado, surgindo a necessidade de uma linguagem que fizesse a adaptação do tamanho dos conteúdos para diferentes tamanhos de telas. Esta situação fez surgir o *design* responsivo, uma técnica de estruturação HTML e CSS, em que o *site* se adapta ao *browser* do usuário sem precisar definir diversas folhas de estilos para cada resolução.

O uso do *design* responsivo na programação do HTML de *sites* assegura uma visualização mais adaptada para textos, imagens e vídeos em dispositivos móveis sem perda do conteúdo. Se por um lado esta técnica resolveu o problema de visualização, por outro perdemos a originalidade e exploração do uso de recursos nativos. Os textos são adaptados em blocos e imagens são reestruturadas para o tamanho do equipamento.

Como alternativa à adaptação totalmente automática surge a organização através de *cards*, ou cartões, que permite a adaptação para o ambiente móvel sem abandonar outras convenções de acesso à Internet e incrementando o código da página com propriedades relativas ao aparelho ou que organizem melhor o conteúdo (Mello et al., 2015). Neste trabalho o design através de *cards* será esmiuçado, a fim de se ter embasamento suficiente para apresentar um sistema metodológico de avaliação e estudo de interfaces deste tipo.

[2] Retirado de https://dados.media/-!/view/CATEGORY/DIGITAL_MEDIA/MDB_DIG_MOBILE_PENETRACAO_RKG_MULTIPLATAFORMA

Cards – origem e aplicações

A organização de informações em *cards* remete a diversas formas do cotidiano, utilizadas há decadas. Trata-se de usar pequenos retângulos para expor imagens e textos que servem como pontos de entrada para informações mais detalhadas. A palavra "cartões" é uma excelente metáfora para a interface digital aqui estudada, já que se parece com cartões tangíveis do mundo real nas interfaces de usuário.

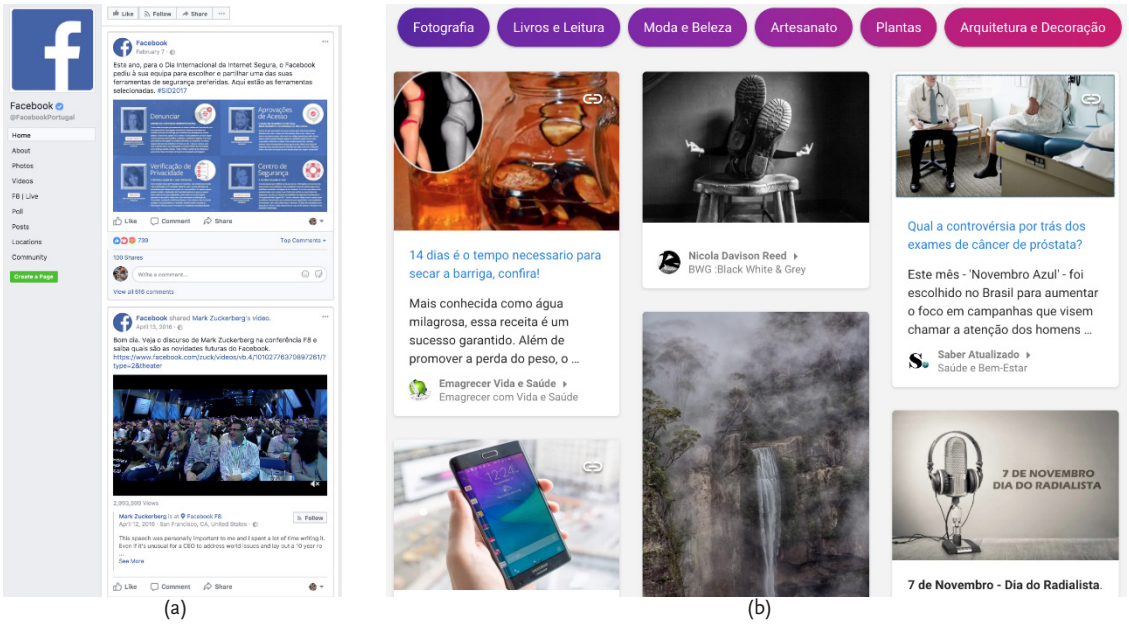
Antes da *web* e dos aplicativos móveis, os cartões já eram objetos comuns em diferentes contextos, como entretenimento ou apresentação pessoal, tornando, portanto, intuitivo sabermos que os cartões são apenas um pedaço de conteúdo, como na vida real. Como na vida real, os *cards* podem ser bons para a interface de aplicativos em muitos contextos, inclusive o noticioso. Algumas das aplicações em que melhor se adaptam são:

1. fragmentação de conteúdo: desde o desenvolvimento de conteúdo para os *sites*, a ideia de se fragmentar o conteúdo em blocos informativos (*chunks*) está consolidada. Assim se facilita a leitura *online*, ou o escaneamento (passar de olhos) da informação, pois grandes blocos de texto podem levar à desistência da leitura. Os *cards* dividem o conteúdo em seções coerentes, de maneira semelhante à organização do texto em parágrafos;
2. agilidade: os *cards* são uma ótima ferramenta para comunicar histórias rápidas, tornam o conteúdo atrativo, sem parecer longo ou demorado demais. Os usuários podem se envolver no que os interessa, da maneira que quiserem;
3. ideal para navegação com dedos: uma interface baseada em *cards* é simples de modo que se use perfeitamente apenas com o dedão, ao se utilizar o dispositivo apenas com uma mão. Ao se imaginar o deslizar de cartões físicos (em um baralho, por exemplo), nota-se logo a semelhança de movimento para se transitar entre os pedaços de informação;
4. transitam entre diferentes telas: a facilidade de manipulação dos *cards* os tornam uma boa opção para um *design* responsivo a diferentes tamanhos de telas. É possível criar uma estética única em vários dispositivos sem que se perna qualidade de experiência;
5. visual agradável: interfaces em *cards* utilizam muitas imagens, e por isso também dependem delas. A grande exploração de conteúdo visual as torna atraentes e oferecem um ponto de entrada ao olhar do usuário ao transitar entre *cards*.

Percebe-se, assim, a adequação dos *cards* para uma interface de acesso a conteúdos noticiosos em dispositivos móveis, aparelhos usados em contextos diferentes dos computadores de mesa e portáteis: de forma rápida, pouco profunda e geralmente em movimento, em momentos livres do dia que podem ser preenchidos por atividades em aparelhos móveis (Mello et al., 2015). Como enfatizam os autores, esse contexto não é refletido pelo modelo de acesso em navegadores ou de aplicativos híbridos, que utilizam páginas *web* dentro de uma estrutura de aplicações, porque envolvem um tempo de carregamento muito alto e uma sessão de leitura longa, não compatível com a forma como as informações são consumidas em aparelhos como *smartphones*.

Muitos dos *sites* e aplicativos mais populares atualmente se beneficiam do design baseado em *cards*. No âmbito das redes sociais, temos o Facebook (Figura 1a) como um exemplo do uso dos *cards* na forma de linha do tempo [timeline] de eventos. Através deles, tem-se um resumo do conteúdo que apresentam: no caso de uma notícia, por exemplo, há o título, um pequeno resumo, e uma foto, que levam, após o clique, ao

material completo. No caso do Google+ (Figura 1b) os *cards* são dispostos de maneira semelhante, em três colunas, e agrupados por tema. A experiência do usuário em diversos aspectos é concentrada ali.

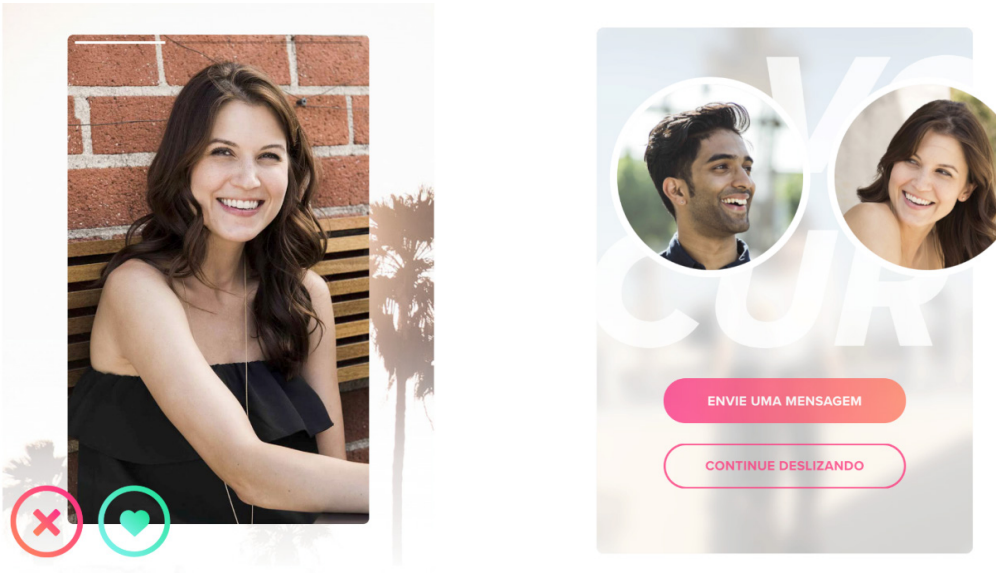


(a) (b)

Figuras 1a e 1b: Interface do Facebook (a) e do Google+ (b)

Fonte: Reprodução Facebook e Google+

Aplicativos como o Tinder exemplificam como os *cards* oferecem expectativa e sensação de "descobrimento". A interface sugere que se deslize um *card* (Figura 2a) para a direita se a pessoa no *card* interessa (Figura 2b) e para a esquerda caso não interesse. A expectativa de não saber o que está contido no *card* seguinte incita o movimento.



(a) (b)

Figuras 2a e 2b: Interface do Tinder

Fonte: Reprodução Tinder

Para além do já referido Google+, o Google faz amplo uso dos *cards* em seus produtos. A Figura 3a mostra como o usuário encontra todas as informações utilizadas em programas da empresa em um só lugar: Gmail, Google Maps, buscador Google, etc. Neste último, os *cards* são usados ainda ao se buscar um conteúdo disponível na Wikipédia, por exemplo. A informação nela contida gera um bloco informativo (Figura 3b) que surge ao usuário, sem que seja necessário selecionar um *site* relacionado na busca para que se chegue à informação que provavelmente procura.



(a)



(b)

Figuras 3a e 3b: Interface do Google e do mecanismo de busca do Google

Fonte: Reprodução Google

No tópico a seguir serão apresentadas as especificidades dos *cards,* quando aplicados ao desenvolvimento de interfaces móveis. A forma dos *cards* pode servir como base para textos, imagens e vídeos nas pequenas telas. A partir daí será possível introduzir o sistema de avaliação desenvolvido.

Diretrizes e modelo *cards* para o desenvolvimento *mobile*

Nativamente, interfaces desenvolvidas para celular seguem padrões visuais relacionados às plataformas Android e iOS. Estas apresentam bases de componentes visuais sofisticados, com efeitos e muitas características disponíveis para serem personalizadas (Paulino & Empinotti, 2017). Assim surgem novas maneiras de se produzir para a mobilidade e muda também o fazer jornalístico, agregando mudanças e novos valores às rotinas produtivas:

> desde esse ponto de vista, isso significa que as tecnologias de comunicação móvel abrem caminhos para novas possibilidades no jornalismo e, ao mesmo tempo, trazem inconvenientes que precisam ser investigados como resultantes dessa mesma expressão sobre as práticas tradicionais afetadas numa zona de tensão permanente. (Silva, 2013, p. 101)

Foi a consolidação dos *tablets* como dispositivos de comunicação, contudo, que incentivou o desenvolvimento de aspectos do design das publicações voltadas ao novo suporte, já que o *layout* e suas funcionalidades são aspectos centrais na experiência do usuário. Castellet (2012) destaca as melhorias alcançadas na linguagem de marcação HTML5, trabalhada desde 2008, mas consolidada em 2014, quando foi adotada, mesmo que parcialmente, pelas principais ferramentas de layout: Blink (Chrome e Opera), Gecko (Mozilla), Trident (Microsoft), e WebKit (iOS, Safari). O HTML – Hypertext Markup Language – é usado para estruturar e apresentar conteúdo na Web, sendo o número 5 indicativo de sua quinta versão, que pode ser vista como uma alternativa viável ao atual ecossistema de aplicativos do ecossistema móvel, segundo o espanhol. A organização através de *cards* permite a adaptação para o ambiente móvel sem abandonar outras convenções de acesso à Internet e incrementando o código da página com propriedades relativas ao aparelho ou que organizem melhor o conteúdo (Mello et al., 2015).

Especificamente nas interfaces *touchscreen*, os *cards* suportam movimentos, como o deslizar (um dedo desliza sobre a tela em movimento horizontal ou vertical) e o *pick-up-and-move* (pegar e arrastar elementos), e a possibilidade de vários arranjos gráficos. Fornecem também um ponto de entrada para informações e priorizam o uso de imagens; seu conteúdo e quantidade podem variar seguindo uma estética padrão.

O ponto de entrada de uma informação pode conter uma hierarquia dentro do *card* para direcionar a atenção dos usuários para a informação mais importante. As imagens podem reforçar outros conteúdos. Entretanto, seu tamanho e colocação dentro do *card* dependem do tamanho do conteúdo principal ou como estão sendo usadas para complementar outros textos[3]. Os *cards* têm uma largura definida conforme o tipo

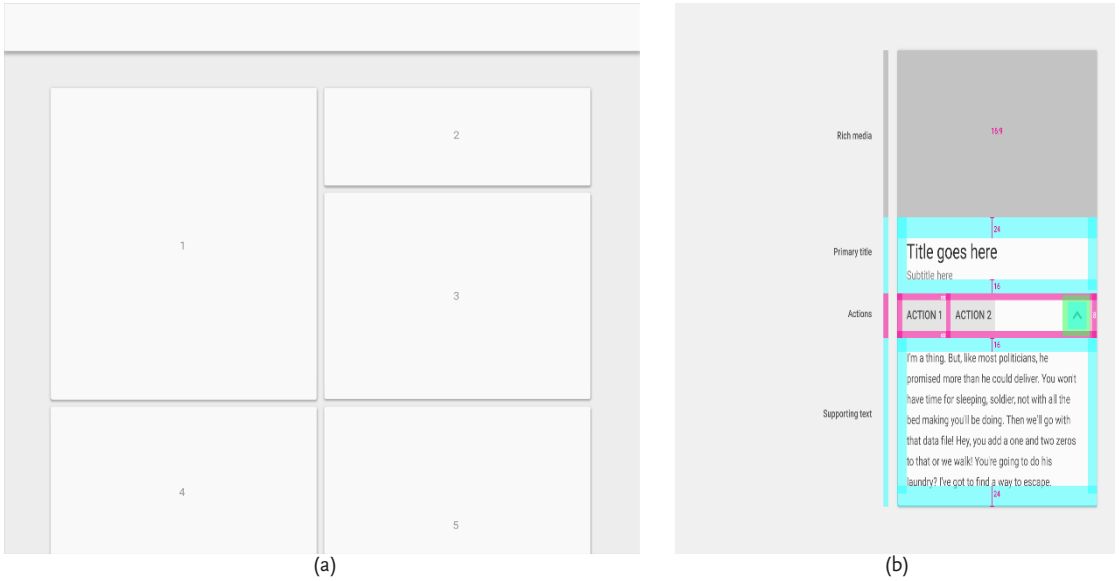
[3] Orientações para o uso dos *cards*. Retirado de https://material.io/guidelines/components/cards.html

de aplicativo e uma altura variável para conteúdos. A altura máxima é limitada à altura do espaço disponível em uma plataforma, mas pode expandir temporariamente (por exemplo, para exibir um campo de comentários).

Conforme visto nos exemplos do tópico anterior, muitas vezes os *cards* não são apresentados sozinhos, mas em coleções, que podem ser ordenadas ou filtradas por data, tamanho do arquivo, ordem alfabética ou outros parâmetros. O primeiro item da coleção está posicionado no canto superior esquerdo. A ordem prossegue da esquerda para a direita e de cima para baixo. Os *cards* podem ser construídos usando blocos de conteúdo que incluem: um cabeçalho opcional; Um título primário; *Rich Media* (vídeos e áudios); Texto de suporte; Ações.

Os blocos podem ser organizados para promover diferentes tipos de conteúdo. Por exemplo, em títulos o corpo de texto pode ser enfatizado aumentando sua escala tipográfica. No *tablet/desktop*, os *cards* devem seguir a orientação de 24dp – pontos. É recomendável o limite dos gestos de deslizamento dentro de uma interface, para que eles não se sobreponham uns com os outros. O gesto de *pick-up-and-move* pode ser usado se for importante para o usuário poder classificar os *cards* dentro de uma coleção.

Para um agrupamento visualmente harmônico, buscam-se características semelhantes: a forma, cor, direção, textura, etc. Gomes Filho (2015) retrata aspectos que ajudam na composição gráfica para mídia impressa. As leis de composição da Gestalt, que englobam padrões de comportamento visual, podem ser aplicadas nas plataformas de mídia digital e percebe-se também a aplicação da teoria e das leis nas interfaces para dispositivos móveis (Figuras 4a e 4b).



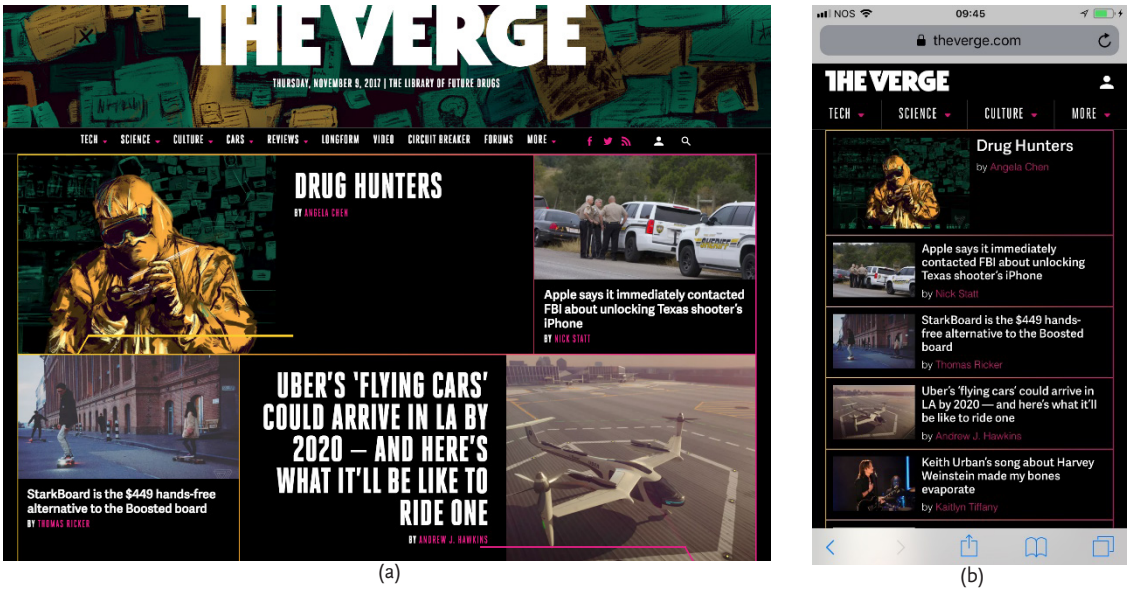
(a) (b)

Figuras 4a e 4b: *Cards* com tamanhos diferentes, mas formatos semelhantes - Lei da Gestalt (a) e layout de card com áreas para mídias, textos e links (b)

Fonte: Adaptado de Paulino & Empinotti, 2017

Os *cards* são altamente adaptáveis a quaisquer pontos de quebra [breakpoints] das telas, sendo assim ideais para atender aos critérios de adaptabilidade de projetos

responsivos. Elencados lado a lado em uma interface para computadores podem se tornar verticais quando vistos em pequenas telas. A Figura 5 (a e b) traz um exemplo dessa mudança.



(a) (b)

Figura 5a e 5b: *Cards* em interface de mesa (a) e *mobile* (b)

Fonte: Reprodução The Verge

Finalmente, ao se planejar os *cards,* deve-se sempre considerar a simplicidade em se ler e compreender a parte textual nele contida. A regra básica para o *design* tipográfico, portanto, é a de tipos simples e esquemas de cores contrastantes. Fundos de cores sólidas de forma a maximizar a capacidade de leitura das letras, em tons opostos ao do *background* (claro-escuro ou vice-versa). Além disso, variar tipos num mesmo *card* deve ser feito com cuidado, levando em consideração que um só tipo deve ser sempre o suficiente para expressar o conteúdo do *card*.

Nielsen e Budiu (2014) destacam que os cartões têm um *canvas* de apresentação de tamanho fixo, ou seja, o desenvolvedor posiciona a informação dentro do espaço bidimensional pré-definido até ficar satisfeito, o que possibilita bons *layouts*, mas não é possível torná-lo maior. É preciso, assim, que o usuário avance para um novo cartão para que obtenha mais informações.

No caso das rolagens [scroll], é disponibilizado espaço estendido para baixo, na extensão que o desenvolvedor desejar: "desta forma os usuários têm de saltar menos, mas ao custo de um leiaute menos interessante, porque o projetista não pode controlar o que os usuários estão vendo em dado momento" (Nielsen & Budiu, 2014, p. 50):

> ...a rolagem causava grandes problemas de usabilidade, especialmente porque, com frequência, os usuários tinham de batalhar com sites que não eram otimizados para os dispositivos móveis. Em contraste com o que acontecia em 1990, o problema não era que os usuários não rolavam, era

> que eles rolavam muito. Nos dispositivos móveis, eles tinham de mover seu minúsculo espaço de visualização para a frente e para trás tão frequentemente que perdiam o controle de onde estavam e do que estava na página. Com frequência, eles rolavam passando direto por algo sem perceber. (Nielsen & Budiu, 2014, p. 51)

Referencial teórico para a construção do sistema de avaliação

O sistema de avaliação com fins metodológicos aqui descrito, baseado em componentes de interface de aplicativos jornalísticos, é embasado por dois estudos prévios e já teve um teste piloto, apresentado em Paulino e Empinotti (2017), onde três aplicações foram avaliadas segundo o modelo proposto. O primeiro estudo fornece uma abordagem de categorias inicialmente desenvolvidas para a análise de aplicativos para *tablets* (Oliveira, 2013) fundamentada em dois aspectos. Ele se baseia nos estudos de interface de Bardin (1977), Nielsen (1993, 1995, 2011), Saffer (2009), e Bastien e Scapin (citado em Cybis, 2003) com ênfase nos elementos básicos da construção de interfaces, como aspectos cognitivos, visuais, ergonômicos e interativos E em uma relação conceitual entre características do webjornalismo: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade, multimidialidade e memória (Bardoel & Deuze, 2001; Palacios, 1999).

Pellanda et al. também investigaram a formatação em *cards* como possibilidade para a apresentação de conteúdo jornalístico. Para os autores, o formato facilita a experiência de leitura do usuário ao permitir "uma forma de manuseio e interação com o conteúdo que é própria do meio digital, podendo resultar no agrupamento de informações e no compartilhamento de conteúdos" (2015, p. 179).

Nielsen e Budiu referem a importância da apresentação clara de conteúdo em dispositivos móveis, já que estes oferecem uma experiência do usuário empobrecida: "telas minúsculas, conectividade lenta, maior custo de interação (especialmente quando se digita, mas também devido à inabilidade dos usuários em dar duplo clique ou flutuar) e menor precisão para apontar devido ao problema do "'dedo gordo'" (2014, p. 61).

Primeiramente, então, a reflexão de Bardin acerca da criação de categorias, que pressupõe, de acordo com a autora, a identificação de semelhanças e agrupamento de elementos comuns, é aqui apropriada:

> a análise por categorias temáticas tenta encontrar uma série de significações que o codificador detecta por meio de indicadores que lhe estão ligados; (...) codificar ou caracterizar um segmento é colocá-lo em uma das classes de equivalências definidas, a partir das significações, (...) em função do julgamento do codificador (...) o que exige qualidades psicológicas complementares como a fineza, a sensibilidade, a flexibilidade, por parte do codificador para apreender o que importa. (Bardin citada em Caregnato & Mutti, 2006, p. 683)

Os estudos de Nielsen (1995) guiam a noção de usabilidade: um "atributo de qualidade que avalia quão fácil uma interface é de usar" ou "a medida de qualidade da experiência de um usuário ao interagir com um produto ou um sistema" (Nielsen, 1993, p. 26). Dois trabalhos do pesquisador são importantes neste debate: o primeiro avalia interfaces de *sites* acessados via *desktop* (1995) e o segundo usou iPads para a avaliação da usabilidade (2011). No caso dos *sites* as categorias aplicadas (Oliveira, 2013) foram:

- *feedback*/visibilidade dos estados do sistema;
- adequação à linguagem do usuário/correspondência;
- controle e liberdade;
- consistência e padrões/convenções;
- prevenção de erros;
- aprendizado e reconhecimento x memória e recordação;
- flexibilidade e eficiência (atalhos);
- estética, diálogo e *design* simples;
- boas mensagens de erros;
- ajuda e documentação.

Posteriormente, a avaliação da usabilidade em *tablets* baseou-se nos seguintes critérios (Oliveira, 2013):

- erro: áreas para toques apresentam erros básicos;
- erro: confusão do botão voltar;
- mais aplicativos no mercado tornam os usuários mais familiarizados;
- formulários não são bem aceitos em ipads;
- animações descontextualizadas irritam usuários;
- excesso de possibilidades de navegação confunde o usuário;
- os aplicativos deveriam ser chaveados por usuário;
- quando o foco do conteúdo é interação, aplicativos são mais apropriados do que *sites*;
- os iPads são usados para jogos, *e-mails*, vídeos, redes sociais e notícias.

O trabalho de Saffer (2009) com interfaces gestuais complementa os achados de Nielsen (1995; 2011). São dez as categorias elencadas: detectibilidade; confiabilidade; responsividade; adequação e adaptação ao contexto; inteligência; significância; sutileza; divertimento; estética; ética. Por fim, Bastien e Scapin (citados em Cybis, 2003) definiram oito critérios ergonômicos que garantem a qualidade na construção de interfaces humanocomputador: condução; carga de trabalho; controle explícito; adaptabilidade; gestão de erros; homogeneidade; significado de códigos e denominações; e compatibilidade.

Oliveira (2013) oferece um novo enfoque (Tabela 1), agrupando as categorias já relacionadas, mas fundando-o no relacionamento com o que a autora denomina "categorias

do jornalismo online" (Bardoel & Deuze, 2001; Palácios, 1999, 2004): interatividade; personalização/customização de conteúdo; hipertextualidade; multimidialidade/convergência; memória; instantaneidade de acesso.

Síntese das categorias	Categorias relacionadas	Significado
Orientação	Hipertextualidade	As informações precisam estar dispostas em diversas camadas e fluxos multidirecionais
Contextualização	Hipertextualidade; Multimidialidade (convergência); Memória	As informações devem se conectar com conteúdos complementares e suplementares
Autonomia	Interatividade; Personalização	As informações devem ser agrupadas de modo a que atendam a interesses específicos de um perfil de usuário
Padronização	Segmentação; Ritmo; Ordem	As informações devem ser expostas de forma equilibrada
Precisão	Instantaneidade de Acesso	As informações devem ser apresentadas com clareza e minimizar erros relacionados ao fator "tempo real"
Assimilação	Hipertextualidade e Personalização do Conteúdo	As informações devem ser organizadas por meio do aprofundamento e do enfoque
Economia	Hipertextualidade; Multimidialidade	As informações em excesso e com ambiguidades confundem o leitor
Estética	Multimidialidade	As informações devem apresentar recursos visuais e imagéticos
Documentação	Formalização; Institucionalização	As informações estão inseridas em um produto e em uma lógica de mercado
Imersão	Multimidialidade; Hipertextualidade; Interatividade	As informações devem prender a atenção do leitor

Tabela 1: As categorias da forma do jornalismo nos *tablets*, compilação da interface com o jornalismo *online*

Fonte: Adaptado de Oliveira, 2013

Conveio buscar, para aplicação ao design por *cards*, uma visão mais sistêmica que envolvesse elementos independentes ligados às tecnologias. O estudo de Silveira (2016) apresenta uma abordagem sobre a narrativa digital móvel e se aproxima de categoria que definem um ambiente pervasivo[4] com base em estudos prévios (Bertocchi, 2014; Ramos, 2011; Saffer, 2009).

Porém Silveira (2016) se aproxima dos estudos de categorias específicas para a mobilidade e considera que as categorias (Tabela 2) estão diretamente relacionadas ao contexto dos diferentes desenhos dos dispositivos móveis e formatos narrativos sistêmicos e, por isso, precisam ser analisadas quando se observa a interface apresentada por produtos jornalísticos criados com essa especificidade.

[4] Um ambiente pervasivo, segundo Burgos citado em Silveira (2016), faz com que os conteúdos precisem transitar por interfaces responsivas de *tablets* e celulares, dispositivos *wearables* ou vestíveis (como relógios inteligentes ou produtos que estejam ligados à lógica da Internet das coisas), carros conectados, vitrines, entre outros. Isso quer dizer que a informação transita em sistemas midiáticos híbridos que estão sendo utilizados por consumidores mais participativos e envolvidos no processo de produção, consumo e distribuição.

Categoria	Descrição
Geolocalização	Identificação da localização geográfica do usuário.
Navegação em camadas	Possibilidade de aprofundamento do conteúdo de acordo com a vontade e necessidade do usuário.
Notificações por *push*	Envio de avisos automaticamente a partir da autorização do usuário.
Fluxos de dados	Capacidade de armazenar conteúdos já vistos pelo usuário e, consequentemente, não repeti-los.
Personalização de conteúdo	Possibilidade de definir que conteúdos quer visualizar.
Relação com redes sociais *online*	Facilitação da possibilidade de compartilhar conteúdos com outros aplicativos sem necessariamente precisar sair do primeiro.
Uso de algoritmos	Uso de algoritmos para captar dados do usuário e a partir disso definir preferências de leitura e consumo.
Uso de conceitos de usabilidade	O produto é intuitivo, oferece feedback ao usuário de suas ações e não necessita de instruções de uso.

Tabela 2: Categorias relacionadas ao contexto dos diferentes desenhos dos dispositivos móveis e formatos narrativos sistêmicos

Fonte: Adaptado de Silveira, 2016

Ferramenta de avaliação desenvolvida

Nota-se que muitas características apresentadas e definidas pelas categorias das Tabelas 1 e 2 se repetem, se complementam ou revelam aspectos novos sobre a outra. Para a metodologia voltada aos *cards* definimos uma nova abordagem, retirando as categorias repetidas ou que não se aplicam no caso selecionado. Tem-se portanto três vertentes de análise de uma interface em *cards,* cada uma com três ou quatro categorias:

- aspectos da forma: personalização, precisão, estética;
- aspectos do jornalismo móvel: hipertextualidade, multimidialidade (convergência); memória, interatividade;
- aspectos da tecnologia adotada: geolocalização, notificações por *push*, relação com redes sociais *online*, movimento.

Primeiramente cabe definir uma nova categoria, sem precedentes teóricos nas tabelas prévias, que se refere ao movimento (animações relacionada às formas), aspecto adequado às aplicações *mobile*. O movimento mostra como um aplicativo está organizado e o que ele pode fazer:

- Orientação guiada entre visualizações;
- sugestões sobre o que acontecerá se um usuário completar um gesto;
- relações hierárquicas e espaciais entre elementos;
- distração do que está acontecendo nos bastidores (como buscar conteúdo ou carregar a próxima visualização);
- caráter, estética e o lúdico.

Os movimentos podem atrair outros elementos e juntar-se a eles enquanto se aproximam uns dos outros. Uma transição de um *card* para outro ajuda a orientar o usuário para o próximo passo de uma interação, além de trazer foco para elementos que precisam de atenção do usuário.

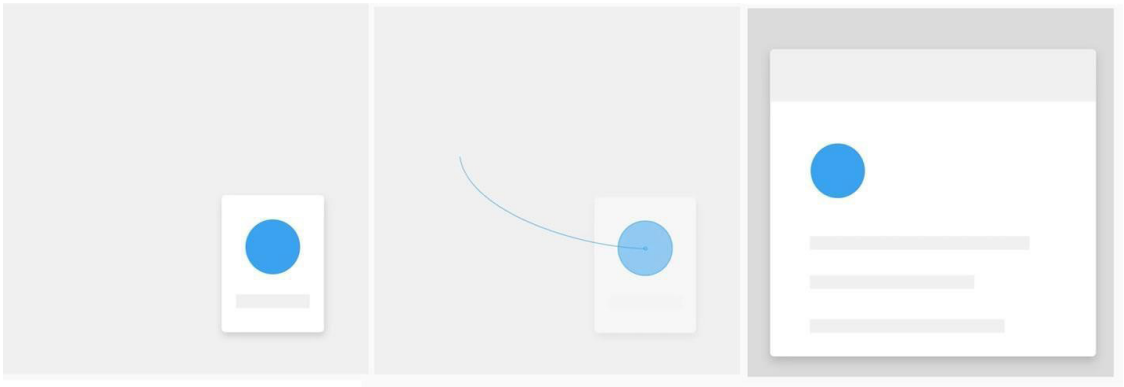


Figura 6: Exemplo de um movimento (animação) em que uma informação inicialmente é apresentada como um tópico e ao clicar ela amplia com o detalhamento da informação e ações (*links*)

Outros itens dos aspectos da tecnologia se referem a geolocalização, notificações por *push*, e relação com redes sociais. No primeiro item devem ser considerados aspectos que considerem a localização do usuário e do conteúdo oferecido. "É o próprio aplicativo que promove essa personalização, de acordo com o sensor de georreferenciação: pela localização do usuário, a interface do aplicativo exibe as notícias diretamente relacionadas com a região de onde se está acessando" (Palacios, Barbosa, Firmino & Cunha, 2014, p. 27). Para tal, são necessários sensores embutidos nos aparelhos: de um modo geral, os modelos de smartphone atuais contam com o barômetro, o magnetômetro/bússola e, sobretudo, o GPS. De modo complementar, considera-se que as conexões via *wi-fi* ou redes móveis também são atuantes, pois sistemas como o Android têm GPS assistido (aGPS), que obtém a localização aproximada do aparelho por meio das torres de telefonia celular e das redes *wi-fi*.

No caso das notificações por *push,* buscam-se opções para que o usuário receba alertas sobre informações de seu interesse. Se antes era necessário ao usuário ir em busca de conteúdo por livre iniciativa (*pull*), com o jornalismo móvel este passa a chegar ao usuário por iniciativa alheia, na forma de avisos, alertas (*push*) (Fidalgo & Canavilhas, 2009). Existem aplicações que além de oferecer o serviço (ativar/desativar), permitem também a personalização dos assuntos e/ou frequência de envio.

Em relação a redes sociais, identificam-se as possibilidades de integração com as redes sociais, tanto para captura de informação quanto para oferecer ao usuário a chance de compartilhar rapidamente o que deseje. Para Essenfelder e Rainieri nada caracteriza melhor os tempos atuais do que a ubiquidade das redes sociais na Internet e os cruzamentos possíveis entre elas: "pessoas, espaços e tecnologias estão o tempo todo hiperconectados. O conhecimento é individual, mas também coletivo, cruzado e compartilhado" (2015, p. 10):

> A leitura das inclinações dos dispositivos e a geolocalização, quando cruzados com os comportamentos dos utilizadores nas redes sociais, por exemplo, possibilitam que a personalização dos conteúdos e serviços (Bardoel & Deuze, 2011) seja transportada para níveis dificilmente atingíveis com outro tipo de dispositivos. (Canavilhas, 2014a, p. 6)

Seguindo para os Aspectos da Forma, temos: Personalização, Precisão, e Estética. O primeiro item se refere à possibilidade de definir quais conteúdos se quer visualizar. Por serem de caráter pessoal, individual, os dispositivos móveis tem potencial de personalização muito superior ao do computador, um equipamento possivelmente compartilhado. "Essa personalização deve considerar todos os elementos contextuais, como o local onde o consumidor se encontra, a hora, o tipo de atividade que desenvolve, suas preferências, etc." (Canavilhas & Colussi, 2016, p. 206).

Em Precisão considera-se a instantaneidade do acesso. Além de serem apresentadas com clareza, as informações não devem conter erros relacionados ao fator "tempo real". Por fim, Estética é onde se enquadram itens relacionados à multimidialidade. Recursos visuais e imagéticos devem ser incorporados às informações e ao design.

Finalmente, em Aspectos do Jornalismo Móvel temos: Hipertextualidade, Multimidialidade (convergência), Memória, e Interatividade. No primeiro se estudam as organizações aplicadas às informações (links, conexões) a fim de disponibilizar um aprofundamento do que se lê e/ou fatos relacionados, que possam ser de interesse do usuário. No segundo, para além do já visto item Estética, cuida-se para que não haja informação em excesso e/ou ambiguidades que deixem o conteúdo confuso.

Em Memória são avaliadas as formas de conexão com o banco de dados da empresa ou com conteúdo apresentado anteriormente, para que a informação disponibilizada seja completada com informações prévias. Avalia-se também a possibilidade de busca dentro da aplicação. O último item a se considerar é a Interatividade, no qual se busca a capacidade intuitiva da aplicação, oferecendo feedback ao usuário de suas ações, sem necessidade de instruções de uso. As informações devem ser agrupadas de modo que atendam a interesses específicos de quem usa e devem captar sua atenção. A Tabela 3 traz a síntese do sistema classificatório desenvolvido e acima descrito.

Aspectos da Forma	**Personalização**	As informações devem ser expostas de forma equilibrada; Possibilidade de definir quais conteúdos quer visualizar
	Precisão	As informações devem ser apresentadas com clareza e minimizar erros relacionados ao fator "tempo real"
	Estética	As informações devem apresentar recursos visuais e imagéticos

Aspectos do Jornalismo Móvel	**Hipertextualidade**	As informações devem ser organizadas por meio do aprofundamento e do enfoque
	Multimidialidade	As informações em excesso e com ambiguidades confundem o leitor
	Memória	Conexão com o banco de dados da empresa ou com conteúdo apresentado anteriormente; possibilidade de busca
	Interatividade	Interação entre o meio e os leitores nas instâncias de seleção, intervenção, e participação nos conteúdos
Aspectos da Tecnologia Adotada	**Geolocalização**	As informações devem apresentar recursos visuais e imagéticos
	Notificações por push	Envio de avisos automaticamente a partir da autorização do usuário
	Relação com redes sociais online	Facilitação da possibilidade de compartilhar conteúdos com outros aplicativos sem necessariamente precisar sair do primeiro
	Movimento	Animações relacionadas às formas; mostra como o app está organizado e o que ele pode fazer

Tabela 3: Sintetização do modelo de classificação desenvolvido para avaliar *apps* baseados em *cards*

O sistema apresentado pode ser aplicado de diversas formas, e aqui recomendam-se três maneiras distintas:

1. quanto à presença ou ausência dos itens avaliados. Neste caso, forma-se uma tabela semelhante à Tabela 3, adicionando apenas uma coluna denominada "presente" e outra denominada "ausente", à direita. Após avaliação da aplicação, marca-se a opção encontrada;
2. quanto ao nível de aplicação dos itens avaliados. De forma parecida à anterior, mas com três níveis de classificação: "implementado", "parcialmente implementado", ou "não implementado";
3. de forma discursiva livre, como fez Oliveira (2014). Neste caso não se trabalha com tabela, mas com o texto corrido no qual se descreve o comportamento observado, item a item. Toma-se como exemplo o modelo da autora para avaliar apps brasileiros para tablets: "os três aplicativos estão conectados à identidade visual dos demais suportes de suas organizações jornalísticas. O Diário Catarinense e o Estadão Noite são aplicativos modestos quando comparados ao aplicativo O Globo A Mais. Este, de fato, chama a atenção pelo espaço privilegiado ocupado pelas fotografias, vídeos, infográficos, ilustrações e animações" (Oliveira, 2014, p. 186).

Considerações finais

Neste trabalho foi apresentada uma metodologia para a avaliação e sistematização de interfaces de aplicativos jornalísticos para dispositivos móveis baseadas em cartões ou *cards*. Vimos como a organização de informações em cartões remete a diversas formas no cotidiano, aplicando-se ao cenário *mobile* para apresentar conteúdo fragmentado, de forma ágil e visualmente agradável, dentre outras vantagens enumeradas.

O espaço para disposição de conteúdo é pequeno nos celulares, mas com o movimento (animação) dos *cards* podemos usar camadas de informação. A animação em *cards* abriga mais conteúdo em subníveis de camadas. Essa forma de visualização favorece uma imersão em camadas de mídias, camadas de textos que no final das contas são agrupadas em novos *cards*. Por isso, optou-se por adicionar às categorias de análise propostas, derivadas de estudos prévios de Oliveira (2013), e Silveira (2016), um item

relacionado ao Movimento. O uso efetivo destes movimentos merece atenção em trabalhos futuros, para se buscar novas formas de organização de conteúdos móveis.

Reitera-se que o sistema de avaliação com fins metodológicos aqui descrito, baseado em componentes de interface de aplicativos jornalísticos, já teve um teste piloto, apresentado em Paulino e Empinotti (2017). A análise de três aplicações não encontrou a incorporação dos itens de Movimento, mas detalha a apropriação das demais categorias incluídas na proposta metodológica. Enfatizamos o uso dos *cards* como opção de interface móvel e recomendamos uma pesquisa mais aprofundada, que acompanhe a experiência do usuário na interação de movimentos com os *cards,* e que inclua testes com aspectos da forma e de elementos editoriais como textos, tipos de mídias, links e organização visual para verificar se o que está sendo desenvolvido atende as necessidades dos consumidores.

Referências bibliográficas

Bardoel, J. & Deuze, M. (2001). Network journalism: converging competences of media professionals and professionalism. *Australian Journalism Review, 23*(2), 91-103.

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Bertocchi, D. (2014). *Dos dados aos formatos: o sistema narrativo no jornalismo digita*l. Comunicação apresentada no XXIII Encontro Anual da Compós, Belém.

Canavilhas, J. (2014). A reportagem paralaxe como marca de diferenciação da Web. In P. R. Rey & C. G. Pisonero (Eds.), *Contenidos innovadores en la universidad actual* (pp. 119-129). Nova Iorque: McGraw-Hill Education.

Canavilhas, J. & Colussi, J. (2016). Jornalismo em ambientes multiplataforma: diálogos convergentes. ÂNCORA-Revista Latino-*Americana de Jornalismo*, *3*(1), 194-213.

Caregnato, R. & Mutti, R. (2006). Qualitative research: discourse analysis versus content analysis. *Texto Contexto - Enferm*., *15*(4), 679-684. doi: 10.1590/S0104-07072006000400017

Castellet, A. (2012). *El ecosistema del contenido móvil: actores, líneas de evolución y factores de disrupción.* Tese de Doutoramento, Universidad de Murcia, Murcia, Espanha. Retirado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=95771

Cervo, A. L. & Bervian, P. A. (1983). *Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários.* São Paulo: McGraw-Hill do Brasil.

Cybis, W. de A. (2003). *Engenharia de usabilidade: uma abordagem ergonômica*. Retirado de http://www.unicamp.br/~ihc99/Ihc99/AtasIHC99/AtasIHC98/Cybis.pdf

Fidalgo, A. & Canavilhas, J. (2009). Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. In C. Rodrigues (Ed.), *Jornalismo on-line: modos de fazer* (pp. 96-146). Rio de Janeiro: PUC Rio.

Gomes Filho, J. (2015). *Gestalt do objeto: sistema de leitura virtual da forma.* São Paulo: Escrituras Editora.

Mello, A. F. de, Pase, A. F., Goss, B. M., de Souza, D. R., Pellanda, E. C., dos Santos, F. F. & Sica, K. (2015). Jornalismo adaptado a novas telas: um estudo da linguagem jornalística nas novas interfaces móveis. In J. Canavilhas & I. Satuf, *Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo* (pp. 83-102). Covilhã: Livros LabCom.

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. & Nielsen, R. K. (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Retirado de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

Nielsen, J. (1993). *Usability engineering.* Boston: Academic Press.

Nielsen, J. (1995) 10 usability heuristics for user interface design. Retirado de http://www.nngroup.com/articles/ten-usabilityheuristics/

Nielsen, J. (2000). *Projetando websites*. Rio de Janeiro: Editora Campus.

Nielsen, J. (2011). iPad App and website usability. Retirado de https://www.nngroup.com/reports/ipad-app-and-website-usability/

Nielsen, J. & Budiu, R. (2014) *Usabilidade móvel.* Rio de Janeiro: Elsevier.

Oliveira, V. R. de (2013). *Interfaces jornalísticas em tablets: o design digital da informação nos aplicativos móveis*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Retirado de https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/122597

Palacios, M. (1999). O que há de (realmente) novo no jornalismo on-line. Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia.

Palacios, M., Barbosa, S., Firmino, F. & Cunha, R. (2014). Aplicativos jornalísticos vespertinos para tablets. Cartografia do fenômeno ante o desafio de uma produção original e inovadora. *Sur le journalisme About journalism Sobre Jornalismo, 3*(2), 40-55.

Paulino, R. & Empinotti, M. (2017). *Interatividade e visualização de notícias em apps: um design baseado em cards*. Comunicação apresentada no 15 SBPJOR, São Paulo.

Pellanda, E. C., Pase, A. F., de Mello, A. F., da Silva, F. C. V., dos Santos, F. F. & da Cunha, K. S. (2015). Estudo sobre "Cards" como uma linguagem do jornalismo para um contexto de telas com diferentes funções. *Contemporanea-Revista de Comunicação e Cultura, 13*(1), 177-192.

Ramos, D. O. (2011). *Formato, condição para a escrita do jornalismo digital de bases de dados: uma contribuição da semiótica da cultura*. Tese de Doutoramento, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. Retirado de http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-23092011-180325/pt-br.php

Rodrigues, J. M., Pereira, J. A., Sardo, J. D., de Freitas, M. A., Cardoso, P. J., Gomes, M. & Bica, P. (2017). *Adaptive card design UI implementation for an augmented reality museum application*. Comunicação apresentada no International Conference on Universal Access in Human-Computer Interaction, Vancouver, Canadá.

Saffer, D. (2006). *Designing for interation. Creating innovative applications and devices*. São Francisco: New Riders Publishing.

Silva, F. F. da. (2013). *Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo*. Tese de Doutoramento, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil. Retirado de https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/13011

Silveira, S. (2016). *Design de conteúdos jornalísticos pervasivos: o formato da narrativa digital móvel*. Comunicação apresentada no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo.

Nota biográfica

Rita de Cássia Romeiro Paulino é Professora Doutora Titular do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e do Programa de Pós Graduação em Jornalismo da mesma universidade.

E-mail: rcpauli@gmail.com

Morada: Rua Estilac Leal, 129 bloco C h105, Florianópolis – Brasil – 88080760

Marina Lisboa Empinotti é jornalista e Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil. É doutoranda em Estudos de Comunicação - FCT na Universidade da Beira Interior (UBI).

E-mail: marinaempinotti@gmail.com

Morada: Estrada da Circunvalação, 7762E h23, Porto – Portugal – 420-162

*** Submetido: 30.11.2017**

*** Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 329 – 345
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2920

Methodological proposal for the evaluation of journalistic applications based on cards

Rita de Cássia Romeiro Paulino & Marina Lisboa Empinotti

Abstract

More and more journalistic content for smartphones is no longer based on other vehicles of the company, analogic or digital, and become appropriate for the new mobile environment. The card-based news design presents itself as a good solution for creating native mobile interfaces. In this work we discuss the major contributions of the "card" type interfaces for news applications for smartphones and describe an evaluation model for this type of content in order to offer a tool for systematizing and classifying researches in the areas of journalism, design, among others.

Keywords
App; cards; design; mobile journalism; smartphone

Resumo

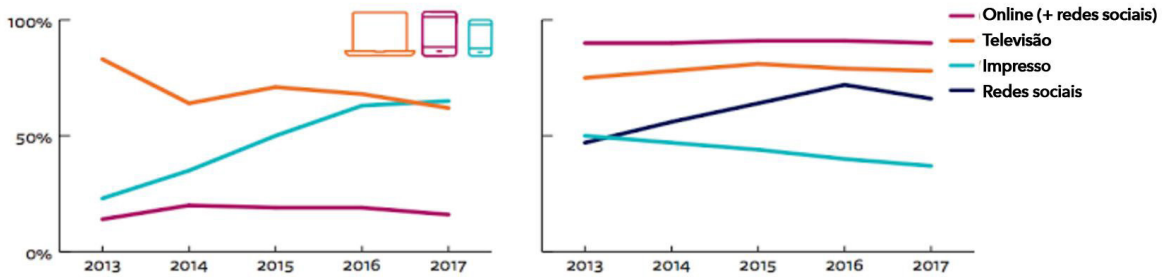
Cada vez mais os conteúdos jornalísticos para *smartphones* deixam de ter como base outros veículos da empresa, analógicos ou digitais, e passam a ser próprios para o novo meio. O *design* de notícias baseado em *cards* se apresenta como uma boa solução para criação de interfaces nativamente móveis. Neste trabalho discorremos sobre as maiores contribuições das *interfaces* do tipo *cards* ou "cartão" para aplicativos de notícias para *smartphones* e descrevemos um modelo de avaliação para este tipo de conteúdo, a fim de oferecer uma ferramenta de sistematização e classificação de pesquisas das áreas de jornalismo, *design*, entre outras.

Palavras-chave
Aplicativo; *cards*; design; jornalismo móvel; *smartphone*

Introduction

In 2017, smartphone usage continued to grow, following a trend of previous years, although with less force (Graph 1). Data from the Reuters Institute Digital News Report[1] (RIDNR) 2017 shows that more people use their smartphone to access news, while less depend on a desktop computer to do so. Whereas older users are only now transitioning from computers to smartphones, many in the younger generation have skipped the computer and only accessed news through the small screens.

[1] Retrieved from: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf



Graph 1: The graphs show the rise of cell phone use in news consumption (a) and decline in the use of television and print as news sources (b)

Source: Adapted from Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy & Nielsen, 2017

Also according to the Report (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2017), smartphones have surpassed computers as the main device for accessing news. Mídia Dados (Media Data) shows a significant increase in preference for smartphone usage, with 92% versus 25% of users prefering the tablet. This scenario emphasizes the need to produce and debate journalistic content for smartphones.

In the early years of mobile applications development, the movement to adapt was similar to that observed when the Internet arrived, when printed products were entirely transposed into the network. Simply transporting web content to the mobile media did not offer a good user experience. Texts and media were not adapted to the size of the various cell phones on the market, and there was a need for a language that would adapt the content to different screen sizes. This situation gave rise to responsive design, a technique of structuring HTML and CSS, in which the site adapts to the user's browser without having to define several style sheets for each resolution.

The use of responsive design when programming HTML sites ensures a more adapted visualization for texts, images and videos in mobile devices without loss of the content. But if on the one hand this technique solved the problem of visualization, on the other we lost the originality and exploration of the use of native resources. The texts are simply adapted in blocks and images and restructured for the size of the equipment.

As an alternative to mere automatic adaptation comes the organization through cards, which allows adaptation to the mobile environment without abandoning other conventions of Internet access and adds to the code of the page with properties related to the device or to the organization of the content (Mello et al., 2015). In this work, we will detail the design through cards in order to have sufficient foundation to present a methodological system of evaluation and study of this type of interface.

Cards – origin and applications

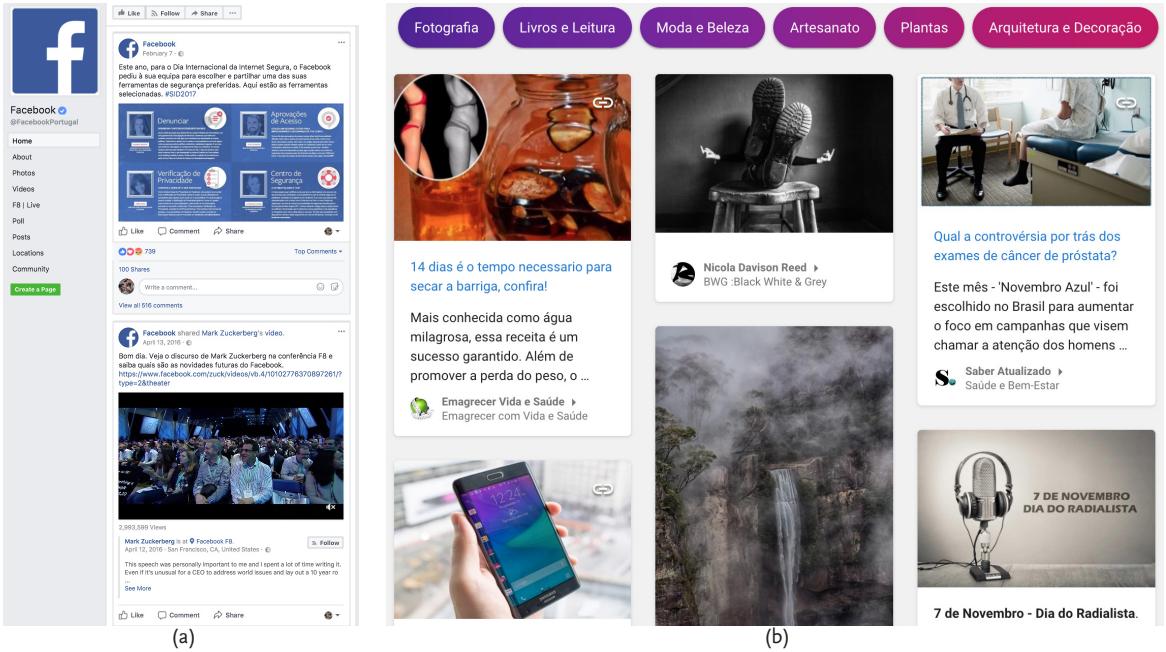
The organization of information in cards involves using small rectangles to expose images and texts that serve as entry points for more detailed information. The word "cards" is an excellent metaphor for the digital interface studied here, since they look like tangible real-world cards in user interfaces.

Before the web and mobile applications, cards were already common objects in different contexts, such as entertainment or personal presentation, making it intuitive to know that webdesign cards are just a piece of content, like the "offline cards". As in real life, cards can be good for the application interface in many contexts, including news. Some of the applications that cards are best suited to are:

1. fragmentation of content: when developing content for websites, cards consolidate the idea of fragmenting it in chunks. This facilitates online reading, or scanning of the information, since large blocks of text can lead users to abandon reading. Cards divide content into coherent sections, much like organizing text in paragraphs;
2. agility: cards are a great tool for communicating fast stories, making content attractive without looking too long or too time consuming. Users can get involved in what interests them in any way they want;
3. ideal for finger navigation: a card-based interface is simple enough that it can be perfectly used with the tip of the thumb only even when using the device with a single hand. When one imagines the sliding of physical cards (in a deck, for example), one notices the similarity of the movement in order to move between pieces of information;
4. nice visualization: card interfaces use many images, and therefore also depend on them. The large exploration of visual content makes them attractive and provides a point of entry to the user's gaze when navigating between cards.

This is why cards are particularly suitable for an interface to access news content on mobile devices: they are fast, shallow and usually in motion, at free intervals of the day that can be filled by phone usage (Mello et al., 2015). As the authors emphasize, these features are not suited for the access model in browsers or hybrid applications, which uses web pages within an application structure, because they involve a very long loading time and a long reading session, which is not compatible with the way information is consumed on devices such as smartphones.

Many of the most popular websites and applications currently benefit from card-based design. In social networks, we have Facebook (Figure 1a) as an example of the use of cards in the timeline of events. Cards summarize the content: in the case of news, for example, there is the title, a short summary, and a picture, which, after the click, takes the user to the complete material. In the case of Google+ (Figure 1b) cards are arranged in a similar way, in three columns, and grouped by theme.

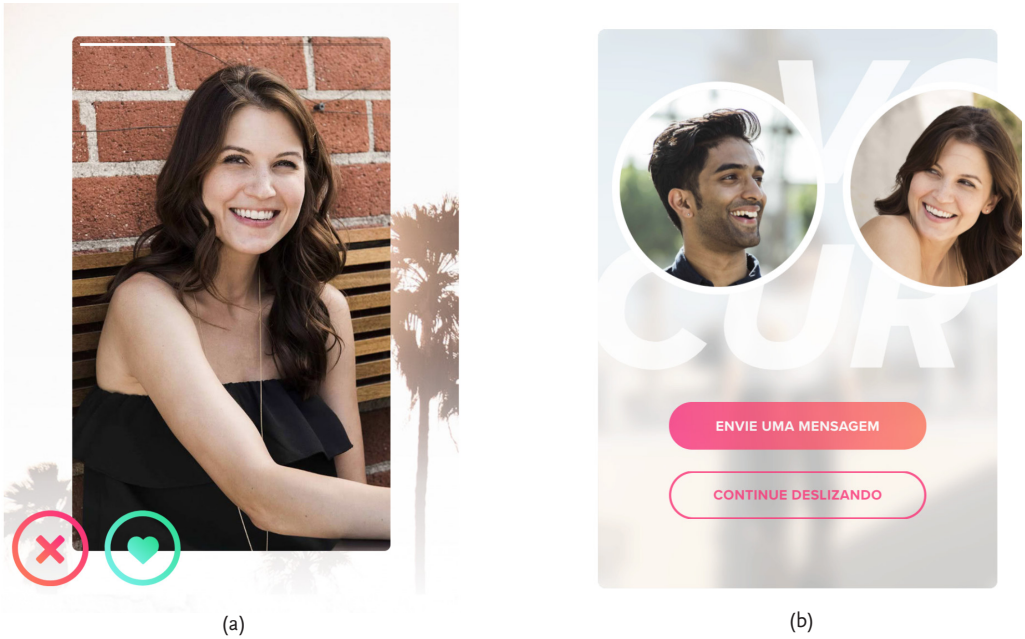


(a) (b)

Figures 1a and 1b: Facebook (a) and Google+ (b) interface

Reproduction Facebook and Google+

Applications like Tinder exemplify how cards offer expectation and a sense of "discovery". The interface suggests sliding a card (Figure 2a) to the right if the person on the card is interesting (Figure 2b) and to the left if not interesting The expectation of not knowing what is contained in the next card incites the movement.



(a) (b)

Figures 2a and 2b: Tinder interface

Source: Reproduction Tinder

Besides Google+, Google makes extensive use of cards in its products. Figure 4a shows how the user finds all the information used in company programs in one place: Gmail, Google Maps, Google search, etc. In the latter, cards are still used when searching for content available on Wikipedia, for example. The information contained there generates an information block (Figure 3b) that appears to the user, without the need of selecting a related site in the search feed to find the information that the user is probably seeking.



(a)



(b)

Figure 3: Google and Google search interface

Source: Reproduction Google

In the following topic we will present the specifics of the cards, when applied to the development of mobile interfaces. The shape of the cards can serve as a basis for texts, images and videos on small screens. From there it will be possible to introduce the developed evaluation system.

Guidelines and card models for mobile development

Interfaces developed for mobile use follow visual patterns related to Android and iOS platforms. These have sophisticated visual component bases, with many customizable features and effects (Paulino & Empinotti, 2017). Thus, new ways of producing for mobile devices have been emerging and changing the journalistic practice, adding new values to the productive routines:

> from this point of view, this means that mobile communication technologies open new possibilities in journalism and, at the same time, have drawbacks that need to be investigated as a result of the same expression on the traditional practices affected in a zone of permanent tension. (Silva, 2013, p. 101)

It was the consolidation of tablets as communication devices, however, that encouraged the development of aspects of the design of publications aimed at this new medium, since the layout and its features are central aspects of the user experience. Castellet (2012) highlights the improvements achieved in the HTML5 markup language, created in 2008, but consolidated in 2014, when the main layout tools adopted it, even if partially: Blink (Chrome and Opera), Gecko (Mozilla), Trident (Microsoft), and WebKit (iOS, Safari). HTML – Hypertext Markup Language – is used to structure and present content on the Web, and the number 5 indicates its fifth version, which can be seen as a viable alternative to the current applications system of the mobile scenario, according to the Spanish author. The organization based on cards allows for adaptating the content to the mobile realm without abandoning other conventions of Internet access and for increasing the code of the page with properties related to the device or to the better organization of the content (Mello et al., 2015).

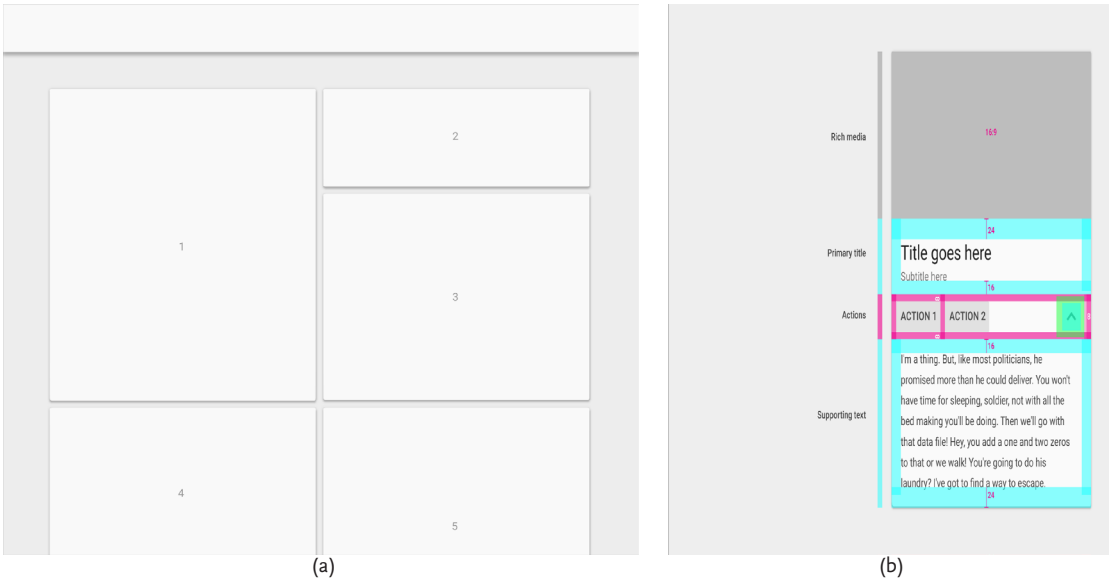
Specifically on touchscreen interfaces, cards support movements such as sliding (one finger slides across the screen in horizontal or vertical motion) and pick-up-and-move, and the possibility of multiple graphic arrangements. They also provide an entry point for information and prioritize the use of images; its content and quantity may vary following a standard aesthetic.

The entry point of a piece of information may contain a hierarchy within the card to direct the users' attention to the most important information. Images can reinforce other content. However, their size and placement within the card depend on the size of the main content or how they are being used to complement other texts. Cards have a width defined by the application type and a variable height for content. Maximum height is limited to the amount of space available on a platform, but may be expanded temporarily (for example, to display a comment field).

As seen in the examples in the previous topic, cards are often not presented alone but in collections, which can be ordered or filtered by date, file size, alphabetical order, or other parameters. The first item in the collection is positioned in the upper left corner. The order proceeds from left to right and from top to bottom. Cards can be built using content blocks that include: an optional header; A primary title; Rich Media (videos and audios); Support text; Actions.

Blocks can be organized to promote different types of content. For example, in titles the body of text can be emphasized by increasing its typographic scale. On the tablet / desktop, the cards should follow the 24dp-dots orientation. It is recommended to limit the sliding gestures within an interface, so that they do not overlap each other. The pick-up-and-move gesture can be used if it is important for the user to be able to sort the cards within a collection.

For a visually harmonic grouping, similar characteristics are desirable: shape, color, direction, texture, etc. Gomes Filho (2015) portrays aspects that help in the graphic composition for printed media. Gestalt composition laws, which encompass patterns of visual behavior, can be applied to digital media platforms (Figures 4a and 4b).

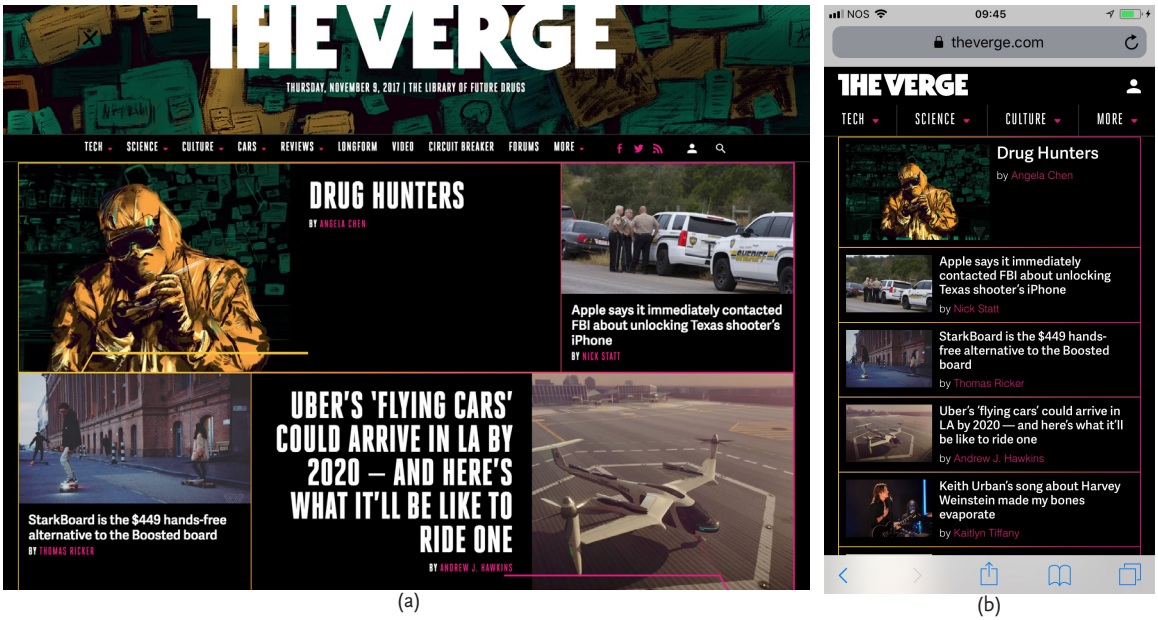


(a) (b)

Figures 4a and 4b: Cards with different sizes, but similar formats – Gestalt law (a) and card layout with areas for media, texts and links (b)

Source: Adapted from Paulino & Empinotti, 2017

Cards are highly adaptable to any breakpoints of the screens, and are therefore ideally suited to meet the adaptability criteria of responsive designs. Lined up side by side in a desktop interface, the interface can become vertical when viewed on small screens. Figure 5 (a and b) gives an example of this change.



(a) (b)

Figures 5a and 5b: Cards on desktop (a) and mobile (b) interfaces

Source: Playback The Verge

Finally, when designing cards, one should always consider simplicity in reading and understanding of the textual part. The basic rule for typographic design, therefore, is to use simple types and contrasting color schemes. Solid color backgrounds maximize the ability to read letters, in tones opposite to the background (dark-light or vice versa). In addition, types on the same card should be varied with caution, taking into account that a single type should always be enough to express the contents of the card.

Nielsen and Budiu (2014) emphasize that cards have a presentation canvas of fixed size, that is, the developer positions the information within the predefined two-dimensional space until satisfied, which allows good layouts, but not to make it greater. It is therefore necessary for the user to proceed to a new card to obtain more information.

In the case of scrolling, the developer provides extended space as desired: "this way users have to skip less, but at the cost of a less interesting layout, because the designer cannot control what the users are seeing at a given moment" (Nielsen & Budiu, 2014, p. 50):

> ... scrolling caused major usability issues, especially since users often had to battle websites that were not optimized for mobile devices. In contrast to what happened in 1990, the problem was not that the users did not roll, it was that they rolled a lot. On mobile devices, they had to move their tiny viewing space back and forth so often that they lost control of where they were and what was on the page. Often, they rolled right through something without realizing it. (Nielsen and Budiu, 2014, p 51)

Theoretical framework for developing the evaluation system

The methodological evaluation system described here, based on the interface components of journalistic applications, is based on two previous studies and has already had a pilot test, presented in Paulino and Empinotti (2017), where three applications were evaluated according to the proposed model. The first study provides an approach of categories initially developed for the analysis of applications for tablets (Oliveira, 2013) based on two aspects: the interface studies of Bardin (1977), Nielsen (1993, 1995, 2011), Saffer (2009), and Bastien and Scapin (quoted in Cybis, 2003) with emphasis on the basic elements of interface development, such as cognitive, visual, ergonomic and interactive aspects; and in a conceptual relation between the features of webjournalism: interactivity, content customization, hypertextuality, multimedia and memory (Bardoel & Deuze, 2001, Palacios, 1999).

Pellanda et al. also investigate cards as a possibility for the presentation of journalistic content. For the authors, the format facilitates the user's reading experience by allowing "a way of handling and interacting with content that is specific to the digital medium, which may result in grouping information and sharing content" (2015,p. 179).

Nielsen and Budiu point to the importance of a clear presentation of content on mobile devices as they offer an impoverished user experience: "tiny screens, slow connectivity, higher interaction cost (especially when typing, but also due to users'inability to 'double click' or 'hover'), and less precision in pointing due to the 'fat finger' problem"(2014, p. 61).

First, then, Bardin's reflection on categories creation, which presupposes, according to the author, the identification of similarities and grouping of common elements, is appropriate here.

> The analysis by thematic categories tries to find a series of meanings that the coder detects by means of indicators that are connected to it; (...) to encode or to characterize a segment is to place it in one of the classes of equivalences defined from the meanings, (...) according to the judgment of the encoder, (...) which requires complementary psychological qualities like the fineness, the sensitivity, the flexibility, from the coder to apprehend what matters. (Bardin, 1977 quoted in Caregnato & Mutti, 2006, p. 683)

Nielsen's (1995) studies guide the notion of usability: a "quality attribute that assesses how easy user interfaces are to use" or "the quality of a user's experience when interacting with a product or system" (Nielsen, 1993, p. 26). Two of the author's studies are important in this scenario. The first evaluates the interfaces of websites accessed via desktop (1995) and the second uses iPads for usability evaluation (2011). In the case of websites, the categories applied (Oliveira, 2013) were:

- feedback / visibility of the status of the system;
- suitability to the user's language / correspondence;
- control and liberty;

- consistency and patterns / conventions;
- error prevention;
- learning and recognition x memory and recall;
- flexibility and efficiency (shortcuts);
- aesthetics, dialogue and simple design;
- good error messages;
- help and documentation.

Subsequently, the usability evaluation in tablets was based on the following criteria (Oliveira, 2013):

- error: touch areas have basic errors;
- error: back button confusion;
- more applications on the market make users more familiar;
- forms are not well accepted on ipads;
- out-of-context animations irritate users;
- excessive browsing possibilities confuse the user;
- applications should be user-initiated;
- when content focus is interaction, applications are more appropriate than websites;
- ipads are used for games, e-mails, videos, social networks, and news.

The work of Saffer (2009) with gestural interfaces complements the findings of Nielsen (1995, 2011). There are ten categories listed: detectability; reliability; responsiveness; adaptation and adaptation to the context; intelligence; meaningfulness; subtlety; fun; aesthetics; ethics. Finally, Bastien and Scapin (quoted in Cybis, 2003) defined eight ergonomic criteria that guarantee quality when building humanocomputer interfaces: conduction; work load; explicit control; adaptability; error management; homogeneity; meaning of codes and denominations; and compatibility.

Oliveira (2013) offers a new approach (Table 1), grouping the already related categories, but based on the their relationship with what the author calls "categories of online journalism" (Bardoel & Deuze, 2001; Palácios, 1999, 2004): interactivity; customization / customization of content; hypertextuality; multimedia / convergence; memory; instantaneous access.

Summary of categories	Related categories	Meaning
Orientation	Hypertextuality	Information needs to be arranged in multiple layers and multidirectional flows
Contextualization	Hypertextuality; multimedia (convergence); memory	Information should connect with supplementary and supplementary content

Autonomy	Interativity; customization	Information should be grouped to suit the specific interests of a user profile
Standardization	Segmentation; rhythm; order	Information must be displayed in a balanced way
Precision	Instantaneous access	Information should be presented clearly and minimize errors related to the "real time" factor
Assimilation	Hypertextuality; customization	Information should be organized through the deepening and the approach
Economy	Hypertextuality; multimedia	Excessive and ambiguous information confuses the reader
Aesthetics	Multimedia	Information must present visual and imaging resources
Documentation	Formalization; institutionalization	Information is embedded in a product and in a market logic
Immersion	Multimedia; hypertextuality; interativity	Information should hold the reader's attention

Table 1: The categories of the form of journalism in tablets, compilation of the interface with "online journalism"

Source: Adapted from Oliveira, 2013

We sought to search for a more systemic view involving independent elements linked to technologies, more adequate to a card design application. The study by Silveira (2016) presents an approach on mobile digital narratives and approaches categories that define a pervasive environment based on previous studies (Bertocchi, 2014; Ramos, 2011; Saffer, 2009).

However, Silveira (2016) approaches the studies of specific categories for mobility and considers that the categories (Table 2) are directly related to the context of the different designs of the mobile devices and systemic narrative formats. We need to, therefore, analyze such categories when observing the interface presented by journalistic products created with this specificity.

Category	Description
Geolocation	Identification of the user's geographic location.
Layered navigation	Possibility of deepening the content according to the will and need of the user.
Push notifications	Automatically send alerts from user's authorization.
Data streams	Ability to store contents already seen by the user and, consequently, do not repeat them.
Content customization	Possibility to define what content you want to view.
Relationship with online social networks	Facilitating the ability to share content with other applications without necessarily having to leave the first one.
Use of algorithms	Use algorithms to capture user data and from this define reading and consumption preferences.
Use of usability concepts	The product is intuitive, offers feedback to the user of its actions and does not require instructions for use.

Table 2: Context related categories of different mobile devices designs and systemic narrative formats

Source: Adapted from Silveira, 2016

Evaluation tool developed

It should be noted that many characteristics presented and defined by the categories in Tables 1 and 2 are repeated, and complement or reveal new aspects about each other. For the cards methodology we define a new approach, removing the repeated categories or those that do not apply in the case selected. There are three aspects of interface analysis in cards, each with three or four categories:

- Aspects of the Form: Personalization, Precision, Aesthetics;
- Aspects of Mobile Journalism: Hypertextuality, Multimidiality (convergence); Memory, Interactivity;
- Aspects of the Adopted Technology: Geolocation, Push notifications, Relationship with online social networks, Movement.

Firstly, it is necessary to define a new category, with no theoretical precedents in the previous tables, which refers to the Movement (animations related to forms), an aspect suitable to mobile applications. The movement shows how an application is organized and what it can do:

- guidance between views;
- suggestions about what will happen if a user completes a gesture;
- hierarchical and spatial relationships between elements;
- distraction from what is happening behind the scenes (such as fetching content or loading the next view);
- have character, be aesthetic and playful.

Movements can attract other elements and join them as they approach each other. A transition from one card to another helps guide the user to the next step in an interaction, in addition to bringing focus to elements that need user attention.

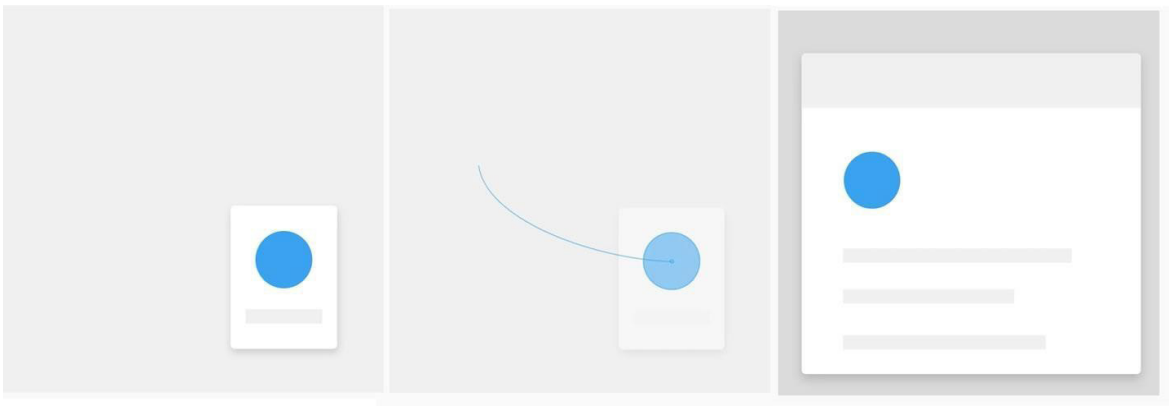


Figure 6: Example of a movement (animation) in which a piece of information is initially presented as a topic and clicking on it expands the detailing of the information and actions (links)

Other aspects of the technology items refer to geolocation, push notifications, and social networking. In the first item we should consider aspects that include the location of the user and the content offered. "It is the application itself that promotes this customization, according to the georeferencing sensor: from the user location, the application interface displays the news directly related to the region from which it is accessed" (Palacios, Barbosa, Firmino e Cunha, 2014, p. 27). For this, sensors are built in to the devices: in general, current smartphone models rely on the barometer, magnetometer / compass and, above all, the GPS. Complementarily, it is considered that connections via wi-fi or mobile networks are also active, because systems such as Android have Assisted GPS (aGPS), which obtains the approximate location of the device through cell towers and wi-fi networks.

Push notifications are related to options so that the user receives alerts about information that interest them. If once it was necessary for the user to go search for content by free initiative (pull), with mobile journalism this reaches the user by others' initiative, in the form of notices, alerts (push) (Fidalgo & Canavilhas, 2009). There are applications that besides offering the service (activate / deactivate), also allow the personalization of the subjects and / or of its frequency.

Regarding social networks, we identify the possibilities of integration between apps and social networks, both to capture information and to offer users the chance to share what they want quickly. For Essenfelder and Rainieri, there is nothing better to characterize present times than the ubiquity of social networks on the Internet and the possible intersections between them: "people, spaces and technologies are all hyperconnected at the same time. Knowledge is individual but collective, crossed and shared" (2015, p. 10):

> mobile device's inclination and geolocation, when cross-referenced to user behaviors in social networks, for example, allow the customization of content and services (Bardoel & Deuze, 2011) to be transposed to levels that are difficult to reach with other types of devices. (Canavilhas, 2014a, p.6)

Following to the Aspects of Form, we have: Personalization, Precision, and Aesthetics. The first item refers to the possibility of defining which content the user wants to view. Because they are personal, individual, mobile devices have a far superior potential for personalization than computers, possibly a shared device. "This customization should consider all contextual elements, such as where the consumer is, the time of access, type of activity he is doing, other preferences, etc." (Canavilhas & Colussi, 2016, p. 206).

In Precision the instantaneous access is considered. In addition to being clearly presented, the information should not contain errors related to the "real-time" factor. Finally, Aesthetics is where items related to multimedia are framed. Visual and imaging resources should be incorporated into information and design.

Lastly, in Aspects of Mobile Journalism we have: Hypertextuality, Multimidiality (convergence), Memory, and Interactivity. In the first one the organizations applied to the information (links, connections) are studied in order to provide a deepening of what is being read and / or related facts, that may be of interest of the user. In the second, in

addition to the already seen Aesthetic item, we evaluate if there is excess information and / or ambiguities that make content confusing.

In Memory, we evaluate the ways of connecting news to the company's database or to previously submitted content, so that the information provided is completed with previous information. We also evaluate the possibility of search within the application. The last item to be considered is Interactivity, in which the intuitive ability of the application is sought, offering feedback to the user of their actions, with no need for instructions for use. Information should be grouped in a way that meets the specific interests of those who use it and should capture their attention. Table 3 shows the synthesis of the classificatory system developed.

Aspects of the Form	**Customization**	Information must be displayed in a balanced way; It should be possible to define which content the user wants to view
	Precision	Information should be presented clearly and minimize errors related to the "real time" factor
	Aesthetics	Information must present visual and imaging resources
Aspects of Mobile Journalism	**Hypertextuality**	Information should be organized and provide detailing and different approaches
	Multimedia	Excessive and ambiguous information confuses the reader
	Memory	Connection to the company database or to previously submitted content; Search tool should be available
	Interactivity	Interaction between the media and the readers in the instances of selection, intervention, and participation
Aspects of the Adopted Technology	**Geolocation**	Information must present visual and imaging resources
	Push notifications	Automatically send alerts, if authorized by the user
	Relationship with online social networks	Allow to share content with other applications without necessarily having to leave the first one
	Movement	Animations related to formats; They show how the app is organized and what options can be triggered from each movement

Table 3: Synthesizing the classification model developed to evaluate card-based apps

This system can be applied in several manners, and here we recommend three different ways:

1. Considering the presence or the absence of the evaluated items. In this case, one draws a table similar to Table 3, adding only one column called "present" and one called "absent", to the right. After the evaluation of the application, the option found should be marked
2. Considering the level found for each evaluated item in each application. Similar to the previous one, but with three levels of classification: "implemented", "partially implemented", or "not implemented".
3. In a free discourse way, as Oliveira (2014) did. In this case, one does not work with a table, but with free text, in which the observed behavior is described, item by item. One example is the author's model for evaluating Brazilian apps for tablets: "the three applications are connected to the visual identity of the other media of their journalistic organizations. The Diário Catarinense and Estadão Noite are modest applications when compared to the O Globo A Mais, This last app draws special attention photographs, videos, infographics, illustrations and animations "(Oliveira, 2014, p. 186).

Final considerations

This paper presents a methodology for the evaluation and systematization of journalistic application interfaces for mobile devices based on cards. We have seen how the organization of information in cards refers to different forms in everyday life, applying to the mobile scenario to present fragmented content, in an agile and visually pleasing way, among other advantages listed.

The space for content provision is small in mobile devices, but with the movement (animation) of the cards we can use layers of information. Animation on cards holds more content in layer sub-levels. This form of visualization favors an immersion in layers of media, layers of texts that in the end are grouped in new cards. Therefore, we decided to add an item related to the Movement to the categories of analysis proposed, derived from previous studies by Oliveira (2013), and Silveira (2016). The effective use of these movements deserves attention in future works, in order to find new ways of organizing mobile content.

We reaffirm that the methodological evaluation system described here, based on interface components of journalistic applications, has already had a pilot test, presented in Paulino and Empinotti (2017). The analysis of three applications did not find the incorporation of Movement items, but detailed the appropriation of the other categories included in the methodological proposal. We emphasize the use of cards as a mobile interface option, and we recommend more in-depth research that follows the user's experience in interacting with the cards and includes tests with form aspects and editorial elements such as texts, media types, links and visual organization to see if what is being developed meets the needs of consumers.

Translated by Marina Lisboa Empinotti

References

Bardoel, J. & Deuze, M. (2001). Network journalism: converging competences of media professionals and professionalism. *Australian Journalism Review, 23*(2), 91-103.

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Bertocchi, D. (2014). *Dos dados aos formatos: o sistema narrativo no jornalismo digital*. Paper presented at XXIII Encontro Anual da Compós, Belém.

Canavilhas, J. (2014). A reportagem paralaxe como marca de diferenciação da Web. In P. R. Rey & C. G. Pisonero (Eds.), *Contenidos innovadores en la universidad actual* (pp. 119-129). Nova Iorque: McGraw-Hill Education.

Canavilhas, J. & Colussi, J. (2016). Jornalismo em ambientes multiplataforma: diálogos convergentes. *ÂNCORA-Revista Latino-Americana de Jornalismo*, *3*(1), 194-213.

Caregnato, R. & Mutti, R. (2006). Qualitative research: discourse analysis versus content analysis. *Texto Contexto - Enferm*., *15*(4), 679-684. doi: 10.1590/S0104-07072006000400017

Castellet, A. (2012). *El ecosistema del contenido móvil: actores, líneas de evolución y factores de disrupción.* Tese de Doutoramento, Universidad de Murcia, Murcia, Espanha. Retrieved from https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=95771

Cervo, A. L. & Bervian, P. A. (1983). *Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários.* São Paulo: McGraw-Hill do Brasil.

Cybis, W. de A. (2003). *Engenharia de usabilidade: uma abordagem ergonômica*. Retrieved from http://www.unicamp.br/~ihc99/Ihc99/AtasIHC99/AtasIHC98/Cybis.pdf

Fidalgo, A. & Canavilhas, J. (2009). Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. In C. Rodrigues (Ed.), *Jornalismo on-line: modos de fazer* (pp. 96-146). Rio de Janeiro: PUC Rio.

Gomes Filho, J. (2015). *Gestalt do objeto: sistema de leitura virtual da forma.* São Paulo: Escrituras Editora.

Mello, A. F. de, Pase, A. F., Goss, B. M., de Souza, D. R., Pellanda, E. C., dos Santos, F. F. & Sica, K. (2015). Jornalismo adaptado a novas telas: um estudo da linguagem jornalística nas novas interfaces móveis. In J. Canavilhas & I. Satuf, *Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo* (pp. 83-102). Covilhã: Livros LabCom.

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. & Nielsen, R. K. (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2017.* Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

Nielsen, J. (1993). *Usability engineering*. Boston: Academic Press.

Nielsen, J. (1995) *10 usability heuristics for user interface design*. Retrieved from http://www.nngroup.com/articles/ten-usabilityheuristics/

Nielsen, J. (2000). *Projetando websites*. Rio de Janeiro: Editora Campus.

Nielsen, J. (2011). iPad app and website usability. Retrieved from https://www.nngroup.com/reports/ipad-app-and-website-usability/

Nielsen, J. & Budiu, R. (2014). *Usabilidade móvel*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Oliveira, V. R. de (2013). *Interfaces jornalísticas em tablets: o design digital da informação nos aplicativos móveis*. Masters dissertation, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Retrieved from https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/122597

Palacios, M. (1999). O que há de (realmente) novo no jornalismo on-line. Conference given on occasion of the public tender for Professor Titular at na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia.

Palacios, M., Barbosa, S., Firmino, F. & Cunha, R. (2014). Aplicativos jornalísticos vespertinos para tablets. Cartografia do fenômeno ante o desafio de uma produção original e inovadora. *Sur le journalisme About journalism Sobre Jornalismo*, *3*(2), 40-55.

Paulino, R. & Empinotti, M. (2017). *Interatividade e visualização de notícias em apps: um design baseado em cards*. Paper presented at 15 SBPJOR, São Paulo.

Pellanda, E. C., Pase, A. F., de Mello, A. F., da Silva, F. C. V., dos Santos, F. F. & da Cunha, K. S. (2015). Estudo sobre "Cards" como uma linguagem do jornalismo para um contexto de telas com diferentes funções. *Contemporanea-Revista de Comunicação e Cultura, 13*(1), 177-192.

Ramos, D. O. (2011). *Formato, condição para a escrita do jornalismo digital de bases de dados: uma contribuição da semiótica da cultura.* Doctoral thesis, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. Retrieved from http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-23092011-180325/pt-br.php

Rodrigues, J. M., Pereira, J. A., Sardo, J. D., de Freitas, M. A., Cardoso, P. J., Gomes, M. & Bica, P. (2017). *Adaptive card design UI implementation for an augmented reality museum application*. Paper presented at International Conference on Universal Access in Human-Computer Interaction, Vancouver, Canadá.

Saffer, D. (2006). *Designing for interation. Creating innovative applications and devices*. San Francisco: New Riders Publishing.

Silva, F. F. da (2013). *Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo*. Doctoral thesis, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil. Retrieved from https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/13011

Silveira, S. (2016). *Design de conteúdos jornalísticos pervasivos: o formato da narrativa digital móvel*. Paper presented at XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo.

Biographical notes

Rita de Cássia Romeiro Paulino is a PhD Full Professor at the Journalism Undergraduate Programe and the Graduate Program in Journalism of the Federal University of Santa Catarina (UFSC)

E-mail: rcpauli@gmail.com

Address: Rua Estilac Leal, 129 bloco C h105, Florianópolis – Brazil – 88080760

Marina Lisboa Empinotti is a journalist and Master in Journalism from the Federal University of Santa Catarina (UFSC), Brazil. She is a PhD student in Communication Studies – FCT at the University of Beira Interior (UBI), Portugal.

E-mail: marinaempinotti@gmail.com

Address: Estrada da Circunvalação, 7762E h23, Porto – Portugal – 420-162

*** Submitted: 30.11.2017**

*** Accepted: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 347 – 367
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2921

Da sala à praça: motivação, mediação e Vigotsky para entender o comportamento

Cláudio Márcio Magalhães

Resumo

A motivação é tema chave para a disciplina de Comportamento do Consumidor nos cursos de Publicidade e Propaganda. Mas sua conceituação é abordada por diversas teorias, por vezes contraditórias. Soma-se a aversão do alunato quanto ao estudo teórico. Esse trabalho propõe uma abordagem que o leve a construir seu próprio entendimento, sem menosprezar os diferentes do seu. Desenvolveu-se uma série de atividades, entre tradicionais e inovadoras, através uma metodologia ativa, que considere o aluno o centro de sua formação. Como referência, o psicólogo e educador Lev Vigotsky. Espera-se que sirva de incentivo para metodologias semelhantes, que unam o ambiente escolar com o espaço público, o interior da sala com o interior do sujeito.

Palavras-chave
Comunicação social; grade curricular; graduação; publicidade e propaganda; Vigotsky

Abstract

Motivation is a key subject for the discipline of Consumer Behavior in Advertising and Propaganda courses, despite the fact that its conceptualization is approached by several theories that may sometimes be contradictory in addition to alumni aversion to the theoretical study. This work proposes an approach that leads one to build one's own understanding, without underestimating different perspectives. A series of activities were developed ranging from traditional to innovative by means of an active methodology, which considers the student the center of his or her own learning. As a reference, the research was based on the work of the Russian psychologist and educator Lev Vigotsky in an attempt to become an incentive for similar methodologies that link the school environment with the public space, the interior of the classroom with the subject's interior.

Keywords
Advertising and propaganda; curricular framework; social communication; university graduation course; Vigotsky

O próprio aluno se educa (Vigotsky, 2001, p. 448)

Introdução

Este trabalho defende o uso de uma metodologia ativa para a compreensão do estudante de Publicidade e Propaganda sobre Motivação, algo que cada vez mais tem sido presente nos cursos superiores no Brasil. Inicialmente nas graduações da área de saúde, tais metodologias agora se estendem às demais áreas de conhecimento. Embora possa

ter uma aparência de inovação, trata-se de um retorno a uma pedagogia, bastante debatida no século XX, que propõe o deslocamento do protagonismo da educação formal das mãos exclusivas do professor em direção a um aluno enquanto sujeito de sua própria aprendizagem (Araújo, 2015; Borges & Alencar, 2014; Diesel, Baldez & Martins, 2017).

Na área da Comunicação Social, as metodologias também se integram quase que organicamente. De acordo com Carniello e Zulietti (2015), as áreas das Ciências Sociais Aplicadas, onde se integram a Comunicação Social e suas habilitações (entre elas a Publicidade e Propaganda), já fazem uso de metodologias que privilegiam a prática, sob o marco teórico de Paulo Freire (Meditsch, 2004). Assim, metodologias de ensino da formação do profissional da comunicação incorporam métodos hoje associados às metodologias ativas, como o PBL – *Problem Based Learning* (vindo da área da saúde): "tais métodos, dadas as suas especificidades, têm em comum o dato de serem centradas no ser humano" (Carniello & Zulietti, 2015, p. 279).

Tal iniciativa deve-se a um incômodo que o professor pesquisador encontrou ao ministrar a disciplina Comportamento do Consumidor: a de que, em um curso de Comunicação Social, são poucas as oportunidades dos alunos entenderem como, antes de consumidores, somos sujeitos em busca de respostas, que nos sentimos condicionados, angustiados, humanos, aprendizes e educadores/educandos. E que, mesmo após milhões de anos de evolução cultural, ainda assim continuamos a nos perguntar quem somos, o que somos e porque somos assim.

Seria a disciplina de Comportamento do Consumidor uma oportunidade de utilizar uma abordagem menos positivista sobre o sujeito do consumo, sobre a publicidade e sobre os próprios estudantes? Ao trazer os alunos para o centro de sua aprendizagem, poder-se-ia trazer visões distintas de comportamento e motivação, que influenciaram historicamente a publicidade, mas de forma que se complementassem? Ao tratar da base do comportamento, a motivação, tal eixo poderia ser também a motriz desta iniciativa?

Tais questionamentos, restritos aos cursos com ênfase na psicologia, não deveriam passar ao largo das análises do público-alvo da publicidade. Afinal, o consumo, enquanto comportamento, é manifestação do que nos compõe como ser humano complexo, fluido e inesperado, mas, ao mesmo tempo, desafiador e excitante. O curso de Publicidade e Propaganda deve dar um tempo no olhar para fora, para o mercado, a sociedade, o contexto, e dar uma olhada para dentro, tentando entender, afinal, porque compro essa blusa se, ainda assim, mantenho sentimentos dúbios pela atitude (culpa, prazer, satisfação, angústia).

O relato a seguir é sobre uma série de atividades que tinham como objetivo auxiliar estudantes de graduação a entender um dos mistérios que permeia a existência humana: o que nos move? Era necessário, primeiro, que os alunos entendessem as principais teorias que, de alguma forma, influenciaram o entendimento da publicidade sobre a temática. E, segundo, a de que nenhuma delas dá conta de explicar como e o porquê esse sujeito assim se comporta, em casa, na rua, no shopping.

Como embasamento teórico, em especial, Lev Vigotsky, para quem, em 1926, já defendia que

> até hoje o aluno tem permanecido nos ombros do professor. Tem visto tudo com os olhos dele e julgado tudo com a mente dele. Já é hora de colocar o aluno sobre as suas próprias pernas, de fazê-lo andar e cair, sofre dor e contusões e escolher a direção. (Vigotsky, 2001, p. 452)[1]

Portanto, o apelo por uma metodologia ativa, que coloque o aluno no centro de sua aprendizagem, já não é de hoje, mas ainda permanece como exceção na prática educativa. Assim, este trabalho tem ciência que não é uma proposta de vanguarda, já que o pensamento de Vigostky é amplamente desenvolvido e utilizado, e que vários outros pensadores, contemporâneos e posteriores a sua obra, também tratam desta abordagem, como se verá adiante. Mas nunca é demais reforçar a convicção de insistir em sua idealização, desenvolvimento, sistematização, aplicação e avaliação. O sonho de Vigotsky ainda é o de boa parte dos educadores.

Esse artigo se constitui de sete partes: essa introdução, em seguida a descrição da necessidade da disciplina de Comportamento do Consumidor no curso de Publicidade e Propaganda, as colaborações buscadas em Vigotsky, uma abordagem sobre motivação e a descrição das atividades da metodologia proposta. Ao final, uma pequena análise de resultados que, porventura, não foram descritas na parte anterior, seguida das conclusões.

Desenvolvendo entendimentos sobre a motivação

Porquê entender de teoria do comportamento em Publicidade e Propaganda

No primeiro dia de aula, há um esclarecimento: do ponto de vista do professor, há duas maneiras de ministrar a disciplina Comportamento do Consumidor. A primeira remete à longa tradição do marketing, a partir dos anos 1970 no Brasil, de chamar para si toda a responsabilidade de um negócio e que teve no economista norte-americano, Philip Kotler, seu principal expoente. O clássico *Marketing* (Kotler, 1980) foi uma importante referência, dado que deu origem a um sem número de novas edições, publicações com atualizações, além de continuadores de suas premissas em inúmeras outras obras. Seu sucesso deve-se ao aprofundamento nas minúcias de um negócio, dividindo em partes cada vez menores e, a partir deste exame apurado, estabelecer estratégias e encontrar soluções.

O consumidor, portanto, é visto como mais uma engrenagem que, mesmo sendo ponto central do objetivo de marketing, ainda assim é uma peça a ser compreendida enquanto item instrumental para a máquina de consumo continuar funcionando. Em si, essa abordagem não é um problema e, de fato, ajuda a ter uma visão sistematizada do

[1] Ressalta-se que a obra de Vigotsky, pensador russo falecido em 1934, tem grande distância entre sua concepção e o seu uso contemporâneo, e certamente não tratou da educação superior nos moldes do século XXI. No entanto, o seu resgate, que começa nos anos 1960', segue influenciando as visões sobre aprendizagem em todos os segmentos da educação, dada sua profundidade no que tange a mediação e o papel do interacionismo simbólico e os seus aspectos culturais e históricos, de origem marxista, mas no qual tem importante avanço. Seu avanço na educação superior ainda é tímido na literatura brasileira, mas pesquisadores cada vez mais se utilizam de seus pensamentos para encontrar soluções (Oliveira & Pôrto, 2014; Werlang, Machado, Shihadeh & da Motta, 2012).

negócio e, com isso, instrumentar os profissionais que pensam, planejam, implantam e analisam produtos e serviços. Portanto, nada contra a abordagem do marketing com o consumidor.

No entanto, como apontado por Pinto e Lara (2008), em um estudo que analisou 238 artigos sobre o que se publicou no Brasil sobre o comportamento do consumidor, há uma supremacia de trabalhos com abordagem empírica, positivista e o uso de metodologias quantitativas. Os autores relatam a entrada de escolas de perspectivas não interativas e econômicas no debate do tema como evolução, mas que não tem sido suficiente para a mudança nos profissionais. Sugerem, ao final do estudo, justamente a ampliação de uso de diferentes metodologias, inclusive nas instituições de ensino, que valorizem o fenômeno e a interpretação.

Segundo os autores, "não seria hora de se propor novas abordagens de cunho fenomenológico ou interpretativista, a fim de se investigar melhor o comportamento dos consumidores a partir de outra perspectiva?" (Pinto & Lara, 2008, p. 98). Estes pesquisadores acreditam que é preciso fugir do processo linear e estático do estudo do comportamento do consumidor, privilegiando conflitos, diversidade e multidisciplinaridade.

No entanto, particularmente no curso de Publicidade e Propaganda, sentia-se falta de falar mais das pessoas, coadjuvantes nas diversas disciplinas instrumentalistas ou de análise crítica aos meios e da sociedade da informação. Ambos eixos importantes, mas que conduziam o olhar dos estudantes de si para fora, desconstruído o que é externo, para analisar, fazer ou reelaborar.

São capacidades e habilidades fundantes de um bom profissional. Mas faltava o olhar para dentro. Afinal, antes de engrenagem, somos homens e mulheres com partes um tanto complexas para se pegar e analisar como uma roldana: inconsciente, alma, espírito, estilo, angústias, impulsos, experiências, sentimentos, memórias afetivas e sensoriais.... A lista é enorme.

A Publicidade e Propaganda, ao longo de sua história, não se negou a isso e também andou se perguntando como somos movidos, com o intuito de ensinar aos publicitários como fazer a melhor peça publicitária que fizesse mover o seu público para o produto, o serviço, a ideia que tentava seduzir. Mas as referências teóricas foram mudando com o tempo, a cada nova leva de publicitários e pesquisadores insatisfeitos por não conseguirem entender seus consumidores. No entanto, cada onda de influência deixou marcas e referências que ainda repercutem no discurso dos publicitários e clientes (Sant'anna, Rocha Júnior & Garcia, 2016; Strocchi, 2007).

Portanto, os discursos que os futuros publicitários irão encontrar pela frente, na sua carreira profissional e no trato da temática do comportamento do consumidor, serão permeados das referências da psicologia. Segundo Sant'anna, Rocha Júnior e Garcia (2016), alguns conceitos da psicologia foram e são fundamentais para as técnicas publicitárias: motivação, desejo, emoção, imaginação, inibição, interesse, percepção, associação de ideias, entre outras.

Já sobre estudos do comportamento do consumidor, Karsaklian aponta que são uma ciência aplicada vinda das ciências humanas e sociais, envolvendo a economia, a

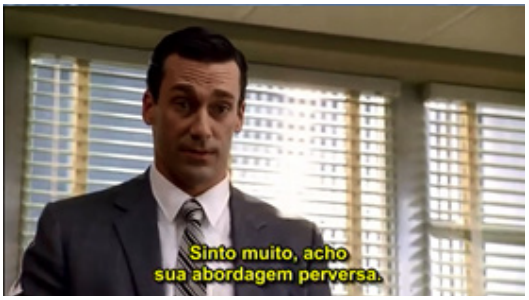
sociologia, a antropologia e a psicologia: "no início, os pesquisadores pensavam utilizar todas as ciências envolvidas com a mesma intensidade, porém pode-se observar que a mais utilizada é a psicologia" (2008, p. 20).

Assim, no início das atividades, quando os estudantes assistem ao primeiro episódio da série de ficção *Mad Men*, que trata do mundo das agências de publicidade icônicas dos anos 1950 nos Estados Unidos – e que vai acompanhar as décadas seguintes ao longo das demais temporadas –, já são expostos ao dilema do publicitário angustiado que não encontra mais respostas no seu jeito de interpretar o seu consumidor de cigarro.









Figuras 1 a 4: Cenas de *Mad Men*: o publicitário *behaviorista* Don Draper debate com a psicanalítica e pesquisadora Greta Guttman

Fonte: Lions Gate Entertainment (2007), Mad Men – Episódio 1 – 13:20-15:40

Don Draper, o anti-herói da série, um *behaviorista* clássico, não consegue perceber que suas referências de como pensar o consumidor não lhe dão mais respostas, e resiste bastante a repensar. Assim, quando em um diálogo com uma psicanalítica pesquisadora – a psicanálise irá dominar as referências publicitárias nas décadas seguintes – mesmo desprezando as ideias de sua interlocutora, a acusa de ter uma abordagem perversa. Sem perceber, Don Draper já usa uma referência da psicanálise, mostrando que já está, sem o notar, fazendo sua transição (Figuras 1 a 4).

Ora, se o executivo mais vistoso de uma agência é incapaz de dizer da onde vem seu discurso, o que dirá o futuro chefe dos futuros publicitários e seus clientes? Por outro lado, a efemeridade das teorias, somada à sua incapacidade de dar uma resposta definitiva à questão de saber como consumimos e, principalmente, porquê, deve obrigar ao futuro profissional a manter a mente aberta a todas as referências, tanto para que ele não seja dominado por apenas uma, se tornando um seguidor de uma espécie de

ideologia científica – algo que parece acometer a Don Draper –, para que possa entender seus colegas, profissionais e clientes, sem que os classifique como errados ou alienados apenas por pensarem o ser humano de uma caixa distinta.

Metodologias ativas de Vigotski

Embora as metodologias ativas estejam, merecidamente, entrando nas atividades escolares com cada vez mais frequência, aqui se entende que é o êxito de uma militância que não é deste século. E nem do anterior. John Dewey já defendia a experiência como o melhor professor, e que caberia ao educador ser um mediador do processo (Dewey, 2011). A lista de personalidades preocupadas com o foco no conteúdo na educação formal, sugerindo que o educando fosse a fonte principal de seu próprio conhecimento, ajudado pelo professor, mas não oprimido por ele, não é pequena e nem de hoje. Além de Dewey (2007), Maria Montessori (1965), Adolphe Ferrière (1928), Célestin Freinet (2001), Jean Piaget (1998), Anísio Teixeira (2007), Paulo Freire (2015), são apenas alguns que já pensavam em metodologias ativas com propriedade e convicção[2].

Lev Vigotsky também acredita que o melhor papel a ser feito pelo professor é o de mediação. Sua descrição da Zona de Desenvolvimento Imediato (ZDI), mais conhecida no Brasil com Zona de Desenvolvimento Proximal, por um erro de tradução (Bezerra, 2000), reforçou a impressão de diversos educadores de que a criança não é uma tábua rasa, que ela tem um nível intelectual anterior a educação formal, e que é capaz de entender o seu meio, tomar posição, ter razoabilidade e tomar iniciativas, e até a fazer coisas sozinhas onde antes precisava de ajuda: não podemos ignorar a circunstância de que a aprendizagem escolar nunca começa no vazio mas sempre se baseia em determinado estágio do desenvolvimento, percorrido pela criança antes de ingressar na escola (Vigotsky, 2001, p. 476). Embora Vigotsky fale das crianças, certamente pode-se pensar nos estudantes em qualquer momento de sua vida acadêmica, inclusive entrando na universidade como explorado por diversos pesquisadores (Borges & Alencar, 2014; Diesel et al., 2017; Trigo, 2016).

E isso, de forma alguma, diminui ou menospreza o papel do professor. Só que o muda radicalmente. Vigostsky escreve, no início do século XX, cheio de esperanças que de aquele mestre como "simples fonte de conhecimento, de livro ou de dicionário de consulta, manual ou demonstrador, em suma, [que] atua como recurso auxiliar e instrumento de educação" (Vigotsky, 2001, p. 447) já estava condenado. O que escreve em seguida bem poderia ser o retrato do início do século XXI:

> atualmente, esse papel vem sendo cada vez mais reduzido a zero e substituído de todas as maneiras pela energia ativa do aluno, que em toda a parte deve não viver do alimento que o mestre lhe fornece mas procurar por conta própria e obter conhecimentos, mesmo quando os recebe do mestre.

[2] Sabe-se que a obra dessa/es autora/es é vasta e a temática está em mais de uma publicação. Aqui se apontou apenas uma delas como sugestão de introdução.

> Já nos livramos daquele preconceito segundo o qual o mestre deve educar. Estamos igualmente distantes dessa concepção, como o estamos daquela segundo a qual o homem deve carregar o seu fardo nos próprios ombros. (Vigotsky, 2001, p. 447)

Vigotsky tem sido resgatado por pesquisadores que querem realçar o professor como mediador (Meier & Garcia, 2007). Mas, para o infortúnio da educação, nada garante que, daqui cem anos, novos pesquisadores também nos chamem de sonhadores, caso continue prevalecendo a cobrança por professores apenas pela memorização de conteúdos. O que não impede, como neste e em muitos outros casos, o professor de tentar.

Em busca do entendimento do que é a motivação

Um dos tópicos mais importantes da disciplina Comportamento do Consumidor, na abordagem descrita anteriormente, é o entendimento do que seja Motivação. É um daqueles conceitos que parece que todos conhecem, mas têm dificuldades ao tentar explicar. É confundido com impulso (que é uma ação proveniente a motivação), com incentivo (que é algo externo a nós), com instrumentos e referências sociais, como dinheiro, emprego, família (Karsaklian, 2008).

"A complexidade dos motivos do homem é maior do que a possibilidade de explicá-los mediante alguma teoria biológica dos seus impulsos" (Burton, 1978, p. 16). Na realidade, desde que o homem desenvolveu consciência, ele se pergunta o que o move. As respostas já foram, e são, entre uma entidade mística superior até uma programação interna também com diferentes ideias, entre um inconsciente inatingível até um determinado cromossomo.

Mesmo quando pensamos que "motivo" seja "uma condição interna relativamente duradoura que leva o indivíduo ou que o predispõe a persistir num comportamento orientado para um objetivo, possibilitando a transformação ou a permanência de situação" e a motivação "o processo que produz tais condições" (Sawrey & Telford, 1973, p. 18), ainda parece uma explicação insegura. Afinal, que condições seriam essas?

A disciplina parte do princípio de que não existe *um* conceito definitivo de motivação. Que o profissional irá se deparar com vários conceitos, alguns convergentes, outros conflitantes. E que, como a humanidade ainda não se decidiu qual é o definitivo, todos eles abarcam contribuições e deficiências, típicas dos construtos sociais.

Aqui importa saber *quais* são as explicações, os pontos de vista, as abordagens que a publicidade, ao longo de sua curta história, tem se apropriado e agregado ao seu discurso. E quais são as contaminações que esses conceitos fazem no cotidiano, a ponto de povoarem as falas e as interpretações das pessoas quando pensam em motivação.

O inegociável, no entanto, é que tudo parte de uma motivação. Essa condição é o estopim para todas as demais etapas que levam a um comportamento: necessidade, desejo, percepção, atitudes. A escolha por essa descrição de comportamento, um tanto linear, é inspirada nas teorias cognitivas comportamentais, que também ajudam o marketing. Sua escolha, portanto, deve-se a tentativa de não se distanciar demais da área

mercadológica, embora queira torná-la mais complexa ao introduzir questões de uma psicologia mais aprofundada.

Como se vê, o objetivo da disciplina, como um todo, não é negar as abordagens mais empíricas, mas trazê-las a luz de uma interpretação mais diversificada, complexa. Neste sentido, busca-se desenvolver no aluno competências para compreender diferentes formas de entender a origem da motivação e suas consequências, e analisar essas visões dentro de um determinado problema de comunicação. Desenvolvendo habilidades como classificar, definir, identificar como as pesquisas, seu público e si mesmo têm perspectivas sobre essa (e outras) temáticas, será capaz de discutir, mensurar, avaliar, escolher formas de resolução baseadas em uma conjunção de fatores dinâmicos, que leve em conta desde o empírico, o social e a psique.

Certamente, tal abordagem foge da tradição continuísta de difusão de informação como conhecimento, e alguns problemas na mudança dos paradigmas didático-pedagógicos das escolas, mas é algo que tem sido incorporado às escolas com rapidez. Assim, o primeiro movimento com os estudantes, baseado em Vigostky é entender de onde partem os estudantes quando se pensa em motivação. É uma fala libertadora. Se, em milhões de anos, a humanidade ainda não entrou em acordo sobre o que é motivação, o que o aluno pensa que é pode não estar nem completamente certo ou errado. O que se deve deixar claro é que, qualquer que seja a explicação, é herança de alguém que pensou sobre isso antes.

Portanto, a trajetória que se pretendeu dar às aulas parte deste primeiro ponto, o de onde o aluno está. Em seguida, usando de mediação do professor, aliado a instrumentos pedagógicos ou adaptados para isso, vai-se tentando trazer elementos conceituais que vão fazendo sentido. Por fim, é necessário ir a campo, testar as hipóteses, através da observação participante, e experimentar o conhecimento em uma situação real. Para concluir, conversar sobre processos e resultados. As atividades foram divididas em etapas, descritas em conjunto com seus resultados, a fim de um acompanhamento mais próximo do leitor sobre a metodologia.

Descrição das etapas

O que é motivação pelos alunos: plataforma polleverywhere

Vigotsky vai defender uma teoria do interesse, para que o educador possa se conectar com o seu estudante:

> A regra psicológica básica de elaboração de interesse é a seguinte: para que o objeto nos interesse, ele deve estar vinculado a alguma coisa do nosso interesse, algo já conhecido, e ao mesmo tempo deve conter algumas formas novas de atividade, senão continuará sem dar resultados. (Vigotsky, 2001, p. 115)

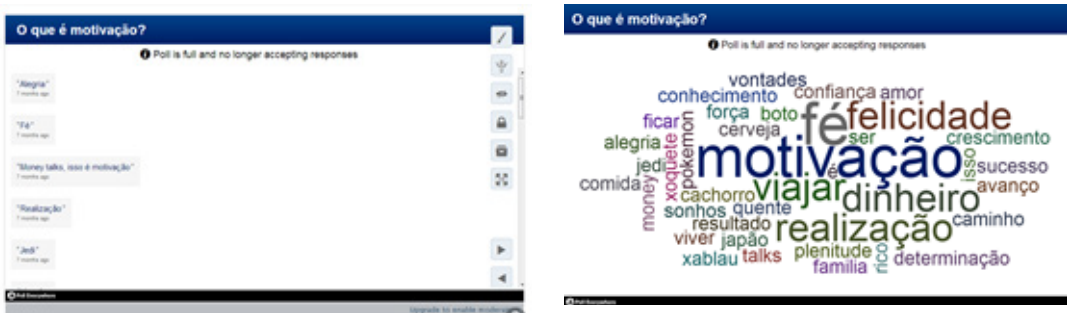
Neste sentido, na primeira aula, ao invés de dar uma explanação sobre os diversos conceitos de motivação, buscou-se saber dos alunos o que essa palavra significava para

eles. No entanto, ao invés de abrir para as tradicionais mãos levantadas, solicitou-se que todos usassem seus aparelhos celulares para se manifestar. Essa era a nova forma de atividade, uma alternativa ao modelo tradicional, e que também quebrava a impressão de que o professor vê os aparelhos de telefonia apenas como um concorrente desleal.

Aqueles que não tinham aparelhos capazes de acessar a internet, eram convidados a participar dos colegas. Foi solicitado, então, que entrassem na plataforma PollEveryWhere[3], que permite vários usuários enviarem conteúdo escrito e, ao mesmo tempo, responder a perguntas. Como não é preciso que os estudantes se cadastrem, façam login (apenas o professor precisa), é rápida a participação. Como atrativo adjacente, aqueles alunos que, em geral, não gostam ou se intimidam de participar de um debate aberto, nesta ferramenta podem se manifestar, já que os usuários permanecem anônimos.

O resultado é, então, projetado na tela do *datashow* (Figura 5). Assim, aos poucos, os estudantes foram respondendo à questão "o que é motivação?" tendo como limite o uso de apenas uma palavra, aquela que mais sintetizasse uma opinião (afinal, é um curso de publicidade, onde a síntese é uma capacidade a ser alcançada e uma habilidade a ser construída). Inicialmente, todos podiam ir vendo as palavras, enquanto o professor as repetia em voz alta, elogiando a participação e se mostrando entusiasmado com a variedade e a pertinência das respostas.

Em seguida, com os alunos ainda empolgados, interessados, após o uso inusitado dos celulares, o professor acionou uma das ferramentas da plataforma para conseguir uma nuvem de *tags*, ou seja, uma representação gráfica das palavras mais recorrentes que, à medida que eram repetidas, cresciam em tamanho (Figura 6).



Figuras 5 e 6: Respostas dos alunos projetadas na tela

O professor aproveitou do resultado para, primeiro, mostrar que a sua construção era coletiva e, de alguma maneira, representava o entendimento prévio daquela turma sobre motivações. Em seguida, mostrou que, embora a palavra dinheiro tivesse tido algum destaque, boa parte do que saltou aos olhos eram coisas sem tangibilidade, de difícil conceituação, embora de relativo fácil entendimento: felicidade, fé, realização, viajar são expressões que todos entendem com rapidez e, neste sentido, o coletivo consegue decifrar. No entanto, as palavras teriam um significado próprio para cada um, dentro da

[3] Disponível em https://www.polleverywhere.com/

sua história, da sua percepção do mundo do, então, nível intelectual e da experiência social anterior àquela atividade.

Portanto, como conclusão dessa atividade, ficou a ideia de que não seria muito fácil conceituar motivação.

Algumas Motivações: aula expositiva e revista *Galileu*

É criado o incômodo. Afinal, a universidade deveria ser o lugar onde aprender os conceitos mais importantes para a carreira, e as demais disciplinas têm demonstrado isso, quando se sabe o melhor enquadramento de uma foto em uma peça publicitária, as cores que melhor se harmonizam, as estratégias vencedoras das grandes marcas. Como assim, não teremos um conceito de motivação?

> Está claro para qualquer um que quanto mais forte é o incômodo que dá o primeiro impulso ao movimento da alma tanto mais forte é o próprio movimento, que a educação e a criação são sempre trágicas porque partem do "incômodo" e do mal-estar, da desarmonia. (...) A música da educação surge de uma dissonância que ela procura resolver. (Vigotsky, 2001, p. 461)

Neste momento, é importante o professor oferecer a mão, ajudar a entender o incômodo e oferecer algo que o deixe mais confortável, que o deixe menos perdido. A aula expositiva clássica não é o oposto da metodologia ativa, e nem a anula. Ao contrário, é parte integrante de um processo integrado de pedagogias e didáticas.

Nesse sentido, finalmente se introduzem os textos teóricos sobre a temática da motivação, a partir do livro base da disciplina (Karsaklian, 2008). No entanto, para trazer uma nova forma de aprendizagem, acrescenta-se, com a mesma importância, uma reportagem de capa da revista Galileu (Tonon, 2011). A publicação tem como objetivo uma divulgação científica com uma linguagem mais leve, coloquial, voltada para o público jovem, mas sem perder sua característica de ser uma publicação voltada para a ciência.

Com um texto claramente não acadêmico, nos moldes que assim são conhecidos, a intenção é desmistificar que a ciência objetiva só é encontrada nos livros específicos da academia. Destes textos, é retirada a aula expositiva dialogada – haja vista que permeada por questionamentos aos alunos de exemplos da vida pessoal ou do cotidiano que podem ilustrar o dito pelo professor e pelos textos. Em resumo, após esclarecer que outros autores definem um número diferente, mas não distante das premissas, se apresenta quatro elementos motivacionais.

São eles nossa busca pela autonomia, pelo conhecimento, pela vida dinâmica e pelo engajamento. O dinheiro, que aparece nas falas iniciais dos alunos, é elemento importante, não por si só, mas como instrumento mediador para se alcançar o que se busca. Para exemplificar, o chamamento aos estudantes é se recordarem de sua infância. Assim, é possível lembrar como as crianças se esforçam para fazer coisas sozinhas – mesmo quando não conseguem; como se encantam em aprender – obcecadas por pequenas coisas como insetos e inundando os adultos de porquês; gostam de estar com

outros, brincar em conjunto, sem discriminações raciais, étnicas e de gênero; e raramente têm dúvidas dos seus propósitos, ou concentradas na sua atividade, ou correndo em direção dela.

Munidos dos quatro motivos, são também convidados a se expressarem. Fazem o curso de publicidade para atender a qual? Qual deles hoje foi o principal motivo de olharem para as atividades do dia que se segue? Só se atende um de cada vez, ou pode ser o conjunto de dois ou mais? É possível analisar o comportamento do consumidor usando essas referências?[4]

Tal abordagem na sala retorna à ZDI de Vigotsky. É certo que nem todos pensam como ele, mas aqui se concorda que o desenvolvimento das funções psíquicas superiores passa por duas etapas. Vigotsky vai tratar da criança, mas, como dito anteriormente, não há porque não pensar nos alunos da graduação[5]. "A primeira como atividade coletiva, social, ou seja, como função interpsíquica; a segunda, como atividade individual, como modo interior de pensamento da criança, como função intrapsíquica" (Vigotsky, 2001, p. 483):

> um exemplo do desenvolvimento do discurso pode servir de paradigma a todo o problema nesse sentido. O discurso surge inicialmente como meio de comunicação entre a criança e as pessoas que a rodeiam. Só posteriormente, ao transformar-se em discurso interior, ele se torna modo fundamental de pensamento da própria criança, função psíquica interior. (Vigotsky, 2001, p. 483)

Portanto, coube ao professor apresentar um discurso inicial, fruto de um aparato técnico anterior (os textos), colocá-los ao coletivo, mediando com exemplos práticos e metáforas – que são construtos também sociais, e, por fim, deixar que cada um leve as perguntas do parágrafo anterior a dialogar consigo mesmo.

Existe apenas um conceito formal de Motivação? O uso de *charge*

Depois de uma pausa para descomplicar a temática, é o momento de retornar novamente aos questionamentos. Neste sentido, a classe é convidada a analisar uma charge onde duas mulheres se acusam mutuamente, em pensamento, de comportarem-se, pelo consumo de suas roupas, para atender a "uma cultura machista, cruel e dominadora" (Figura 7). Uma está vestida com uma burca, traje oriental que oculta todo o corpo, outra de biquíni.

[4] Este seria um momento também para o uso da metodologia de análise de discurso, mas o tempo escasso para a sua realização impossibilitou a investigação. No entanto, seria uma importante continuidade e/ou proposta de nova abordagem.

[5] Vigotsky contesta, inclusive, o psicólogo e filósofo norte-americano Willian James (1842-1910). "A concepção de James, segundo quem depois dos vinte e cinco anos os adultos não podem adquirir novas ideias, acaba sendo desmentida no curso das investigações experimentais modernas. Entretanto, até hoje, não foi suficientemente esclarecido o que difere basicamente a aprendizagem dos adultos da aprendizagem da criança" (Vigotsky, 2001, pp. 484-485).



Figura 7: *Charge* que questiona o discurso e seu ponto de vista
Fonte: *charge* de Malcolm Evans (data e tradução desconhecidas)

A discussão que se segue à exibição da charge se mostra rica. A argumentação não se restringe ao fato mais explícito da ilustração, o de que pode ter-se visões de mundo completamente distintas usando-se o mesmo discurso. O debate fica acalorado, pois sempre alguém lembra que a charge pode estar relegando a questão da liberdade, que a mulher de burca não a teria, enquanto que a outra sim. É preciso pouca intervenção do professor, pois há outro/a que defende que essa é uma limitada visão ocidental da cultura oriental, e que muitas se vestem assim, não porque são obrigadas, mas porque acreditam e defendem o uso daquela vestimenta.

Embora aconteça em outros momentos, nesta etapa aparece uma das principais qualidades de uma metodologia ativa: o diálogo. Segundo Cunha,

> há princípios que nos devem aderir à alma, ou quiçá dela fazerem já parte: como o de sempre termos obrigação de dialogar; e o diálogo, muitas vezes parecendo de surdos, traz quase sempre novos ângulos para os nossos pontos. Não é pois totalmente desperdiçada a polémica, mesmo com quem seria preciso tentar colmatar muitas lacunas, de dados e de interpretações. Não tanto pelo efeito que a nossa palavra possa fazer no interlocutor, mas pela variedade de surpresa de argumentos, quantos deles sem pertinência, mas que alargam os horizontes, e, no limite, fazem entender a Humanidade. Ou para tanto vão dando achegas. (Cunha, 2016, p. 248)

O debate, portanto, caminha para questões como opressão machista oriental, que tiraria o livre-arbítrio e a informação sobre direitos da mulher e, assim, ela não teria opção, inconsciente ou conscientemente, sobre sua condição. Outro/a lembra da questão européia, onde mulheres muçulmanas estão lutando pelo direito de usar véu, proibido em diversas regiões. Então, o fazem por uma questão cultural e de fé. E, finalmente, chega-se a um impasse quando outro/a lembra que a mulher de biquini pode até não ter

toda essa liberdade, pois também pode-se pensar que se veste assim para atender um modelo de mulher da qual ela não tem como fugir, caso queira se considerar relevante e desejável, duas características caras da cultura ocidental.

Portanto, o que se conclui é que não se pode fechar a questão, que ambas as visões de mundo estão com razão, do seu ponto de vista, mas que também podem estar utilizando um discurso que reflete uma teoria sobre relações de gênero, impregnada na cultura e nas próprias mulheres. Se tem o gancho para entrar para a próxima fase.

Uma teoria motivacional para chamar de sua: os seminários

Assim, a partir da conclusão da atividade anterior, os estudantes estão prontos a não pensar que existe uma teoria que dê conta de tudo que envolve o comportamento de consumo. Mas é possível ver a teoria no cotidiano do publicitário e, melhor, o confrontamento delas como aconteceu na charge?

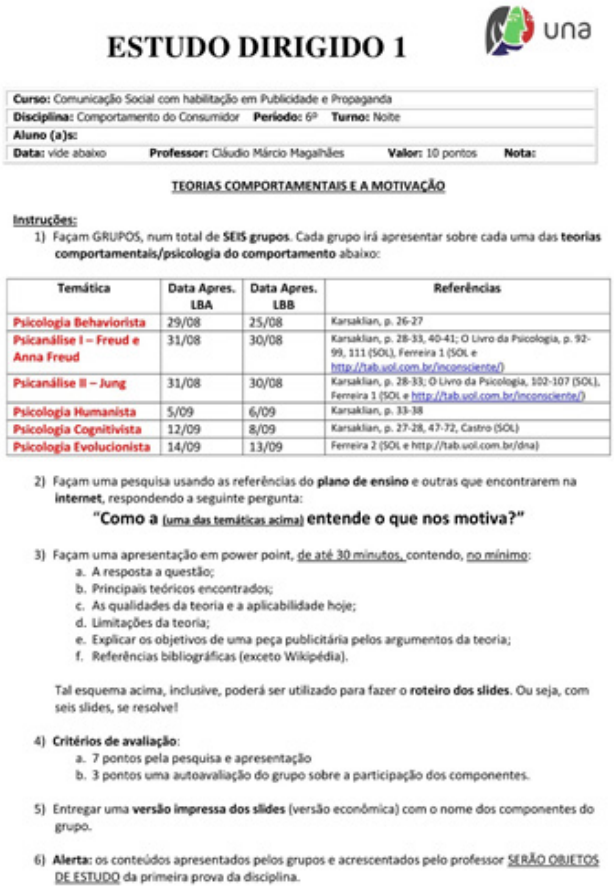
É aí que entra a exibição dos primeiros 15 minutos do primeiro episódio de *Mad Men*. Os minutos iniciais, além de apresentarem os principais personagens, e suas características mais marcantes de personalidade, mostra a angústia do anti-herói principal em criar mais uma campanha publicitária, e sua indisposição, tanto com sua atual maneira de pensar, behaviorista, como de tentar entender outro ponto de vista (psicanalítico), conforme a cena descrita anteriormente. Acrescenta-se que, naqueles minutos, ainda se desenha um quadro altamente machista daquela sociedade, que causa grande estranhamento hoje, mas que comprova que os discursos estão condicionados à sua cultura e temporalidade, como no embate da charge.

Portanto, após abrir para o debate na sala sobre o vídeo e os incômodos causados, é hora de preparar os seminários onde as linhas teóricas de comportamento serão apresentadas. Com duas delas já tiveram algum contato: behaviorismo e psicanálise. As demais, cognitiva, humanista e evolucionista, são apresentadas brevemente. Em seguida, o professor faz uma provocação: todas essas teorias são facilmente achadas na internet e nos livros do plano de aula. Portanto, não caberá ao professor dar aulas sobre elas. Os alunos o farão para toda a turma, em grupos de teorias que eles, inicialmente, escolhem por afinidade inicial da abordagem de cada conceito.

A turma se divide e definem-se os grupos. Em seguida, é passada a tarefa (Figura 8) e a agenda da apresentação.

Os alunos são lembrados que fazem um curso onde a estética é parte integrante da linguagem profissional e, portanto, devem apresentar slides atrativos e informativos, como em uma apresentação a um cliente. De fato, boa parte dos grupos faz apresentações elaboradas (Figura 9 e 10) e a estratégia de descolar a responsabilidade das aulas para os alunos traz três diferenciais em relação à aula tradicional dada pelo professor: o primeiro, o de tornar quem apresenta, os protagonistas das aulas, responsáveis pelo conteúdo – o que, em sua maioria, foi assumido de forma séria. O segundo é estético, pois os slides são muito mais bonitos e atrativos. E o terceiro é revelar ao professor aspectos das teorias que, porventura, havia relevado anteriormente e agora se percebe

que são questões de interesse, ou que o professor acreditava terem impacto nos alunos e são por eles minimizados.



ESTUDO DIRIGIDO 1

una

Curso: Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda
Disciplina: Comportamento do Consumidor **Período:** 6º **Turno:** Noite
Aluno (a)s:
Data: vide abaixo **Professor:** Cláudio Márcio Magalhães **Valor:** 10 pontos **Nota:**

TEORIAS COMPORTAMENTAIS E A MOTIVAÇÃO

Instruções:

1) Façam GRUPOS, num total de **SEIS grupos**. Cada grupo irá apresentar sobre cada uma das **teorias comportamentais/psicologia do comportamento** abaixo:

Temática	Data Apres. LBA	Data Apres. LBB	Referências
Psicologia Behaviorista	29/08	25/08	Karsaklian, p. 26-27
Psicanálise I – Freud e Anna Freud	31/08	30/08	Karsaklian, p. 28-33, 40-41; O Livro da Psicologia, p. 92-99, 111 (SOL), Ferreira 1 (SOL e http://tab.uol.com.br/inconsciente/)
Psicanálise II – Jung	31/08	30/08	Karsaklian, p. 28-33; O Livro da Psicologia, 102-107 (SOL), Ferreira 1 (SOL e http://tab.uol.com.br/inconsciente/)
Psicologia Humanista	5/09	6/09	Karsaklian, p. 33-38
Psicologia Cognitivista	12/09	8/09	Karsaklian, p. 27-28, 47-72, Castro (SOL)
Psicologia Evolucionista	14/09	13/09	Ferreira 2 (SOL e http://tab.uol.com.br/dna)

2) Façam uma pesquisa usando as referências do **plano de ensino** e outras que encontrarem na **internet**, respondendo a seguinte pergunta:
"Como a (uma das temáticas acima) entende o que nos motiva?"

3) Façam uma apresentação em power point, de até 30 minutos, contendo, no mínimo:
   a. A resposta a questão;
   b. Principais teóricos encontrados;
   c. As qualidades da teoria e a aplicabilidade hoje;
   d. Limitações da teoria;
   e. Explicar os objetivos de uma peça publicitária pelos argumentos da teoria;
   f. Referências bibliográficas (exceto Wikipédia).

   Tal esquema acima, inclusive, poderá ser utilizado para fazer o **roteiro dos slides**. Ou seja, com seis slides, se resolve!

4) **Critérios de avaliação**:
   a. 7 pontos pela pesquisa e apresentação
   b. 3 pontos uma autoavaliação do grupo sobre a participação dos componentes.

5) Entregar uma **versão impressa dos slides** (versão econômica) com o nome dos componentes do grupo.

6) **Alerta:** os conteúdos apresentados pelos grupos e acrescentados pelo professor SERÃO OBJETOS DE ESTUDO da primeira prova da disciplina.

Figura 8: Orientações para o seminário de teorias comportamentais





Figura 9 e 10: *Slides* de apresentação de um grupo no seminário

O professor, após a apresentação de um grupo, faz três movimentos: o primeiro, elogia o grupo, pede uma salva de palmas e pergunta como eles se sentiram produzindo o material. Em seguida, reforça algumas informações que o grupo apresentou, no sentido de alertar os demais de que aquelas questões são fundamentais, escrevendo no

quadro algumas palavras-chave pelo grupo e que ajudaram a fixar a teoria. E, por fim, o professor acrescenta conteúdos que, porventura, tenham ficado de fora da apresentação.

Ao final, as aulas teóricas, que, geralmente, têm, pelos alunos, uma reputação de entediantes, acabam por serem ministradas pelos próprios alunos para os seus colegas. No entanto, sabe-se que tal metodologia, a de seminários ofertados pelos alunos, não é nova e é algo usado com certa frequência. Mas ela é necessária para o que é a fase derradeira.

As teorias motivacionais *in loco*: um passeio pela praça

Vigotsky vai criticar os métodos tradicionais de estudos de conceitos. O que fizemos anteriormente lhe pareceria "mais um estudo do produto que do processo que leva à formação do produto" (Vigotsky, 2000, p. 151). Para o psicólogo russo, a palavra não pode ser exclusivista, pois o conceito

> está vinculado ao material sensorial de cuja percepção e elaboração ele surge; o material sensorial e a palavra são partes indispensáveis do processo de formação dos conceitos e a palavra, dissociada desse material, transfira todo o processo da definição do conceito para o plano puramente verbal. (...) O essencial mesmo para o conceito – a sua relação com a realidade – fica aí sem ser estudado. (Vigotsky, 2000, p. 152)

Portanto, era necessário levar a palavra à praça. Literalmente. Foi proposto, então, um segundo exercício, mas agora em grupos menores de, no máximo, quatro alunos. O trabalho em grupo tinha a intenção da troca de ideias e consolidação dos conhecimentos, sempre mais efetivos quando em diálogo, principalmente de conceitos muitas vezes fluidos.

Assim, a tarefa (Figuras 11 e 12) agora era ir a uma praça, observar alguém consumindo alguma coisa e, daí, fazer uma análise do seu significado a partir das concepções, pontos de vista, de cada teoria da motivação. Seria preciso consultar suas anotações, conversar com os colegas, relembrar as palavras-chave, ou seja, era preciso dar sentido às palavras antes escutadas e/ou lidas. E consolidava-se a ideia principal de que é possível olhar para o mesmo fenômeno com diversos olhares e essa seria uma fundamental habilidade do publicitário ao pensar sobre o consumidor.

As experiências foram trazidas para a sala de aula, para que relatassem o processo, como se sentiram na abordagem, os casos curiosos de apropriação da praça e as formas de consumo inusitadas ou impensadas anteriormente. Além de uma lista maior de possibilidades de motivações que as levaram para aquele espaço público.

ESTUDO DIRIGIDO 2

Curso: Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda
Disciplina: Comportamento do Consumidor **Período:** 6º **Turno:** Manhã/Noite
Aluno (a)s:
Data: 20 e 21/09/2016 **Professor:** [redacted] **Valor:** 10 pontos **Nota:**

Instruções:

- *Façam um grupo de ATÉ quatro membros, ou faça individualmente.*
- *Consulte suas anotações, o livro base da disciplina, as apresentações dos colegas, os textos no Material Didático, vá à internet...*
- **Dia da entrega IMPRESSA: 27 e 28 de Setembro de 2016**

Instruções:

1) **Leiam todas as instruções ANTES** de começar o exercício

2) Vão a uma **praça pública** e **encontrem alguém em uma atividade de consumo**. Mas lembrem-se que o conceito de consumo é amplo: alguém sentando no banco ou fazendo uma caminhada está consumindo a estrutura da praça, a segurança pública, o design arquitetônico..., ou mesmo consumindo um produto físico, como na leitura de um livro ou um jornal, ou mesmo um picolé ou pipoca.

3) **Definam apenas UM item de consumo**. Exemplos: o livro, a caminhada, o descanso na praça, o picolé.... Anotem!

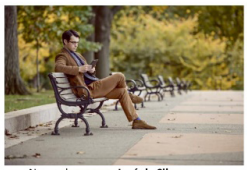
4) Abordem a pessoa, se apresentem como estudantes de comunicação, perguntem seu nome e profissão, e se poderiam **fazer uma pergunta**. Se ela/e concordar, pergunte apenas:
"O que motiva você estar** (colocar a opção de consumo: exemplos: lendo/caminhando/sentado no banco) **neste momento?"
Anotem a resposta o mais literal possível.

5) Peçam licença para **tirar uma fotografia dela/e na atividade de consumo**. Atenção: façam o possível para que **não seja uma foto posada**, e solicite que ela fique o mais natural possível, repetindo o momento como era ANTES de ser abordada/o por vocês. Agradeçam e façam uma despedida.

6) Façam um relatório como no exemplo a seguir:

ESTUDO DIRIGIDO 2

Curso: Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda
Disciplina: Comportamento do Consumidor **Período:** 6º **Turno:** Manhã/Noite
Aluno (a)s:
Data: 20 e 21/09/2016 **Professor:** [redacted] **Valor:** 10 pontos **Nota:**



Nome da pessoa: **José da Silva**
Profissão: **Administrador**
Ato de consumo: **Lendo um livro**

"O que motiva você estar __lendo____ neste momento?

Como vocês acreditam que cada escola que estudou as motivações comportamentais explicaria essa resposta? Mas não se baseiem apenas nas respostas, mas também na percepção de vocês de todo o contexto onde está inserida a atividade de consumo:

Behavioristas	
Psicanalistas	
Humanistas	
Cognitivistas	
Evolucionistas	

Figuras 11 e 12: Orientações para o seminário de teorias comportamentais

Os alunos abordaram os mais simples usos (Figuras 13 a 15).





Figuras 13, 14 e 15: Fotografias dos usuários da Praça da Liberdade/BH em consumo

Mas certamente encontraram aqueles que usam para atividades artísticas e corporais, em grupo ou solitariamente (Figuras 16 a 18), e situações inusitadas, como o casal que vai para tomar conta dos cachorros de outros, na impossibilidade de tê-los em sua própria casa (Figura 19).






Figuras 16, 17, 18 e 19: Fotografias dos usuários da Praça da Liberdade/BH em consumo

No mesmo lugar onde se encontram pessoas que utilizam o espaço para se enamorarem (Figura 20), também um grupo se deparou um casal que estava ali para terminar o relacionamento (Figura 21).





Figuras 20 e 21: Enquanto um casal usa a praça para namorar, outro usa para se separar

A atividade, portanto, rendeu uma série de experiências onde a palavra, pesquisada e colocada aos colegas, é escutada por eles, postas à prova e à praça, gerando relatos que serviram para o momento final.

No encerramento, os relatórios serviram para que o professor voltasse às temáticas, fizesse comparações, dialogasse sobre o consumo como algo muito além do que uma troca financeira, e relembrasse que cada teoria contribui, de alguma maneira, tanto para um discurso sobre o consumo, como para entender um modo de vida. E que um profissional de comunicação pode até escolher uma dessas visões de mundo, do que nos motiva, como sua. Mas, agora, saberia que há outros olhares e eles não são necessariamente equivocados.

Por fim, o professor convidou os estudantes a fazerem mais isso, a olhar o mundo com a complacência e a tolerância da miríade de possibilidades do que nos faz mover, do que nos motiva. Uma delas pode estar até certa, mas não precisamos obrigatoriamente de saber. Apenas entender.

Conclusões

Os principais resultados foram sendo descritos ao longo do documento. Essa opção deve-se a uma tentativa de dar maior sentido e fluidez ao texto, até mesmo para levar o leitor àqueles momentos de compartilhamento e mediação do e com o professor.

Há ainda um resultado a ser mencionado. A disciplina tem um momento, por volta da metade de seu curso, onde o professor aplica uma prova de múltipla escolha, semelhante às aplicadas pelo Exame Nacional de Avaliação do Ensino Superior (ENADE). Esse tipo de avaliação, além de cumprir a determinação de notas exigidas pela escola, também procura mensurar o quanto caminha a classe quanto à aquisição do conhecimento. E também serve para ir treinando o estudante para esse tipo de prova, que também encontrará em concursos e exames de seleção.

A partir de um banco de questões que possibilita fazer provas diferentes a cada semestre, mas que seguem uma certa uniformidade, permite-se comparar turmas diferentes. Valendo 20 pontos, antes da aplicação das atividades aqui descritas, os estudantes nunca alcançaram 50% das notas. Após a aplicação, já alcançaram a média exigida pela escola. Houve um aumento de mais de 25%. Essa prova tem uma grande participação

do conteúdo sobre motivação, já que ocupa uma parte considerável do primeiro semestre, embora não seja exclusiva no exame. No entanto, esse dado estatístico tem pouca importância para esse trabalho, com caráter qualitativo. Mesmo porque o fazer uma prova congrega outras vieses de interpretação que aqui não se dá conta de abordar. É apenas um indicativo, mas não definitivo.

Em retrospecto, ao sistematizar o trabalho feito, se apercebeu de alguns pontos a aprimorar.

Os resultados dos relatórios poderiam ter sido também sistematizados e levados à turma para uma nova análise coletiva. Embora o professor tenha ratificado de que o que importava era o caminho percorrido e não o resultado final, uma correção coletiva, talvez um grupo dando parecer sobre o relatório do outro, seria mais um momento de aprendizagem e reforço ao conhecimento. Em atividades posteriores, foi solicitado aos grupos da realização de mapas conceituais, em resultados ainda a serem mensurados.

Boa parte dos trabalhos foi feito à mão, o que impediu de fazer uma nova nuvem de *tags* e, assim, reforçar, uma vez mais, as palavras-chave de cada teoria. A qualidade estética e artística das fotos também surpreendeu e poder-se-ia ter feito uma exposição no *hall* da escola, sociabilizando ainda mais o conhecimento. Como sugestão de novos trabalhos, uma análise do discurso dos estudantes tem o potencial de novas descobertas e usos pedagógicos, em vários momentos, tanto analisando o discurso dos estudantes como dos consumidores.

Vigotsky é referência pelos motivos sistematicamente descritos neste texto, mas pode ser resumido na sua concepção de pensar o aluno num sujeito carregado pelo social e, portanto, apto a considerá-lo o principal agente de sua própria aprendizagem.

Dentro desta concepção, cabe ao professor o papel de moderador e aos instrumentos e técnicas pedagógicas o de facilitadores desta prática. No entanto, essa não é uma tarefa simples, perante resistências de todas as ordens, desde as práticas escolares tradicionais, algumas institucionalizadas e não deixando autonomia ao educador, passando pelo estranhamento dos estudantes e até relutâncias naturais do próprio professor, cada vez mais atarefado e sem tempo para testar inovações.

Esse trabalho não busca ser um manual fechado da aplicação das metodologias aqui demonstradas, mas um convite a extrapolar as práticas, primeiro nas disciplinas de Comportamento do Consumidor, mas também em outras temáticas que, porventura, tenham abertura para diversas abordagens teóricas, na esperança de possíveis adaptações ou apenas como inspiração.

Referências bibliográficas

Araújo, J. C. S. (2015) Fundamentos da metodologia de ensino ativa (1890-1931). In *Anais 37ª Reunião Nacional da ANPEd.* Florianópolis: UNIUBE/UFU.

Bezerra, P. (2000). Prólogo do tradutor. In L. S. Vigotsky, *A construção do pensamento e da linguagem* (pp. VII-XIV). São Paulo: Martins Fontes.

Borges, T. S. & Alencar, G. (2014). Metodologias ativas na promoção da formação crítica do estudante: o uso das metodologias ativas como recurso didático na formação crítica do estudante do ensino superior. *Cairu em Revista, 3*(4), 119-143.

Burton, A. (1978). *Teorias operacionais da personalidade.* Rio de Janeiro: Imago.

Carniello, M. F. & Zulietti, L. F. (2015). Métodos pedagógicos em cursos de comunicação social: aplicação e formação de banco de casos. *Unopar Científica Ciências Humanas e Educação, 16*(4), 278-289. doi: 10.17921/2447-8733.2015v16n4p278-289

Cunha, P. F. (2016). Do direito à educação e da sua circunstância: reflexões sobre educação em democracia e seus obstáculos. *Revista Lusófona de Estudos Culturais/Lusophone Journal of Cultural Studies, 3*(2), 239-260.

Dewey, J. (2007). *Democracia e educação – capítulos essenciais.* São Paulo: Ática.

Dewey, J. (2011). *Experiência e educação.* Petrópolis: Vozes.

Diesel, A. Baldez, A. L. S. & Martins, S. N. (2017). Os princípios das metodologias ativas de ensino: uma abordagem teórica. *Thema, 14*(1), 268-288. doi: 10.15536/thema.14.2017.268-288.404

Ferrière, A. (1928). *Transformemos a escola. Apelo aos pais e às autoridades*. Paris: Livraria Francesa e Estrangeira.

Freinet, C. (2001). *Para uma escola do povo*. São Paulo: Martins Fontes, SP.

Freire, P. (2015). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Karsaklian, E. (2008). *Comportamento do consumidor.* São Paulo: Atlas.

Kotler, P. (1980). *Marketing.* São Paulo: Atlas.

Medistsch, E. (2004). A formação para a praxis profissional do jornalista: uma experiência brasileira inspirada em Paulo Freire. *Comunicação e Sociedade*, *5*(1), 25-38. doi: 10.17231/comsoc.5(2004).1243

Meier, M. & Garcia, S. (2007). *Mediação da aprendizagem: contribuições de Feuerstein e de Vygotsky.* Curitiba: Edição do Autor.

Montessori, M. T. A. (1965). *Pedagogia científica: a descoberta da criança.* São Paulo: Editora Flamboyant.

Oliveira, K. K. F. & Pôrto, C. M. V., (2014). Comunicação entre acadêmicos surdos e ouvintes na mediação da aprendizagem no ensino superior. *Cadernos de Terapia Ocupacional da UFSCar*, *22*(2), 335-345. doi: 10.4322/cto.2014.055

Piaget, J. (1998). *Psicologia e pedagogia: a resposta do grande psicólogo aos problemas do ensino*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Pinto, M. R. & Lara, J. E. (2008). O que se publica sobre comportamento do consumidor no Brasil, afinal? *Revista da Administração UFSM, 1*(1), 85-100. doi: 10.5937/2177-6652/2017.v17i2.1146

Sant'anna, A., Rocha Júnior, I. & Garcia, L. F. D. (2016). *Propaganda: teoria, técnica e prática*. São Paulo: Cengage Learning.

Sawrey, J. M. & Telford, C. W. (1973). *Psicologia educacional.* Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico.

Strocchi, M. C. (2007). *Psicologia da comunicação: manual para o estudo da linguagem publicitária e das técnicas de venda.* São Paulo: Paulus.

Teixeira, A. (2007). *Educação não é privilégio*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Tonon, R. (2011). O que nos motiva? *Galileu, 239*, 35-43. Retirado de http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI236569-17773,00-O+QUE+NOS+MOTIVA.html

Trigo, I. M. F. (2016). O curso de artes visuais do PARFOR-UNEB: breves notas sobre a importância das políticas educativas participativas. *Revista Lusófona de Estudos Culturais/Lusophone Journal of Cultural Studies, 3*(2), 283-296.

Vigotsky, L. S. (2000). *A construção do pensamento e da linguagem.* São Paulo: Martins Fontes.

Vigotsky, L. S. (2001). *Psicologia pedagógica.* São Paulo: Martins Fontes.

Werlang, R. B., Machado, F. O., Shihadeh, H. L. & da Motta, L.F. (2012). Análise da inserção da teoria sociointeracionista em atividades de laboratório de física básica em um curso de geofísica. *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, *29*(2), 246-266. doi: 10.5007/2015-7941

Outras referências

Lions Gate Entertainment (2007), *Mad Men* – Episódio 1. DVD, Universal Pictures, Mad Men Season 1-6

Nota Biográfica

Cláudio Márcio Magalhães é professor e orientador do Programa de Pós-Graduação em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local e do Instituto de Comunicação e Artes do Centro Universitário Una. Ministra disciplinas como Uso de Tecnologia em Gestão Social e Educação, Metodologia e Comportamento do Consumidor e, além dessas áreas, se dedica ao estudo da mídia e infância, sendo autor de *Os programas infantis da TV: teoria e prática para entender a televisão feita para as crianças.* Jornalista, mestre em Comunicação Social, doutor em Educação, pela Univervidade Federal de Minas Gerais.

Email: claudiomagalhaes@uol.com.br

Morada: Rua Wilson Modesto Ribeiro, 155/1005 – Ipiranga – Belo Horizonte – MG – 31.16-430 – Brasil

*** Submetido: 24.08.2017**

*** Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 369 – 389
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2922

From the room to the square: motivation, mediation and Vigotsky to understand the behavior

Cláudio Márcio Magalhães

Abstract

Motivation is a key subject for the discipline of Consumer Behavior in Advertising and Propaganda courses, despite the fact that its conceptualization is approached by several theories that may sometimes be contradictory in addition to alumni aversion to the theoretical study. This work proposes an approach that leads one to build one's own understanding, without underestimating different perspectives. A series of activities were developed ranging from traditional to innovative by means of an active methodology, which considers the student the center of his or her own learning. As a reference, the research was based on the work of the Russian psychologist and educator Lev Vigotsky in an attempt to become an incentive for similar methodologies that link the school environment with the public space, the interior of the classroom with the subject's interior.

Keywords
Advertising and propaganda; curricular framework; social communication; university graduation course; Vigotsky

Resumo

A motivação é tema chave para a disciplina de Comportamento do Consumidor nos cursos de Publicidade e Propaganda. Mas sua conceituação é abordada por diversas teorias, por vezes contraditórias. Soma-se a aversão do alunato quanto ao estudo teórico. Esse trabalho propõe uma abordagem que o leve a construir seu próprio entendimento, sem menosprezar os diferentes do seu. Desenvolveu-se uma série de atividades, entre tradicionais e inovadoras, através uma metodologia ativa, que considere o aluno o centro de sua formação. Como referência, o psicólogo e educador Lev Vigotsky. Espera-se que sirva de incentivo para metodologias semelhantes, que unam o ambiente escolar com o espaço público, o interior da sala com o interior do sujeito.

Palavras-chave
Comunicação social; grade curricular; graduação; publicidade e propaganda; Vigotsky

The student educates himself or herself (Vigotsky, 2001, p. 448)

Introduction

This study supports the use of an active methodology for the understanding of the Advertising and Propaganda student about motivation, something that has increasingly been present in higher education courses in Brazil. Initially in the health area graduations, such methodologies now extend to other areas of knowledge. Although it may

have an appearance of innovation, it is a return to a pedagogy, highly debated in the 20th century, which proposes the displacement of the formal education protagonism from the exclusive hands of the professor toward a student as the subject of his or her own learning (Araújo, 2015; Borges & Alencar, 2014; Diesel, Baldez & Martins, 2017).

In the Social Communication area, the methodologies also integrate almost organically. According to Carniello and Zulietti (2015), areas of Applied Social Sciences, which integrate the Social Communication and their qualifications (among them advertising and Propaganda), already make use of methodologies which favor the practice, under the theoretical framework of Paulo Freire (Meditsch, 2004). Thus, teaching methodologies of professional training of communication incorporate today methods associated with active methodologies, such as the PBL – *Problem Based Learning* (coming from the health area): "such methods, given their specificities, have in common the fact of being centered on the human being" (Carniello & Zulietti, 2015, p. 279).

Such initiative is a nuisance that the professor researcher found when ministering the discipline of Consumer Behavior: that, in a Course of Social Communication, there are few opportunities for the students to understand how, before consumers, we are subjects in search of answers, which we feel constrained, distressed, humans, learners and educators/students. And that, even after millions of years of cultural evolution, we still continue to ask ourselves who we are, what we are and why we are so.

It would be the discipline of Consumer Behavior an opportunity to use a less positivist approach on the subject of consumption, on advertising and on the students themselves? To bring students to the center of their learning, different visions of behavior and motivation could be brought, which historically influenced the advertising, but in a way that supplemented each other? To deal with the basis of behavior, the motivation, could also this shaft be the driving force of this initiative?

Such questionings, restricted to courses with emphasis on psychology, should not move off of the analyzes of the advertising target public. After all, the consumption, while behavior, is the manifestation of that composes us as a complex, fluid and unexpected human being, but, at the same time, challenging and exciting. The advertising and Propaganda course should give a break on the looking out for the market, society, the context, and take a look inside, trying to understand, after all, why I buy this blouse if, even so, keep dubious feelings by the attitude (guilt, pleasure, satisfaction, anguish).

The following report is about a series of activities that had as objective help undergraduate students understand one of the mysteries that pervades human existence: what moves us? It was necessary, first, that the students understand the main theories that somehow influenced the understanding of advertising on the theme. And, second, that none of them gives an account to explain how and why this subject behaves like this, at home, on the street, at the mall.

As a theoretical foundation, in particular, Lev Vigotsky, for whom, in 1926, already defended that

> until today the student has remained on the professor's shoulders. He or she has seen everything with his or her eyes and tried everything with his or

> her mind. It is high time to put the student on his or her own legs, make him or her walk and fall, suffer pain and bruises and choose the direction. (Vigotsky, 2001, p. 452)[1]

Therefore, the call for an active methodology, which places the learner at the center of his or her learning, and it is not the first time, but still remains as an exception in educational practice. Thus, this work is aware that it is not a vanguard proposal, since that Vygotsky's thought is widely developed and used, and that several other thinkers, contemporaries and later to his work, also deal with this approach, as we shall see below. But it is never too much to strengthen the conviction to insist on its idealization, systematization, development, implementation and evaluation. Vygotsky's dream is still a drama of the majority of educators.

This article is composed of seven parts: this introduction, then a description of the necessity of the discipline of Consumer Behavior in the Advertising and Propaganda course, the collaborations sought in Vigotsky, an approach about motivation and the description of the proposed methodology activities. In the end, a small analysis of results which, by chance have not been described in the previous part, followed by the conclusions.

Developing understanding about the motivation

Why understanding the behavior theory in Advertising and Propaganda

On the first day of class, there is a clarification: from the professor's point of view, there are two ways of ministering the Consumer Behavior discipline. The first refers to the long tradition of marketing, from the year 1970 in Brazil, to draw to itself the whole responsibility of a business and which had in the American economist, Philip Kotler, its main exponent. The classic *Marketing* (Kotler, 1980) was an important reference, given that gave rise to a number of new editions, publications with updates, as well as continuers of his premises in countless other works. Its success is due to the deepening in the minutiae of a business, dividing into increasingly smaller parts, and from this precise examination, establish strategies and find solutions.

The consumer, therefore, is seen as one more gear that, even being the central point of the marketing goal, is still a part to be understood as instrumental item for the consumption machine continue running. In itself, this approach is not a problem and, in fact, it helps to have a systematic vision of the business and, with this, to implement the professionals who think, plan, deploy and analyze products and services. Therefore, nothing against the marketing approach with the consumer.

[1] It should be emphasized that the work of Vygotsky, Russian thinker who died in 1934, has a great distance between his conception and his contemporary use, and certainly did not discourse on higher education in the 21st Century models. However, it redemption, which begins in the years 1960',keeps on influencing the visions about learning in all the education segments, given its depth regarding the mediation and the role of symbolic interactionism and its cultural and historical aspects of Marxist origin, but which has important advance. Its breakthrough in higher education is still timid in the Brazilian literature, but researchers have increasingly been using their thoughts to find solutions (Oliveira & Pôrto, 2014; Werlang, Machado, Shihadeh & da Motta, 2012).

However, as pointed out by Pinto and Lara (2008), in a study that analyzed 238 articles about what is published in Brazil on the consumer behavior, there is a supremacy of jobs with empirical, positivist approach and the use of quantitative methodologies. The authors report the entry of non-interactive and economic perspectives schools in the debate of the theme as evolution, but that has not been enough for professionals change. They suggest, at the end of the study, precisely the extension of use of different methodologies, including in educational institutions, highlighting the phenomenon and the interpretation.

According to the authors, "would it not be time to propose new approaches of phenomenological or interpretative nature, in order to further investigate the consumers behavior from another perspective?" (Pinto & Lara, 2008, p. 98). These researchers believe that it is necessary to escape the linear and static process in the study of consumer behavior, favoring conflict, diversity and multidisciplinarity.

However, particularly in Advertising and Propaganda course, lack of speaking more of people was felt, coadjuvants in the various instrumentalist or critical analysis disciplines to the media and the information society. Both important axes, but that led the gaze of the students themselves out, deconstructing what is external, to analyze, make or elaborate again.

These are founding capacities and skills of a good professional. But the internal looking was missing. After all, before gear, we are men and women with somewhat complex parties to take and analyze as a sheave: unconscious, soul, spirit, style, anguish, impulses, experiences, feelings, emotional and sensory memories.... The list is huge.

Advertising and Propaganda, throughout its history, did not deny that and also wondered how we moved, with the intention of teaching to advertisers how to make the best advertising that would move its audience to the product, the service, the idea that tried to seduce. But the theoretical references kept changing with time, every new bunch of dissatisfied advertisers and researchers due to not being able to understand their consumers. However, each wave of influence left marks and references that still resonate in the discourse of advertisers and customers (Sant'anna, Rocha Júnior & Garcia, 2016; Strocchi, 2007).

Therefore, the speeches that the future advertisers will find ahead in their career and in dealing with the issue of consumer behavior, will be permeated from the psychology references. According to Sant'anna, Rocha Junior and Garcia (2016), some psychology concepts were and are fundamental to the advertising techniques: motivation, desire, emotion, imagination, inhibition, interest, perception, association of ideas, among others.

Whereas on the studies of consumer behavior, Karsaklian (2008) points out that they are an applied science coming from humanities and social sciences, involving economics, sociology, anthropology and psychology: "in the beginning, the researchers thought about using all the sciences involved with the same intensity, but it is possible to observe that the most used is the psychology" (p. 20).

Thus, at the beginning of the activities, when students watch the first episode of the science fiction series *Mad Men*, which is about the world of advertising agencies of

the iconic 1950 years in the United States – and that will accompany the decades following along the other seasons – since that they are already exposed to the dilemma of distressed advertising that does not find more answers on its way to interpret its cigarettes consumer.

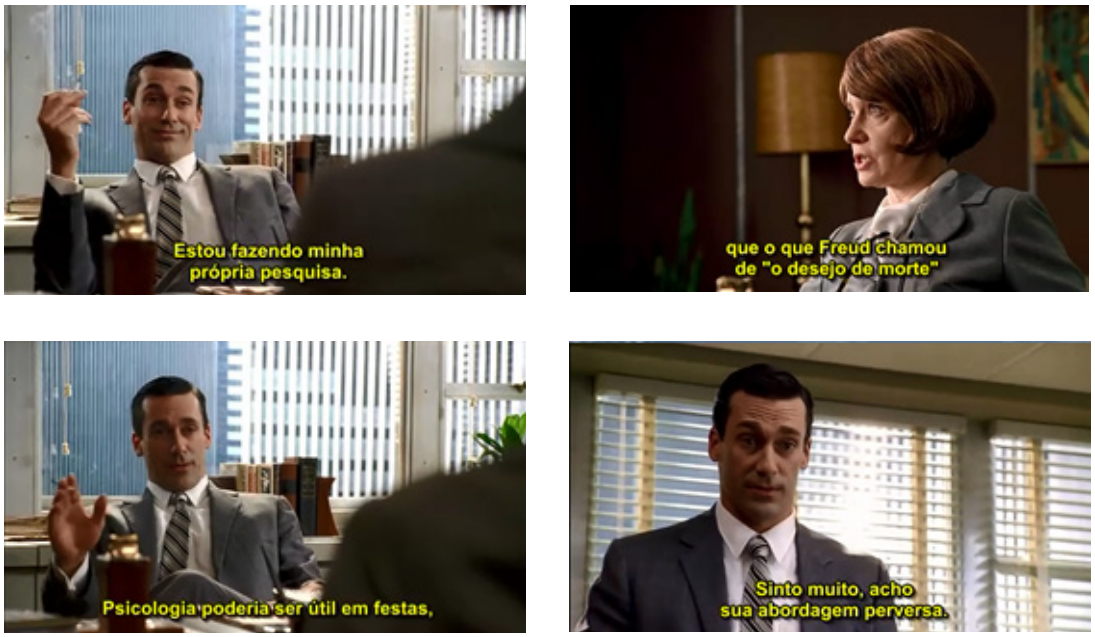


Figure 1 to 4: Scenes of *Mad Men*: the behaviorist advertising Don Draper debates with the psychoanalytical and researcher Greta Guttman

Source: Lions Gate Entertainment (2007), *Mad Men* – Episode 1 – 13:20-15:40

Don Draper, the anti-hero of the series, a classic behaviorist, cannot realize that his references of how to think the consumer does not give more answers, and resists enough to rethink. Thus, when in a dialog with a psychoanalytical researcher – psychoanalysis will dominate the following decades advertising references – even disregarding the ideas of his interlocutor, accused of having a perverse approach. Without realizing it, Don Draper already uses a reference of psychoanalysis, showing that it is already, without notice, making the transition (Figures 1 to 4).

Thus, if the most dashing executive of an agency is unable to say where his speech comes from, we wonder the future Head of future advertisers and his customers? On the one hand, the ephemerality of theories, coupled with their inability to give a definitive answer to the question of how we consume and, especially, why, should compel the future professional to keep his or her mind open to all references, so much so that he or she would not be dominated by only one, becoming a follower of a species of scientific ideology – something that seems to affect Don Draper –, so that he can understand his colleagues, professionals and clients, without classifying them as wrong or alienated just because they think the human being in a separate box.

Vygotsky's active methodologies

Although the active methodologies are, deservedly, entering the school activities with increasingly frequency, it is understood herein that it is the success of a militancy that does not belong to this century. And neither from the previous one. John Dewey already defended the experience as the best professor, and that it was up to the educator to be a mediator of the process (Dewey, 2011). The list of personalities concerned with the focus on content in formal education, suggesting that the learner is the main source of his or her own knowledge, helped by the professor, but not overwhelmed by it, is neither small not updated. In addition to Dewey (2007), Maria Montessori (1965), Adolphe Ferrière (1928), Célestin Freinet (2001), Jean Piaget (1998), Anísio Teixeira (2007), Paulo Freire (2015), are only a few who already believed in active methodologies with ownership and conviction[2].

Lev Vigotsky also believes that the best role to be performed by the professor is the mediation. His description of the zone of immediate Development (ZDI), more commonly known in Brazil as Zone of Proximal Development, due to a translation error (Bezerra, 2000), reinforced the impression of various educators that the child is not a tabula rasa, that she has an intellectual level prior to formal education, and who is able to understand her environment, take a position, have reasonableness and take initiatives, and even doing things alone where before she needed help: we cannot ignore the fact that the school learning never gets empty but always relies on certain stage of development, followed by the child before joining the school (Vigotsky, 2001, p. 476). Although Vigotsky talk of children, it is definitely possible to think in students at any moment of their academic life, including entering the university as explored by several researchers (Borges & Alencar, 2014; Diesel et al., 2017; Trigo, 2016).

And that, in no way, diminishes or belittles the professor's role. But only changes him or her radically. Vygotsky writes at the beginning of the 20th century. full of hopes of that master as "simple source of knowledge, book or dictionary of consultation, manual or demonstrator, in short, [that] acts as auxiliary feature and an instrument of education" (Vigotsky, 2001, p. 447) was already condemned. What writes then could well be the portrait of the beginning of the 21st century:

> currently, this role has increasingly been reduced to zero and replaced in all ways by the student's active energy, who everywhere must not live only from the food that the professor gives to him or her but look for his or her own account and obtain knowledge, even when receiving it from the master. We have already gotten rid of that prejudice according to which the master should educate. We are equally distant from this conception, as we are of that according to which the man must carry his burden on his own shoulders. (Vigotsky, 2001, p. 447)

[2] It is known that the work of this/these author/s is/are wide and the theme is more than one publication. Here is pointed out only one of them as suggested in the introduction.

Vigotsky has been rescued by researchers who want to enhance the professor as a mediator (Meier & Garcia, 2007). But, for the misfortune of education, nothing guarantees that, in a hundred years, new researchers will also call us dreamers, in case the levying by professors prevails only by memorization of content. What does not preclude, as in this and in many other cases, the professor of trying.

In search of the understanding of what the motivation is

One of the most important topics of the Consumer Behavior discipline , in the approach described previously, it is the understanding of what motivation is. It is one of those concepts that it seems that we all know, but have difficulties when trying to explain. It is confused with impulse (which is an action originated from motivation), with encouragement (which is something external to us), with instruments and social references, such as money, employment, family (Karsaklian, 2008).

"The complexity of the man's reasons is greater than the possibility of explaining them through some biological theory of his impulses" (Burton, 1978, p. 16). In reality, since when the man developed consciousness, he wonders what moves him. The answers were, and are, between a superior mystical entity until an internal program also with different ideas, between an unattainable unconscious until a certain chromosome.

Even when we think that "motive" is "an internal lasting condition that leads the individual or that predisposes to persist in a goal oriented behavior, enabling the transformation or the permanence of situation" and "the Motivation "the process that produces such conditions" (Sawrey & Telford, 1973, p. 18), still seems to be an insecure explanation. After all, what conditions would these be?

The discipline arises from the principle that there is not *a* definitive concept of motivation. That the professional will face many concepts, some converging, other conflicting. And that, as humanity has not decided yet which is the definitive one, they all embrace contributions and shortcomings, typical of social constructs.

Here it is important to know *what* the explanations, the points of view, the approaches that the advertising, throughout its short history are, has appropriated and added to its speech. And what are the contamination that these concepts are in everyday life, to the point of making part of the speeches and the people's interpretations when they think of motivation.

The non-negotiable, however, is that all begins with a motivation. This condition is the trigger for all other steps that lead to a behavior: need, desire, perception, attitudes. The choice for this description of behavior, somewhat linear, is inspired by the behavioral, cognitive theories that also help marketing. Its choice, therefore, should be to attempt not to deviate too much from the marketing area, although it is desired to make it more complex to introduce issues of a more in-depth psychology.

As one can see, the goal of the discipline, as a whole, is not to deny the empirical approaches, but bring them in the light of a more diverse, complex interpretation. In this sense, it is aimed to develop in the student competences to understand different ways to understand the origin of motivation and its consequences, and analyze these visions

within a given communication problem. Developing skills such as sorting, defining, identify how to research his or her audience and himself or herself have perspectives on this (and other) issues, will be able to discuss, measure, evaluate, choose forms of resolution based on a combination of dynamic factors, which takes into account the empirical, the social and the psyche.

Certainly, this approach escapes from the continuous tradition of dissemination of information and knowledge, and some problems in the change of didactic-pedagogical paradigms of schools, but it is something that has been incorporated to schools with rapidity. Thus, the first movement with the students, based on Vygotsky is to understand where the students originated when thinking about motivation. It is a liberating speech. If, in millions of years, humanity has still not entered into agreement on what motivation is, what the student thinks that he or she it cannot be nor completely right or wrong. What should be clear is that, whatever the explanation, it is the inheritance of someone who thought about it before.

Therefore, the trajectory that was intended to give lessons originates from this first point, where the student is. Then, using mediation by the professor, coupled with the pedagogical tools or adapted for that, it is attempted to bring conceptual elements that will make sense. Finally, it is necessary to go to field, test the hypotheses, through participant observation, and experience the knowledge in a real situation. To conclude, talk about processes and results. The activities were divided into steps, described together with their results, in order to reach a follow-up closer to the reader about the methodology.

Description of steps

What is motivation by students: polleverywhere platform

Vigotsky will defend a theory of interest, so that the educator can connect with his or her student:

> The basic rule of psychological preparation of interest is the following: so that the object is interesting to us, it must be linked to something in our interest, something already known, and at the same time must contain some new forms of activity, but will continue without giving results. (Vigotsky, 2001, p. 115)

In this sense, in the first class, instead of giving an explanation about the various Motivation concepts, it was sought to know from the students what that word meant for them. However, instead of opening to the traditional hands raised, it was requested that all made use of their mobile devices to manifest themselves. This was a new form of activity, an alternative to the traditional model, which also broke the impression that the professor sees the telephony apparatus only as an unfair competitor.

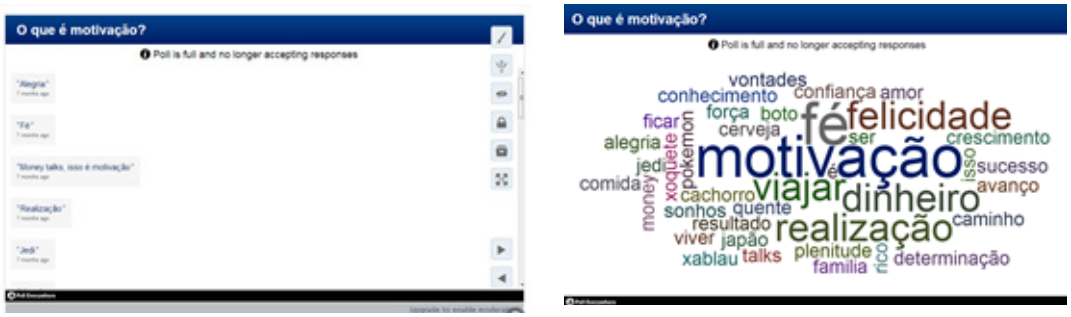
Those who had no apparatus capable of accessing the internet, were invited to participate by colleagues. It was then asked, to logon the platform PollEveryWhere[3], which

[3] Available at https://www.polleverywhere.com/

allows multiple users to send written content and, at the same time, respond to questions. As there is no need for the students to enroll, only login (only the professor needs), the participation is quick. As an attractive adjacent, those students who, in general, do not like or intimidate themselves to participate in an open debate, in this tool they can manifest, as users remain anonymous.

The result is, then, designed on the data show screen (Figure 5). Thus, gradually, the students were answering the question "what is motivation?" having to limit the use of only one word, one that most would synthesize an opinion (after all, it is a way of advertising, where the synthesis is an ability to be achieved and an ability to be built). Initially, everyone could go seeing the words, while the professor repeated them aloud, praising the participation and demonstrating to be excited with the variety and the relevance of the answers.

Then, with the students still excited, interested, after the unusual use of cell phones, the professor has triggered one of the tools of the platform to achieve a cloud of Tags, i.e., a graphical representation of the most recurrent words which, to the extent that were repeated, grew in size (Figure 6).



Figures 5 and 6: Student's responses projected on the screen

The professor took advantage of the result to, first, show that its construction was collective and, somehow, represented the prior understanding of that class about motivation. Then showed that, although the word money had some prominence, a good part that called attention were things without tangibility, difficult concepts, although relatively easy understanding: happiness, faith, achievement, travel are expressions that everyone understands quickly and, in this sense, the collective manages to decipher. However, the words have a meaning for each one, within their history, their perception of the world, then intellectual level and social experience prior to that activity.

Therefore, as a conclusion of this activity, remained the idea that it would be very easy to conceptualize motivation.

Some motivations: expositive class and Galileu magazine

It is created the nuisance. After all, the university should be the place where you learn the most important concepts for career, and other disciplines have demonstrated

that, when we know the best framing of a picture in a piece of advertising, the colors that best harmonize, the winning strategies of major brands. What do you mean, we will not have a concept of motivation?

> It is clear to anyone that the stronger the discomfort is that gives the first impetus to the movement of the soul the stronger the own movement is, that education and the creation are always tragic because they depart from the "inconvenience" and malaise, of disharmony. (...) The education music arises from a dissonance that it seeks to solve. (Vigotsky, 2001, p. 461)

In this time, it is important that the professor offer his or her hand, help to understand the hassle and offer something that makes him or her more comfortable, that gives him or her more direction. The expositive classical class is not the opposite of active methodology, and neither nullified it. On the contrary, it is part of an integrated process of pedagogies and didactics.

In this sense, the theoretical texts are finally introduced on the theme of motivation, from the base of the discipline (Karsaklian, 2008). However, to bring a new form of learning, it adds up, with the same importance, a cover report of Galileu magazine (Tonon, 2011). The publication has as its objective a scientific publication with a lighter, more colloquial language, facing the young public, but without losing its characteristic of being a science-guided publication.

With a clearly non-academic text, in the molds that are known, the intention is to demystify the objective science is only found in specific books of the academy. From these texts, expositive dialogued class is withdrawn – considering that permeated by questioning the students examples of personal life or of everyday life that can illustrate what is spoken by the professor and by the texts. In summary, after clarifying that other authors define a different number, but not far from the premises, four motivational elements are presented.

They are our quest for autonomy, knowledge, the dynamic life and engagement. Money, which appears in the students' initial statements, is an important element, not by itself, but as a mediator to achieve what is sought. For example, the call to students is to remember their childhood. Thus, it is possible to remember how the children strive to do things alone – even when they are not able ; how they delight in learning – obsessed with small things like insects and flooding the adults of whys; they enjoy being with others, playing together, without racial, ethnic and gender discrimination; and rarely have doubts of their purposes, or concentrated in their activity, or running toward it.

Armed with the four reasons, they are also invited to express themselves. The take the advertising course to meet what? Which of them today was the main reason to look for the day activities that follows? It is only complied one at a time, or it can be the set of two or more? Is it possible to analyze the consumer behavior using these references?[4]

[4] This would be a moment also for the use of the methodology of analysis of discourse, but the scarce time for its realization made it impossible the research. However, it would be an important continuity and/or proposal for a new approach.

Such an approach in the room returns to the ZPD of Vygotsky. It is true that not all think like him, but it agreed that the development of higher mental functions goes through two stages. Vigotsky will deal with the child, but, as said previously, there is no reason to not think of the graduate students[5]. "The first as a collective, social activity, i.e., as intrapsychic function; the second, as individual activity, as inner mode of the child's thought, as intrapsychic function" (Vigotsky, 2001, p. 483):

> an example of the speech development may serve as a paradigm to the whole problem in this sense. The speech comes initially as a means of communication between the child and the people that surround it. Only later, when becoming in inner discourse, it becomes a fundamental way of thinking of the child herself, inner psychic function. (Vigotsky, 2001, p. 483)

Therefore, it fell to the professor present an initial speech, as a result of previous technical apparatus (the text), putting them at the collective, mediating with practical examples and metaphors - which are also social constructs, and, finally, let each one take questions from the previous paragraph to dialog with himself or herself.

Is there only one formal concept of motivation? The use of cartoon

After a pause to uncomplicate the theme, it is time to return again to the questions. In this sense, the class is invited to examine a cartoon where two women accuse each other, in thought, behave, by the consumption of their clothes, to meet a "macho, ruthless and domineering culture" (Figure 7). One is dressed in a burqa, oriental costume that hides the whole body, another of bikini.



Figure 7: Cartoon which questions the speech and its point of view

Source: cartoon of Malcolm Evans (unknown date and translation)

[5] Vigotsky contests, including the psychologist and American philosopher William James (1842-1910). "James' design, that after twenty and five years old adults may not acquire new ideas, ends up being denied in the course of modern experimental investigations. However, until now, it has not been sufficiently clarified what differs essentially the adults' learning from the child's learning" (Vigotsky, 2001, pp. 484-485).

The discussion that follows the cartoon display is rich. The argument is not restricted to the most explicit fact in the illustration, it is possible to have completely distinct visions of the world using the same speech. The debate is heated, because someone always remembers that the cartoon can be relegating the question of freedom, that the woman dressed in burqa would not have, while the other would. Little intervention of the professor is necessary, because there is another who argues that this is a limited vision west of eastern culture, and that many are dressed like that , not because they are forced, but because they believe and advocate the use of that clothing.

Although it happens in other moments, this step is one of the main qualities of an active methodology: the dialog. According to Cunha,

> there are principles that must adhere to the soul, or perhaps make part of it already: as always we have an obligation to dialog; and the dialog, often seeming deaf people talking, almost always brings new angles to our points. It is nit therefore totally wasted the controversy, even with those who would need to try to fill many gaps, data and interpretations. Not so much by the fact that our word can make in the interlocutor, but by the variety of surprise of arguments, many of them without relevance, but which broaden the horizons, and, at the limit, they understand the Humanity. Or both are giving contributions. (Cunha, 2016, p. 248)

The debate, therefore, goes toward issues such as Eastern Chauvinist oppression, which would deprive the free-willness and information on women's rights and, therefore, it would not be an option, consciously or unconsciously, about her condition. Another reminds the European issue, where Muslim women have been fighting for the right to use the veil, banned in several regions. Then, they do it for a cultural and faith matter. And, finally, a standstill is reached when another recalls that the bikini woman might not even be all that freedom, because you can also think that she dresses like that to meet a woman model of which she has no way to escape, in case she wants to consider relevant and desirable, two characteristics of western culture.

Therefore, it is concluded that it is not possible to close the question, which both visions of the world are correct, from their point of view, but that can also be using a discourse that reflects a theory about gender relations, steeped in culture and in the women themselves. Now we shall get to the next stage.

A motivational theory to call yours: the seminars

Thus, from the conclusion of the previous activity, students are ready to not think that there is a theory that gives account of everything that involves the behavior of consumption. But is it possible to see the theory in daily advertising and, at best, the confrontation of them as happened in the cartoon?

It is there that enters the display of the first 15 minutes of the first episode of *Mad Men*. The initial minutes, besides presenting the main characters, and their most striking

characteristics of personality, shows the anguish of the main anti-hero to create an advertising campaign, and his unwillingness, both with his current way of thinking, behaviorist, and trying to understand another point of view (psychoanalytic), according to the scene described previously. It is added that, in those minutes, a highly sexist framework is drawn of that society, which causes great strangeness today, but that proves that the discourses are tied to their culture and temporality, and the clash of the cartoon.

Therefore, after opening for debate in the room about the video and the inconveniences caused, it is time to prepare seminars where the theoretical lines of behavior will be presented. Two of them have already had some contact: behaviorism and psychoanalysis. The other, cognitive, humanistic and evolutionary, are presented briefly. Then, the professor makes a provocation: all these theories are easily found on the internet and in books of the lesson plan. Therefore, it will not be up to the professor to give lessons on them. The students will do to the whole class, in groups of theories that they initially choose by initial affinity of the approach of each concept.

The class is divided and the groups are defined. It is then passed the task (Figure 8) and the agenda for the presentation.

ESTUDO DIRIGIDO 1

una

Curso: Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda
Disciplina: Comportamento do Consumidor **Período:** 6º **Turno:** Noite
Aluno (a)s:
Data: vide abaixo **Professor:** Cláudio Márcio Magalhães **Valor:** 10 pontos **Nota:**

TEORIAS COMPORTAMENTAIS E A MOTIVAÇÃO

Instruções:

1) Façam GRUPOS, num total de **SEIS grupos**. Cada grupo irá apresentar sobre cada uma das **teorias comportamentais/psicologia do comportamento** abaixo:

Temática	Data Apres. LBA	Data Apres. LBB	Referências
Psicologia Behaviorista	29/08	25/08	Karsaklian, p. 26-27
Psicanálise I – Freud e Anna Freud	31/08	30/08	Karsaklian, p. 28-33, 40-41; O Livro da Psicologia, p. 92-99, 111 (SOL), Ferreira 1 (SOL e http://tab.uol.com.br/inconsciente/)
Psicanálise II – Jung	31/08	30/08	Karsaklian, p. 28-33; O Livro da Psicologia, 102-107 (SOL), Ferreira 1 (SOL e http://tab.uol.com.br/inconsciente/)
Psicologia Humanista	5/09	6/09	Karsaklian, p. 33-38
Psicologia Cognitivista	12/09	8/09	Karsaklian, p. 27-28, 47-72, Castro (SOL)
Psicologia Evolucionista	14/09	13/09	Ferreira 2 (SOL e http://tab.uol.com.br/dna)

2) Façam uma pesquisa usando as referências do **plano de ensino** e outras que encontrarem na **internet**, respondendo a seguinte pergunta:

"Como a (uma das temáticas acima) entende o que nos motiva?"

3) Façam uma apresentação em power point, de até 30 minutos, contendo, no mínimo:
   a. A resposta a questão;
   b. Principais teóricos encontrados;
   c. As qualidades da teoria e a aplicabilidade hoje;
   d. Limitações da teoria;
   e. Explicar os objetivos de uma peça publicitária pelos argumentos da teoria;
   f. Referências bibliográficas (exceto Wikipédia).

   Tal esquema acima, inclusive, poderá ser utilizado para fazer o **roteiro dos slides**. Ou seja, com seis slides, se resolve!

4) **Critérios de avaliação**:
   a. 7 pontos pela pesquisa e apresentação
   b. 3 pontos uma autoavaliação do grupo sobre a participação dos componentes.

5) Entregar uma **versão impressa dos slides** (versão econômica) com o nome dos componentes do grupo.

6) **Alerta:** os conteúdos apresentados pelos grupos e acrescentados pelo professor SERÃO OBJETOS DE ESTUDO da primeira prova da disciplina.

Figure 8: Guidelines for the seminar of behavioral theories

Students are reminded that they take a course where the aesthetics is an integral part of the professional language and, therefore, they must present attractive and informative slides, as in a presentation to a customer. In fact, a good part of the groups makes elaborated presentations (Figure 9 and 10) and the strategy of separating the responsibility of classes for students brings three differentials in relation to traditional classroom given by the professor: the first, to make those who are presenting, the classes protagonists, responsible for content – which, in their majority, was taken seriously. The second is aesthetic, because the slides are much more beautiful and attractive. And the third is to reveal to the professor aspects of theories which, perhaps, had revealed previously and now realizes that are issues of interest, or that the professor believed to have an impact on the students and they are minimized by them.





Figures 9 and 10: Slides from presentation of a group at the seminar

The professor, after the presentation of a group, makes three movements: the first, praises the group, calls for an applause and asks how they felt producing the material. Then, reinforces some information that the group had, in order to warn others that those issues are fundamental, writing in a few keywords by the group and which helped to settle the theory. And, finally, the professor adds content which, perhaps, have remained outside the presentation.

In the end, the theoretical classes, which usually have, by students, a reputation of boring, end up being taught by the students themselves to their colleagues. However, it is known that such methodology, the seminars offered by the students, is not new and is something used with certain frequency. But it is required for that is the ultimate stage.

The motivational theories on the spot: a stroll around the square

Vigotsky will criticize the traditional methods of concepts studies. What we did previously would appear to be "more a study of the product than the process that leads to the product formation" (Vigotsky, 2000, p. 151). For the Russian psychologist, the word may not be exclusive, because the concept

> is linked to the sensorial material of whose perception and drawing it arises; the sensory material and the word are essential parts of the process of formation of concepts and the word, dissociated from this material, transfer

> the entire process from the definition of the concept to the purely verbal. (...) The essential even for the concept – its relationship with reality – remains without being studied. (Vigotsky, 2000, p. 152)

Therefore, it was necessary to bring the word to the square. Literally. It was proposed, then a second exercise, but now in smaller groups of up to four students. The work in group had the intention of exchanging ideas and consolidation of knowledge, ever more effective when in dialog, especially of often fluid concepts.

Thus, the task (Figures 11 and 12) now was to go to a square, observe someone consuming something and, hence, make an analysis of its significance from the conceptions, points of view, each theory of motivation. It would be necessary to consult their notes, chat with colleagues, recall the keywords, i.e., it was necessary to give meaning to the words before heard and/or read. And the main idea was consolidated that it is possible to look the same phenomenon with various looks and this would be a fundamental publicist's ability to think about the consumer.

The experiments were brought into the classroom, to retell the process, how they felt during the approach, the curious case of appropriation of the square and the forms of unusual or thoughtless consumption forms previously. In addition to a list of possibilities of the motivations that led to that public space.

ESTUDO DIRIGIDO 2

Curso: Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda				
Disciplina: Comportamento do Consumidor	**Período:** 6º	**Turno:** Manhã/Noite		
Aluno (a)s:				
Data: 20 e 21/09/2016	**Professor:** [redacted]		**Valor:** 10 pontos	**Nota:**

Instruções:

- *Façam um grupo de ATÉ quatro membros, ou faça individualmente.*
- *Consulte suas anotações, o livro base da disciplina, as apresentações dos colegas, os textos no Material Didático, vá à internet...*
- **Dia da entrega IMPRESSA: 27 e 28 de Setembro de 2016**

Instruções:

1) **Leiam todas as instruções ANTES** de começar o exercício

2) Vão a uma **praça pública** e **encontrem alguém em uma atividade de consumo**. Mas lembrem-se que o conceito de consumo é amplo: alguém sentando no banco ou fazendo uma caminhada está consumindo a estrutura da praça, a segurança pública, o design arquitetônico..., ou mesmo consumindo um produto físico, como na leitura de um livro ou um jornal, ou mesmo um picolé ou pipoca.

3) **Definam apenas UM item de consumo**. Exemplos: o livro, a caminhada, o descanso na praça, o picolé.... Anotem!

4) Abordem a pessoa, se apresentem como estudantes de comunicação, perguntem seu nome e profissão, e se poderiam **fazer uma pergunta**. Se ela/e concordar, pergunte apenas:
   "O que motiva você estar** (colocar a opção de consumo: exemplos: lendo/caminhando/sentado no banco) **neste momento?"
   Anotem a resposta o mais literal possível.

5) Peçam licença para **tirar uma fotografia dela/e na atividade de consumo**. Atenção: façam o possível para que **não seja uma foto posada**, e solicite que ela fique o mais natural possível, repetindo o momento como era ANTES de ser abordada/o por vocês. Agradeçam e façam uma despedida.

6) Façam um relatório como no exemplo a seguir:

ESTUDO DIRIGIDO 2

Curso: Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda
Disciplina: Comportamento do Consumidor **Período:** 6º **Turno:** Manhã/Noite
Aluno (a)s:
Data: 20 e 21/09/2016 **Professor:** [redacted] **Valor:** 10 pontos **Nota:**



Nome da pessoa: **José da Silva**
Profissão: **Administrador**
Ato de consumo: **Lendo um livro**

"O que motiva você estar __lendo___ neste momento?

Como vocês acreditam que cada escola que estudou as motivações comportamentais explicaria essa resposta? Mas não se baseiem apenas nas respostas, mas também na percepção de vocês de todo o contexto onde está inserida a atividade de consumo:

Behavioristas	
Psicanalistas	
Humanistas	
Cognitivistas	
Evolucionistas	

Figures 11 and 12: Guidelines for the seminar of behavioral theories

Students approached the simplest uses (Figure 13 to 15).







Figures 13, 14 and 15: Pictures of the Freedom Square/BH users in consumption

But certainly they found those who use for artistic and bodily activities, in a group or alone (Figures 16 to 18), and unusual situations, such as the couple that is going to take care of the dogs of others, in the impossibility of having them in their own home (Figure 19).






Figures 16, 17, 18 and 19: Pictures of the Freedom Square/BH users in consumption

In the same place where there are people who use the space to date (Figure 20), also a group encountered a couple who was there to end the relationship (Figure 21).




Figures 20 and 21: While a couple uses the square for dating, another uses to break up

The activity, therefore, yielded a series of experiences where the word, searched and placed to the colleagues, is heard by them, put to the test and the square, generating reports which served for the final moment.

In closing, the reports served to allow the professor to return to the themes, make comparisons, dialogue on consumption as something far beyond rather than a financial exchange, and recall that each theory contributes, in some way, not only for a speech on consumption, but also to understand a way of life. And that a communication professional can even choose one of these visions of the world, that motivates us, as his or her own. But, now he or she would know that there are other looks and they are not necessarily mistaken.

Finally, the professor asked the students to do more, to look at the world with the complacency and tolerance of the myriad of possibilities of what makes us move, what motivates us. One of them may be right, but we do not necessarily need to know. Only understand.

Conclusions

The main results were described throughout the document. This option is an attempt to give greater meaning and fluidity to the text, even to lead the reader to those moments of sharing and mediation of and with the professor.

There is still a result to be mentioned. The discipline has a moment, around half of its course, where the professor applies a multiple-choice test, similar to those applied by the National Exam of Assessment of Higher Education (ENADE). This type of assessment, in addition to fulfilling the determination of grades required by the school, also seeks to measure how much the class is going toward the knowledge acquisition. And also serves to train the student for this kind of exam, which will also be found in contests and examinations.

From a database of questions which enables to make different tests each semester, but that follows a certain uniformity, it allows to compare different classes. Worth 20 points, before the application of the activities described here, students never reached 50% of the grades. After the application, they have already reached the average required by the school. There was an increase of more than 25%. This test has a large participation of content about motivation, since it occupies a considerable portion of the first term, although is not exclusive to the exam. However, this statistic has little importance for this work, with qualitative nature. Even because upon dong a test brings other biases of interpretation which herein it is not possible to address. It is only an indicative, but not definitive.

In retrospect, upon systematizing the work done, some points to improve were realized.

The results of the reports could also have been systematized and brought to class for a new collective analysis. Although the professor has ratified that what mattered was the journey and not the final result, a collective correction, perhaps a group giving its opinion on the report on the other, it would be one more time for learning and strengthening the knowledge. In subsequent activities, it was requested to groups the performing of conceptual maps, results still to be measured.

A good part of the work was done by hand, which prevented from making a new tags cloud and, therefore, strengthen, once more, the keywords of each theory. The aesthetic and artistic quality of the photos also surprised and an exhibition could have been done in the *hall* of the school, making even more sociable the knowledge. As a suggestion for new works, an analysis of the students' discourse has the potential of new discoveries and pedagogical uses, at various times, both by analyzing the students and the consumers' discourse.

Vigotsky is systematically reference for the reasons described in this text, but can be summarized in the conception of thinking the student a social subject and, therefore, able to consider him or her the main agent of his or her own learning.

Within this concept, it is up to the professor the role of moderator and the instruments and pedagogical techniques of facilitators of this practice. However, this is not a simple task, before resistances of all orders, since the traditional school practices, some

institutionalized and leaving no autonomy to the educator, passing by the students' estrangement the professor's own natural reluctance, increasingly busy and without time to test innovations.

This work does not seek to be a closed manual on the application of the methodologies herein demonstrated, but an invitation to extrapolate the practice, first in the Consumer Behavior disciplines, but also in other themes that, perhaps, have openness to various theoretical approaches, in the hope of possible adaptations or just as inspiration.

Translated by Antonio Marcos Gonçalves dos Santos

Bibliographic references

Araújo, J. C. S. (2015) Fundamentos da metodologia de ensino ativa (1890-1931). *Anais 37ª Reunião Nacional da ANPEd.* Florianópolis: UNIUBE/UFU.

Bezerra, P. (2000). Prólogo do tradutor. In L. S. Vigotsky, *A construção do pensamento e da linguagem* (pp. VII-XIV). São Paulo: Martins Fontes.

Borges, T. S. & Alencar, G. (2014). Metodologias ativas na promoção da formação crítica do estudante: o uso das metodologias ativas como recurso didático na formação crítica do estudante do ensino superior. *Cairu em Revista, 3*(4), 119-143.

Burton, A. (1978). *Teorias operacionais da personalidade.* Rio de Janeiro: Imago.

Carniello, M. F. & Zulietti, L. F. (2015). Métodos pedagógicos em cursos de comunicação social: aplicação e formação de banco de casos. *Unopar Científica Ciências Humanas e Educação, 16*(4), 278-289. doi: 10.17921/2447-8733.2015v16n4p278-289

Cunha, P. F. (2016). Do direito à educação e da sua circunstância: reflexões sobre educação em democracia e seus obstáculos. *Revista Lusófona de Estudos Culturais/Lusophone Journal of Cultural Studies, 3*(2), 239-260.

Dewey, J. (2007). *Democracia e educação – capítulos essenciais.* São Paulo: Ática.

Dewey, J. (2011). *Experiência e educação.* Petrópolis: Vozes.

Diesel, A., Baldez, A. L. S. & Martins, S. N. (2017). Os princípios das metodologias ativas de ensino: uma abordagem teórica. *Thema, 14*(1), 268-288. doi: 10.15536/thema.14.2017.268-288.404

Ferrière, A. (1928). *Transformemos a escola. Apelo aos pais e às autoridades.* Paris: Livraria Francesa e Estrangeira.

Freinet, C. (2001). Para uma escola do povo. São Paulo: Martins Fontes, SP.

Freire, P. (2015). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Karsaklian, E. (2008). *Comportamento do consumidor.* São Paulo: Atlas.

Kotler, P. (1980). *Marketing.* São Paulo: Atlas.

Medistsch, E. (2004). A formação para a praxis profissional do jornalista: uma experiência brasileira inspirada em Paulo Freire. *Comunicação e Sociedade*, *5*(1), 25-38. doi: 10.17231/comsoc.5(2004).1243

Meier, M. & Garcia, S. (2007). *Mediação da aprendizagem: contribuições de Feuerstein e de Vygotsky.* Curitiba: Edição do Autor.

Montessori, M. T. A. (1965). *Pedagogia científica: a descoberta da criança.* São Paulo: Editora Flamboyant.

Oliveira, K. K. F. & Pôrto, C. M. V., (2014). Comunicação entre acadêmicos surdos e ouvintes na mediação da aprendizagem no ensino superior. *Cadernos de Terapia Ocupacional da UFSCar*, *22*(2), 335-345. doi: 10.4322/cto.2014.055

Piaget, J. (1998). *Psicologia e pedagogia: a resposta do grande psicólogo aos problemas do ensino*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Pinto, M. R. & Lara, J. E. (2008). O que se publica sobre comportamento do consumidor no Brasil, afinal? *Revista da Administração UFSM, 1*(1), 85-100. doi: 10.5937/2177-6652/2017.v17i2.1146

Sant'anna, A., Rocha Júnior, I. & Garcia, L. F. D. (2016). *Propaganda: teoria, técnica e prática*. São Paulo: Cengage Learning.

Sawrey, J. M. & Telford, C. W. (1973). *Psicologia educacional.* Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico.

Strocchi, M. C. (2007). *Psicologia da comunicação: manual para o estudo da linguagem publicitária e das técnicas de venda.* São Paulo: Paulus.

Teixeira, A. (2007). *Educação não é privilégio*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Tonon, R. (2011). O que nos motiva? *Galileu, 239*, 35-43. Retrieved from http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI236569-17773,00-O+QUE+NOS+MOTIVA.html

Trigo, I. M. F. (2016). O curso de artes visuais do PARFOR-UNEB: breves notas sobre a importância das políticas educativas participativas. *Revista Lusófona de Estudos Culturais/Lusophone Journal of Cultural Studies, 3*(2), 283-296.

Vigotsky, L. S. (2000). *A construção do pensamento e da linguagem.* São Paulo: Martins Fontes.

Vigotsky, L. S. (2001). *Psicologia pedagógica.* São Paulo: Martins Fontes.

Werlang, R.B., Machado, F.O., Shihadeh, H.L. & da Motta, L.F. (2012). Análise da inserção da teoria sociointeracionista em atividades de laboratório de física básica em um curso de geofísica. *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, *29*(2), 246-266. doi: 10.5007/2015-7941

Other references

Lions Gate Entertainment (2007), *Mad Men* – Episódio 1. DVD, Universal Pictures, Mad Men Season 1-6

Biographical note

Claudio Marcio Magalhães is a professor and advisor of the Graduate Program in Social Management, Education and Local Development and the Institute of Communication and Arts at Centro Universitário Una. He ministers disciplines such as Use of Technology in Education and Social Management, Methodology and Consumer Behavior and, in addition to these areas, he is dedicated to the study of media and childhood,

being the author of *Programas infantis da TV: teoria e prática para entender a televisão feita para as crianças.[Children's TV programs: theory and practice in order to understand the tv made for children.]* Journalist, master's degree in Social Communication, PhD in education, by the Federal University of Minas Gerais.

E-mail: claudiomagalhaes@uol.com.br

Address: Rua Wilson Modesto Ribeiro, 155/1005 – Ipiranga – Belo Horizonte – MG – 31.16-430 – Brazil

*** Submitted: 24.08.2017**

*** Accepted: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 391 – 408
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2923

Pesquisando *co-viewing* em redes sociais e aplicativos de mensagem instantânea: ética e desafios

Fernanda Pires de Sá

Resumo

Este artigo discute as preocupações e os desafios éticos que devem ser considerados durante o estudo da prática de covisualização (televisão social) dos conteúdos audivisuais nas mídias sociais e aplicativos de mensagens instantâneas. As práticas de covisualização se referem às atividades interconectadas que ocorrem enquanto os espectadores se sentam juntos em frente a um aparelho de TV, observando e construindo sentido a partir do conteúdo televisivo. Plataformas conectadas ampliam as possibilidades de covisualização, permitindo que as pessoas experimentem uma copresença digital. Neste estudo, os usuários que participaram em atividades de covisualização conectada em grupos não oficiais, do Facebook e do WhatsApp, dedicados à telenovela brasileira *Babilônia* (exibida em 2015), são usados para exemplificar a necessidade de estabelecer um consentimento informado ao realizar pesquisas *online* e evitar danos aos participantes. A pesquisa demonstra que uma tomada de decisão ética em relação aos dados e aos pontos de vista dos usuários estudados deve ser considerada e avaliada nos estágios iniciais e ao longo de cada etapa do estudo.

Palavras-chave
Consentimento informado; covisualização; estudo de caso; métodos digitais; plataformas conectadas

Abstract

This article discusses the ethical concerns and challenges that should be considered while studying the practice of co-viewing on social media and instant messaging applications. Co-viewing practices refer to the intertwined activities that happen while viewers sit together in front of a TV set, watching and making meaning from television content. Connected platforms amplify the possibilities for co-viewing, by allowing people to experience a digital co-presence. Users that engaged in connected co-viewing in unofficial Facebook and WhatsApp groups dedicated to the brazilian telenovela *Babilônia* (airing in 2015) are used to exemplify the need to establish informed consent and avoid harming the participants when carrying out research online. The research reveals that ethical decision-making with respect to users' data and viewpoints had to be considered, not only at the beginning stages of research, but assessed and considered throughout each step of the study.

Keywords
Case study; connected platforms; co-viewing; digital methods; informed consent

Introdução

Pesquisar na internet e em plataformas conectadas se faz necessário, já que os meios ambientes digitais fazem parte do nosso cotidiano. Realizar pesquisas sobre esses espaços pode envolver tanto vantagens quanto desvantagens. Como muitos autores já apontaram, realizar pesquisas *online* pode ser menos custoso e consumir menos tempo do que a pesquisa em ambientes não digitais. No entanto, quando nos engajamos em uma pesquisa que envolve ou é feita através de plataformas conectadas, o *design* da pesquisa pode ser obrigado a passar por um processo de evolução contínua, uma vez que os espaços digitais estão sempre sendo alterados.

Este estudo de caso, realizado em dois grupos fechados do Facebook e um grupo do WhatsApp dedicado a covisualizar a telenovela brasileira *Babilônia* (que foi ao ar de março a agosto de 2015 na Rede Globo) evidencia a evolução no planejamento da pesquisa. O objetivo do estudo foi compreender como as práticas de covisualização (ver televisão conjuntamente) são reformuladas e moldadas tanto por plataformas digitais quanto pelas práticas e experiências dos usuários nesses espaços. Durante esta pesquisa, foi necessário adaptar continuamente o desenho metodológico devido aos dados empíricos encontrados no trabalho de campo, às questões impostas pelas interfaces onde a pesquisa ocorreu (Facebook e WhatsApp) e por contas das atividades de covisualização realizada pelos usuários. Embora os grupos estudados seguissem um gênero televisivo que tem uma base estável para o consumo, o fenômeno da covisualização conectada (também conhecido como televisão social) em *sites* de redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas era relativamente novo, portanto, tinha um grau de eventos inesperados. Isso se deve ao fenômeno estudado, que não fazia parte de um ambiente controlado. Os grupos do Facebook estavam em processo de formação e a telenovela vista pelos usuários substituiu uma telenovela anterior (telenovelas ficam em média seis meses no ar). Outro evento inesperado durante a pesquisa foi a formação de um grupo do WhatsApp dentro de um dos grupos do Facebook. Isso levou a investigar a covisualização também dentro desse espaço, o que gerou novas intuições e conhecimento.

A pesquisa, quando é feita *online*, pode envolver preocupações éticas significativas, especialmente para pesquisadores da vertente qualitativa, visto que o pesquisador deve ser sensível, pois o ambiente *online* pode afetar o contexto *offline* em que os participantes vivem e isso pode prejudicá-los (Eynon, Fry & Schroeder, 2008). A internet também é um ambiente onde novos fenômenos e características técnicas são constantemente introduzidas e é necessário estar ciente dos riscos potenciais para os participantes. Por exemplo, observou-se que os usuários dos grupos estudados coletavam, compartilhavam e salvavam arquivos e *links* com o conteúdo da telenovela e sua trilha sonora sem as devidas permissões de direitos autorais. Algumas dessas atividades são ilegais e podem afetar a vida dos participantes.

A natureza mutável do problema de pesquisa demandou uma metodologia de estudo de caso que seguisse uma abordagem etnográfica. O objetivo geral do estudo exigiu o que Stake (2005) chamou de estudos de casos instrumentais, já que grupos particulares foram examinados, principalmente, para fornecer uma visão sobre uma questão,

neste caso, uma visão sobre as práticas de *covisualização conectada* de um tipo de gênero televisivo – a telenovela do horário nobre brasileiro.

Conforme será demonstrado nas seções a seguir, os resultados desse projeto de pesquisa adaptativo e evolutivo são produtos de técnicas flexíveis para interagir com os participantes e trabalhar dentro do ambiente fluido das plataformas de redes sociais.

Co-viewing e telenovelas brasileiras em espaços conectados

Os estudos de covisionamento originaram-se no campo da Psicologia na década de 1970 (Ball, Bogatz, Creech, Ellsworth & Landes, 1970), quando os estudos começaram a reconhecer a importância de pares no momento de construir sentido, enquanto realizavam atividades de visualização televisiva.

Os estudos de covisualização, da mesma forma que os estudos culturais, deixaram para trás abordagens tradicionais que tendiam a ver o público como passivo ou simplesmente a não incluí-lo como tópico relevante para investigação. Desde o início, os estudos de covisionamento apontaram que assistir televisão sempre foi uma atividade social complexa, pois gera várias formas de engajamento social entre pares (McDonald, 1986). Antes do uso generalizado de dispositivos e de plataformas conectadas, o engajamento em torno da televisão era limitado ao aparelho de TV. Deste modo, o engajamento com a televisão tinha como característica a efemeridade, por não ser facilmente rastreável, já que as atividades do espectador se materializavam pessoal e físicamente.

Holt e Sanson (2014) denominaram o complexo contexto atual de mídias de *visualização conectada*, a qual "refere-se especificamente a uma experiência de entretenimento multiplataforma que se relaciona a uma tendência geral das indústrias de mídia que tentam integrar tecnologia digital e comunicação em redes sociais com práticas midiáticas massivas tradicionais" (Holt & Sanson, 2014, p. 1). Covisionamento na era conectada pode acontecer de várias maneiras, ou seja, com pessoas fisicamente sozinhas, mas na companhia de outros pares *online*, ambas acompanhadas de pares *offline* e *online* ou da maneira tradicional, em que as pessoas se sentam e covisualizam juntas conteúdos audiovisuais. Além disso, a covisualização em plataformas conectadas pode deixar rastros no formato de dados, já que esses espaços digitais são baseados em conteúdo gerado pelo usuário. Agora, no entanto, a covisualização pode se materializar na frente de um aparelho de TV ou usando outros tipos de dispositivos de tela e redes sociais, que não estavam disponíveis nos primeiros anos da Internet.

Em ambos os ambientes, tradicionais e conectados, a covisualização permite a criação de significado ao compartilhar-se opiniões e interações durante a visualização. Deste modo, as características de um programa covisualizado desempenham um papel importante para que tais práticas ocorram. O tipo de conteúdo midiático que é covisualizado pode desencadear diferentes práticas relacionadas à geração de sentido, assim como à eleição do tipo de companhia que se pretende ter, ao visualizar dito conteúdo. O estudo de Dezfuli, Khalilbeigi, Mühlhuser e Geerts (2011), sobre as relações interpessoais em torno da TV, demonstrou que assim como na covisualização tradicional, presencial,

os usuários que covisualizam *online* podem classificar seus círculos sociais para selecionar com quem desejam interagir. Isso depende do momento, da situação e do gênero do programa televisivo. Harris e Cook (2010) acrescentam que o prazer relacionado a um produto midiático pode ser mediado por diferentes preferências de gênero ou pela companhia que um televidente possa ter em uma dada situação. Isso pode levar uma pessoa a gostar muito do conteúdo ou a se sentir bastante angustiada em relação a ele. A presença de outras pessoas no momento do visionamento pode ser umas das razões.

O foco deste estudo se concentrou em um contexto local e específico de práticas de covisionamento dentro de grupos não oficiais do Facebook e WhatsApp relacionadas à telenovela do horário nobre brasileiro. Esse formato televisivo único é central para a observação de práticas de covisualização, pois inclui questões sociais e políticas em seu enredo, questões estas que vão além do aparelho de televisão (Atencio, 2014; Lopes, 2012; Pires de Sá, 2017; Pires de Sá & Roig 2016). As telenovelas brasileiras foram consideradas durante décadas um ritual, através do qual as pessoas se reuniam diariamente ao redor da televisão para assiti-las. Com as redes sociais esse ritual está sofrendo um processo de transformação, já que passa a ser mais visível através do uso de diferentes tipos de materialidades digitais. A telenovela que foi covisualizada e serviu de base para este estudo chama-se *Babilônia*. *Babilônia* apresentou questões sociais muito delicadas, como homossexualidade feminina entre idosas, corrupção política, entre outros temas. O enredo polêmico de *Babilôni*a levou a discussões na arena política e estabeleceu debates em múltiplos canais de mídia. Todos esses assuntos controversos fizeram parte das práticas de covisualização conectada. Neste estudo, foi possível ver como a covisualização conectada é uma prática que também se estende aos telespectadores da telenovela brasileira e, ao estudar esse fenômeno, pesquisadores precisam ter cuidado para não expor as atividades de covisualização *online* destas pesssoas e, portanto, evitar possíveis danos a elas.

A seleção da plataforma do Facebook

O estudo foi inicialmente planejado para ser realizado em grupos do Facebook, especificamente em grupos dedicados à telenovela. Isso foi decidido após vários meses de observação dos grupos criados para acompanhar a telenovela Império (que foi ao ar de julho de 2014 a março de 2015) – antecessora da telenovela covisualizada neste estudo – e detectar o interesse dos usuários em novos grupos dedicados à *Babilônia*, antes mesmo de a telenovela ir ao ar. Essa decisão também foi inspirada por um estudo no Facebook desenvolvido por Lopes (2012), que preparou o terreno para investigar atividades relacionadas à telenovela dentro de grupos criados por usuários, em vez de estudar apenas espaços oficiais ou sancionados pela rede de televisão. De um modo geral, os trabalhos de Lopes proporcionaram uma perspectiva diferente aos estudos de recepção no Brasil e consolidaram a tradição de estudar telenovelas. A autora demonstrou que a telenovela faz parte da cultura brasileira e é um repertório compartilhado (Lopes, 2009), que representou o processo de industrialização do país (Lopes, 2000). A

telenovela continua sendo um gênero de TV que ainda representa um ponto de encontro entre a cultura popular, a vida cotidiana, as questões sociais, a política e as indústrias de mídia. Lopes (2000), baseada na Teoria da Mediação de Martín-Barbero (1987) e na teoria de Múltiplas Mediações de Orozco (1993), implementou uma ferramenta teórico-analítica baseada no marco teórico das Mediações para superar as abordagens dominantes dos estudos de comunicação: a abordagem determinista baseada no modelo de Lasswell e de Shannon e, a abordagem da Escola de Frankfurt. A autora supera esses dualismos explorando, empiricamente, as formas multidimensionais de mediação no processo de recepção de uma telenovela. Os trabalhos de Lopes (2000) e Lopes, Borelli e Resende (2002) podem ser considerados inovadores, uma vez que exploraram as experiências de visionamento de quatro famílias de diferentes classes sociais. Os estudos observaram onde as mediações poderiam ocorrer, estabelecendo categorias de análise: cotidiano familiar, subjetividade, gênero e vídeo-técnica. Esta abordagem permitiu olhar para a recepção através de diferentes lentes, ressaltando o papel do poder e do discurso. Os trabalhos inovadores dessas pesquisadoras brasileiras validaram uma perspectiva metodológica multidisciplinar para estudar o processo de recepção da telenovela, usando diferentes técnicas qualitativas (não se limitando apenas à análise de conteúdo), e trouxeram o empirismo para o marco teórico latino-americano das mediações. Além disso, essa pesquisa de referência facilitou outros estudos por outros pesquisadores que utilizaram uma abordagem interdisciplinar e empírica para investigar o fenômeno da recepção. Portanto, pode considerar-se um passo à frente nos estudos brasileiros de recepção, particularmente na maneira de realizar um trabalho empírico de forma sistemática. Lopes (2014) também já havia indicado sobre a necessidade de se refletir a respeito da importância da tecnologia nos estudos de recepção e de ampliar o estatuto, tanto de teorias quanto de aspectos metodológicos das pesquisas no campo da comunicação. Com o objetivo de ampliar esse enfoque multidisciplinar e seguir a indicação da autora, estudei a covisualização em seu formato conectado. Esta pesquisa também teve como objetivo ampliar os poucos estudos recentes desenvolvidos pela equipe brasileira, liderada por Lopes, a qual faz parte do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva. Estes estudos buscaram compreender, sob o ponto de vista dos usuários, as atividades de visualização em plataformas conectadas, obras que são discutidas em um estudo relacionado (Pires de Sá, 2017).

A decisão de desenvolver este estudo usando o Facebook era atraente, porque o Facebook, na época, era a rede social mais utilizada no Brasil (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2015). Por um lado, isso possibilitou observar como a prática de assistir televisão conjuntamente foi transferida e de algum modo transformada pelo uso de redes sociais e outras tecnologias de informação. Por outro lado, isso também foi uma decisão mais árdua, visto que o Facebook utiliza uma interface de programação de aplicativos (API, em inglês) que impõe diversas restrições para extrair dados. Uma API é:

> (...) uma interface fornecida por um aplicativo que permite aos usuários interagir ou responder às solicitações de dados ou serviços de outro

> programa, outros aplicativos e sites. As API facilitam a troca de dados entre aplicativos, permitem a criação de novos aplicativos e formam a base para o conceito da 'Web como uma plataforma' ... programadores podem usar a técnica de raspagem de dados chamada *screen scraping*, uma técnica que extrai informação de qualquer tipo e de qualquer página na internet. (Murugesan, 2007, pp. 36-37)

Em comparação, o Twitter teria sido uma rede social mais fácil de estudar e pesquisar, já que a maioria dos dados desta rede social está disponível ao público, é facilmente recuperável, além de ser uma plataforma frequentemente utilizada por pesquisadores (Moe, Poell &Van Dijck, 2016). No entanto, não oferece a possibilidade de analisar as atividades de covisionamento em grupo, da mesma maneira que o Facebook. Como eu pretendia realizar uma observação participante para entender melhor as práticas dos usuários, em vez de apenas revisar o conteúdo que eles produziam, esta investigação exigiu utilizar a metodologia de estudo de caso. Para isso, o consentimento informado dos usuários foi obtido e as diretrizes éticas recomendadas pelo Comitê de Trabalho de Ética da Associação de Pesquisadores da Internet (AOIR, seu acrônimo em inglês) foi seguido (Markham & Buchanan, 2012).

A metodologia do estudo de caso

A justificativa para a seleção do estudo de caso como metodologia aplicada tem origem no fenômeno que se decidiu estudar, no qual o contexto não podia ser controlado. Um estudo de caso possibilita observar uma questão através de diversos e variados ângulos e ajuda a alcançar uma compreensão mais equilibrada e profunda do objeto de pesquisa. Também é uma metodologia apropriada a se utilizar quando o pesquisador tem pouco ou nenhum controle sobre os eventos que estão sob investigação (Yin, 2003).

Flyvbjerg (2006) aponta que um estudo de caso fornece ao pesquisador uma proximidade das situações da vida real, portanto facilita a compreensão de um fenômeno social. Numerosas circunstâncias e pormenores surgem durante o processo de pesquisa e dependem do contexto onde ela é desenvolvida (Flyvbjerg, 2006), incluindo a tomada de decisões éticas. Isso significa que o estudo de caso produz um conhecimento experiencial, pois os objetos e participantes podem ser complexos e delimitados por seus contextos e circunstâncias do estudo (Stake, 2005; Thomas, 2015). Apesar de suas divergências relacionadas aos paradigmas científicos, Yin (2003), Stake (2005), Flyvbjerg (2006), Thomas (2015) e outros afirmam que um dos principais pontos fortes dessa metodologia é que ela permite o uso de várias fontes de informação e a aplicação de múltiplas técnicas para entender o objeto de estudo. Esta triangulação de métodos permite que o estudo de caso obtenha mais credibilidade, pois durante o período de estudo as descrições e interpretações não são feitas em um único momento. Em vez disso, decisões e passos são dados em várias etapas e momentos da pesquisa. Portanto, o estudo de caso leva o pesquisador a um processo de constante reflexão.

Além disso, a triangulação de métodos permite uma melhor compreensão da situação em que o caso está inserido. Nos casos estudados nesta pesquisa, a metodologia e os vários métodos utilizados tiveram a influência da etnografia em termos tanto instrumentais, como relacionais. Os termos instrumentais dizem respeito aos métodos *online* que Kozinets (2002, 2010) chamou de "netnografia" (adaptada da etnografia). Estes métodos funcionaram como ferramentas de pesquisa para explorar grupos que existem em plataformas digitais como o Facebook e WhatsApp. Os termos relacionais auxiliaram a compreender as complexidades das atividades dos usuários, complexidades devidas à interconexão destas práticas.

Além do mais, ao utilizar a metodologia de estudo de caso, o pesquisador obtém um olhar mais atento às atividades do caso investigado e, também por isso, alcança uma proximidade maior e uma melhor compreensão do objeto estudado. Portanto, isso também permite que o pesquisador receba um *feedback* constante dos participantes do estudo (Flyvbjerg, 2006).

Ao utilizar a metodologia de estudo de caso, pude passar por esse processo de reavaliação, o que me permitiu observar se minhas proposições eram coerentes ou se deveriam ser melhor analisadas ou até revisadas. Como os casos estudados não seguiram o modelo dedutivo, e meu enfoque estava mais próximo do paradigma fenomenológico, foi possível acompanhar este processo de reavaliação ao longo das distintas fases do estudo e realizar as adaptações adequadamente. É importante ressaltar que comecei o estudo com ideias e objetivos preconcebidos que precisaram ser ajustados durante o processo de coleta de dados. Por exemplo, a hipótese de trabalho – de que os espaços não oficiais dentro de redes sociais são locais onde os usuários podem escapar da vigilânicia direta dos produtores televisivos e sentem-se à vontade para executar práticas de visualização que não aconteceriam em outros espaços ou situações – provou-se correta durante a pesquisa. No entanto, as expectativas iniciais de encontrar diversos usuários criando *mashups*, vídeos e memes como parte dessas atividades não foram completamente correspondidas. Os usuários não criavam este tipo de conteúdo, embora o compartilhassem durante a veiculação da telenovela. Ao dialogar com usuários em conversas informais e também durante as entrevistas, eles afirmaram criar conteúdo. Contudo, o modo como entendiam o que é produção de conteúdo era diferente da minha concepção inicial. O simples ato de opinar ou compartilhar qualquer conteúdo da telenovela era visto pelos usuários como um ato de produção de conteúdo. A descoberta de que a produção de conteúdo não precisava ser sofisticada, como é o caso dos *mashups* ou de vídeos, para ser uma produção de conteúdo, exigiu que eu adaptasse as perguntas e os objetivos de investigação.

Estas mudanças só puderam ser feitas pelo contato mais próximo que tive com os usuários, bem como com suas práticas e com o contexto onde ocorreram as práticas de covisualização. Assim, o estudo de caso me ajudou a entender melhor o fenômeno que estava sendo estudado e a contrastá-lo com concepções prévias.

Neste estudo, a triangulação de métodos foi utilizada, a fim de obter uma maior compreensão sobre os fenômenos de covisualização, e recorreu-se a: observação

participante, entrevistas semi-estruturadas e um questionário qualitativo. Essa triangulação permitiu uma análise profunda das práticas de visualização dos grupos selecionados (dois grupos não oficiais do Facebook e um grupo do WhatsApp). A análise aprofundada foi possível graças à aplicabilidade às questões reais e contemporâneas que a metodologia do estudo de caso permite, quando se estuda um fenômeno em andamento, como é o caso da covisualização através de plataformas conectadas.

Seleção dos casos estudados

Como a covisualização acontece quando o conteúdo de mídia está sendo visualizado, uma das decisões metodológicas tomadas foi examinar as práticas ao mesmo tempo em que elas estavam acontecendo. Por isso, a telenovela selecionada para estudar a covisualização foi a *Babilônia*, já que, após o início do projeto, esta era a próxima telenovela a ir ao ar, no horário nobre da Rede Globo.

Por conta dos objetivos deste estudo, optei por focar a atenção nos grupos não oficiais do Facebook e nas atividades realizadas dentro deles, em vez de pesquisar espaços "oficiais" mediados pela rede de televisão, onde seria difícil ver práticas que poderiam ser consideradas ilegais, como a troca de arquivos. Além disso, o objetivo era observar as atividades das pessoas, e não uma idéia construída e predeterminada pelas instituições de uma audiência ou fã (Ang, 1991) ou moldada pelo canal de televisão. Eu também preferi me concentrar em espaços não oficiais, não por eles serem espaços mais representativos de registros das experiências de covisualização, mas porque são lugares ideais para observar e participar nas práticas de covisualização sem interferência ou vigilância possíveis da rede de televisão. Deve notar-se, no entanto, que esses grupos não eram espaços abertos ideais para o livre debate, pois havia formas de moderação e até censura por parte dos proprietários e administradores dos grupos, bem como pela filtragem de algoritmos que o Facebook utiliza para destacar algumas publicações (Araújo & Pires de Sá, 2016), além de haver outras restrições diretas e indiretas impostas pelas plataformas (Pires de Sá, Araújo & Roig, 2017).

Embora os grupos usassem plataformas que fazem parte de uma corporação privada como o Facebook, que também é dona do Whatsapp, os usuários percebiam que estes eram locais mais apropriados para desenvolver certas práticas. Por isso, foi possível observar as práticas de troca de arquivos e compartilhamento de conteúdo, debates sobre a função da telenovela, sobre suas características técnicas e sobre o modo como este gênero representa a realidade.

Os três grupos estudados foram selecionados de formas diferentes. No entanto, para esta pesquisa, segui a lógica dos casos coletivos instrumentais que foi definida por Stake (2005). Eu usei casos coletivos instrumentais para obter uma melhor compreensão do fenômeno de covisualização conectada. Stake (2005) difunde o uso de um estudo de caso instrumental quando "um caso particular é examinado principalmente para proporcionar informações sobre um assunto ou reformular uma generalização. O caso é de interesse secundário, desempenha um papel de apoio e facilita nossa compreensão

de algo mais" (Stake, 2005, p. 445). Nesta pesquisa, eu estava interessada em entender as práticas de covisualização conectada e as de conteúdo gerado pelo usuário (CGU) relacionadas a um determinado tipo de programa de TV (a telenovela no horário nobre brasileiro). Para atingir esse objetivo, os grupos de *Babilônia* foram estudados em profundidade, seguindo a afirmação de Stake (2005) de que ainda que o caso seja de interesse secundário, "o caso é analisado em profundidade, os contextos são analisados e as atividades ordinárias são descritas detalhadamente, mas tudo isso é feito porque nos ajuda a alcançar um interesse externo" (Stake, 2005, p. 445).

Vários grupos do Facebook dedicados a seguir *Babilônia* foram criados antes mesmo de *Babilônia* começar a ir ao ar. Estes grupos começaram a se formar mais de um mês antes do final da telenovela anterior (*Império*). Isso ocorreu quando a Rede Globo começou a divulgar a sinopse e exibiu alguns *teasers* durante os intervalos de sua programação. Dentro dos grupos existentes de *Império*, criadores e administradores dos novos grupos de Babilônia convidaram os usuários a participar, o que assegurou que haveria grupos para estudar as práticas de covisualização e as de CGU relacionadas a este gênero de televisão. Um mês antes da data de lançamento da *Babilônia* (seu primeiro episódio foi ao ar no dia 16 de março de 2015) existiam cerca de 10 grupos ativos.

Para selecionar os casos dentro desta população de grupos de *Babilônia*, a lógica da amostragem intencional foi aplicada ao selecionar os dois grupos mais ativos, levando-se em consideração os grupos nos quais as pessoas postavam e comentavam com mais frequência. Isso foi feito porque em grupos onde houvesse menos interações, possivelmente, não ocorreriam atividades de covisualização da mesma forma que em grupos ativos. Como Rubin e Babbie (2016) apontam, a amostragem intencional é uma técnica na qual os casos são escolhidos a dedo por terem certos atributos ou por realizarem práticas representativas a um grupo específico que seja relevante para o estudo. Portando, a amostragem intencional foi baseada na intenção de participar em espaços onde as práticas de covisualização fossem se materializar devido à atividade dos usuários participantes. O grupo do WhatsApp, por outro lado, não foi selecionado intencionalmente. Em um dos grupos estudados, foi criado um subgrupo do Whatsapp, no qual os usuários eram convidados a participar, deixando o seu número de telefone em um comentário. Como era do meu próprio interesse observar a covisualização de forma conectada, também forneci meu número de telefone. Em vista disso, a seleção do grupo do WhatsApp se enquadra ao tipo de amostragem em bola de neve que é frequentemente empregada para tentar "obter informações e acessar 'populações ocultas'" (Noy, 2008, p. 330).

Consentimento informado e preocupações éticas

Esta pesquisa foi realizada dentro das micro-ecologias do Facebook (dois grupos não oficiais e fechados) e WhatsApp (um grupo), duas plataformas que estão sempre adicionando ou alterando seus recursos. São espaços digitais que podem ter áreas nebulosas no momento de ter que realizar uma tomada de decisão ética. A fim de superar estas áreas nebulosas durante o processo de investigação, as diretrizes sugeridas pela AOIR foram seguidas. Estas diretrizes indicam que uma abordagem indutiva é uma das

maneiras mais adequadas de evitar danos aos participantes da pesquisa e superar sua possível vulnerabilidade (Markham & Buchanan, 2012).

Neste estudo, a abordagem indutiva foi baseada em vários aspectos, mas sempre foi considerado que o dano aos participantes pode ser determinado contextualmente. Por esta razão, as decisões éticas foram tomadas de acordo com cada situação apresentada durante o processo de investigação, ao invés de serem realizadas de maneira universal (Markham & Buchanan, 2012; Nissenbaum, 2010). No WhatsApp, por exemplo, os usuários são obrigados a expor o seu número de telefone para poder usar os serviços e conectar-se com os seus pares. Isto pode ser percebido pelos usuários como um canal muito particular de comunicação. No Facebook, os usuários precisam registrar seus metadados (nome, sexo etc.) para ter acesso aos serviços. Em ambos os casos, a percepção de privacidade não é absolutamente evidente. Ao contrário, como já mencionado por Nissenbaum (2010), as expectativas dos participantes e o consenso sobre o que se entende por privacidade desempenham um papel importante em pesquisas na internet. Pesquisadores não devem ignorar a percepção de privacidade dos participantes, especialmente nos casos em que os usuários podem não estar cientes das configurações de privacidade e de dados, conforme fora levantado durante este estudo. Os usuários de plataformas digitais realizam muitas atividades *online* por dia e, no entanto, não sabem muito sobre os regulamentos de dados (Madejski, Johnson & Bellovin, 2011). Ao conversar com os participantes sobre este tema, muitos afirmaram apenas pressionar o botão e concordar sem ler os termos e condições e os acordos de licença de utilização que, geralmente, são exibidos ao criar um perfil nas redes sociais ou ao atualizar aplicativos.

Isso significa que, dependendo das circunstâncias, os resultados da pesquisa podem indignar os participantes (Reilly & Trevisan, 2016), por isso, os pesquisadores devem ir além da adesão à definição de privacidade dada pela plataforma. De tal modo que o consentimento informado deva ser sempre uma questão a ser lembrada antes de se iniciar uma pesquisa em plataformas conectadas, pois os contextos *online* e *offline* estão geralmente interligados. Logo, durante as diferentes fases desta pesquisa, observou-se que qualquer tomada de decisão em espaços digitais envolve dados que podem revelar informações pessoais e delicadas de indivíduos (Markham & Buchanan, 2012) e, em alguns casos, causar-lhes ansiedade (Pink, Lanzeni & Horst, 2018).

Existem debates sobre o facto de o Facebook ser ou não ser um espaço público. Seguindo esses debates, Reilly e Trevisan (2016) analisaram os Termos e Condições e, com base nas configurações de privacidade, salientaram que o Facebook pode ser um espaço público e privado ou até mesmo um espaço semi-público. No caso de espaços digitais como os grupos do Facebook, as configurações são públicas, fechadas ou secretas. Os grupos estudados tinham o *status* de fechado, no qual apenas os membros podem postar e ver os *posts* um do outro. Portanto, os grupos estudados foram considerados espaços semi-públicos e o consentimento informado era uma questão importante que foi levada em conta.

Após selecionar os estudos de caso e antes de iniciar o processo de coleta de dados, uma página foi criada no Facebook. Isso foi feito para fornecer informações sobre

as diferentes etapas e notícias relacionadas ao projeto de pesquisa, bem como para informar aos possíveis participantes sobre os objetivos gerais do estudo e atuar como um canal aberto para a comunicação. Além disso, como assinala Hine (2008), é importante que os pesquisadores *online* tenham páginas informativas na *web* para que os informantes possam verificar a identidade e as afiliações dos pesquisadores e legitimá-los como acadêmicos, quando realizarem um estudo de etnografia virtual. Por essa razão, incluí nesta página do Facebook, uma ligação que direcionava ao *site* da universidade à qual sou afiliada. Esta ligação incluía uma descrição do meu grupo de pesquisa e seus membros.

A escolha do Facebook como plataforma de hospedagem desta página foi baseada na ideia de que os usuários estudados estariam utilizando a mesma rede social que usam normalmente para acessar os grupos, agilizando dessa forma o acesso à página, já que eles estariam conectados ao Facebook.

Esta página também foi uma ferramenta que ajudou a obter o consentimento informado dos proprietários dos grupos, administradores e dos usuários estudados. Isso possibilitou deixar claro os objetivos do estudo e explicar aos participantes que sua colaboração era voluntária e não obrigatória (Estadella & Ardevol, 2007; Hine, 2008; Miller & Boulton, 2007).

Primeiramente, os proprietários e administradores do grupo foram contatados através do meu perfil pessoal do Facebook para receber informações pertinentes sobre a forma como eu pretendia desenvolver este projeto de pesquisa. A decisão de usar o meu perfil real do Facebook enquanto participava dos grupos, ou conversava com os usuários, foi tomada com a intenção de transmitir confiança. Consequentemente, isso possibilitou a criação de laços sólidos com os usuários enquanto participava nas práticas dos grupos, pois eles viam a pesquisadora como uma pessoa real. A página do Facebook foi fundamental para estabelecer esse contato e apresentar o estudo.

Em segundo lugar, após entrar em acordo com proprietários e administradores dos grupos, várias postagens foram feitas dentro dos mesmos para engajar os participantes. Essas postagens explicavam que eu participaria nos grupos, ao mesmo tempo que estudaria as atividades dos usuários e reuniria seus dados. Sempre que necessário, resolvia as dúvidas dos usuários, por meio de comentários e durante conversas realizadas pelo Facebook Messenger ou WhatsApp. Os usuários também foram encorajados a falar abertamente caso não quisessem que suas informações fossem utilizadas, algo que ocorreu com dois participantes.

Lidar com as preocupações em relação ao anonimato dos dados também ajudou a obter o consentimento informado. Foi declarado explicitamente aos informantes que suas informações pessoais não seriam reveladas. Isso foi dito e reiterado durante conversas informais com usuários, entrevistas, na apresentação do questionário e em publicações. Embora tenha usado o nome real da telenovela que eles estavam covizualizando, ao expor os resultados da pesquisa (apresentações e publicações) nunca usei os nomes reais dos grupos, nem forneci ligações para as suas postagens. Além disso, ambos os grupos tiveram seus nomes alterados em diversas ocasiões, impossibilitando o reconhecimento dos grupos estudados, ainda mais com o grande fluxo de informações que tiveram.

Desafios ao estudar a covisualização em um contexto conectado: a necessidade de mover-se entre a coleta e a análise de dados

Como observadora participante, era crucial covisualizar a telenovela junto com os membros do grupo. Ao realizar as atividades com os usuários, foi possível compreender como as práticas de covisionamento eram realizadas e quais eram suas motivações. Geralmente estavam relacionadas às características da interface e suas restrições. Por exemplo, o grupo do WhatsApp tinha muito menos usuários do que os grupos do Facebook e, ainda assim, a atividade era muito maior. Isso pode ser atribuído à interface do WhatsApp, que é um aplicativo de mensagens instantâneas que permite que as mesmas sejam entregues e acessadas rapidamente pelo *smartphone*. Já no Facebook, é necessário estar conectado a esta rede social para ver as mensagens dentro dos grupos de interesse. Além disso, enquanto eu participava na covisualização era possível discutir os tópicos e as atividades dos grupos, bem como compará-los com os conjuntos de dados extraídos. Essa comparação, feita com os conjuntos de dados extraídos durante a observação participante, foi essencial, pois seguiu a lógica de que os dados de covisualização, como outros dados digitais, vão além da ideia de um arquivo. Essas atividades foram vistas como práticas humanas dinâmicas, em tempo real, que ocorrem em espaços digitais (Kitchin, 2014; Pink et al., 2018). Se eu não tivesse feito parte dos grupos e não participasse nas atividades de covisualização, seria quase impossível ler ou ter uma compreensão mais profunda do conteúdo e dos dados gerados durante as atividades de pré-visualização, covisualização e pós-visualização da telenovela. Portanto, o processo de estudar a covisualização em plataformas conectadas baseou-se num movimento entre a coleta de dados e a análise de dados, ou seja, sucedeu por meio de um processo de constante evolução e adaptabilidade.

Durante o primeiro mês de exibição de *Babilônia*, após covisualizar a telenovela dentro dos grupos estudados, o *plugin* N Capture do NVIVO 10 foi usado para extrair os conjuntos de dados de cada dia do Facebook e, assim, poder comparar com as notas de campo e experiências vividas.

Todos os dias, usei os recursos de codificação do NVIVO para estabelecer e armazenar dados relevantes em categorias e conceitos por meio dos chamados "nós". A realização desta atividade diária foi necessária, por causa do alto volume de dados que era produzido. Durante a covisualização, parecia que a quantidade de dados era menor do que em momentos em que realizava a análise de dados. Isto porque eu estava vendo e participando nas atividades que estavam acontecendo quase de forma sincronizada. No entanto, quando analisava os conjuntos de dados notava que a quantidade era realmente maior, já que cada postagem ou comentário representava uma linha no conjunto de dados do NVIVO; até mesmo quando eram apenas *emoticons* ou palavras soltas. Por exemplo, durante o primeiro episódio, o conjunto de dados continha novecentas e quarenta e duas linhas (incluindo postagens e comentários) de ambos os grupos do Facebook. Portanto, exigiu um processo constante de seleção e categorização do conteúdo relevante. Essa seleção foi baseada na minha experiência de covisualização e nas anotações feitas durante essa prática.

A mudança da API do Facebook, no final de abril de 2015, impossibilitou a mineração de dados dos grupos do Facebook. Por isso, foi necessário proceder-se a uma adaptação da coleta de dados. A solução encontrada foi criar uma planilha no Excel com as atividades mais relevantes. Essa relevância foi baseada nos tópicos e no engajamento dos usuários. Normalmente, cada interação salva tinha pelo menos dez ou mais comentários. Essa decisão diminuiu a quantidade de dados que eu precisava armazenar e alterou o processo de codificação. Na planilha, incluí minhas anotações, ligações e salvei o rastro de toda a interação entre os usuários em uma das linhas. As planilhas de Excel foram importadas para o NVIVO e codificadas uma vez por semana. No grupo do WhatsApp, fiz anotações das atividades e no final do trabalho de campo baixei um arquivo de texto e o importei para o NVIVO.

As entrevistas também foram efetuadas e acessadas para realizar uma análise inicial durante o período de coleta de dados; isso foi uma forma de dialogar com as práticas de visualização dos usuários. Codifiquei (categorizei) as entrevistas de duas maneiras diferentes. A primeira maneira consistiu em criar nós para cada pergunta, para vizualizar juntas as respostas de todos os entrevistados. Na segunda maneira, inclui informações relevantes nos nós já criados durante a observação participante.

O questionário foi elaborado com base nas entrevistas e nas práticas de covisualização observadas. Foi desenvolvido com o Formulário do Google e disponibilizado durante a última semana de exibição da telenovela. O NVIVO foi usado para executar consultas e testes. Esses testes e consultas também foram aplicados aos dados da observação participante e das entrevistas. Como, por exemplo, procurar as palavras mais utilizadas para contrastar com as categorias existentes, para visualizar uma palavra em um contexto particular e assim por diante.

No início, o processo de classificação da análise era intuitivo e um grande número de nós foi criado. Após algumas semanas de transmissão da telenovela, padrões começaram a emergir e os nós começaram a adquirir uma forma mais definida, o que consequentemente diminuiu o número de nós durante o processo de análise. Após o término do trabalho de campo, os dados codificados foram posteriormente analisados, e propriedades comuns e padrões de práticas sociais foram encontrados entre os nós.

Conclusões

Este artigo demonstra que os casos estudados me levaram a aprender na prática, pois algumas das minhas intuições e concepções iniciais foram alteradas durante o trabalho de campo. Isso se deve ao fato da covisualização conectada ser uma prática que está viva, ou seja, está sempre evoluindo. A covisualização conectada depende do gênero visualizado, dos covisualizadores, dos locais onde ocorre, da tecnologia e da materialidade disponível para a realização desse tipo de atividade. Verificou-se que as interfaces das plataformas (Facebook e WhatsApp) nas quais a pesquisa foi desenvolvida estão sempre evoluindo e possuem características capazes de moldar a experiência de covisualização conectada. Portanto, estudar um fenômeno "vivo" como a covisualização

conectada, no contexto de redes sociais e de aplicativos de mensagens instantâneas, provou ser possível somente com o uso de uma metodologia flexível que considere a tomada de decisão ética de forma contextual em todas as etapas da pesquisa e que permita ao pesquisador mover-se constantemente entre a coleta e a análise de dados.

Os aspectos metodológicos do estudo, suas etapas e as decisões éticas tomadas durante a pesquisa foram importantes porque contribuíram para o campo relativamente recente de investigação sobre as atividades dos usuários, nas plataformas de rede sociais, nos estudos de recepção e mais particularmente nos estudos de telenovela. A abordagem metodológica utilizada neste estudo seguiu um procedimento ético indutivo, para proceder à observação participante e coletar dados de redes sociais com o consentimento informado dos usuários. Isso abriu espaço para debater a importância do tratamento ético ao estudar sujeitos que utilizam redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas na realização de atividades de visionamento. Foi demonstrada também a necessidade de se abordar o problema de pesquisa conscientemente e de forma explicita, já que a maneira como os dados são tratados pode afetar o cotidiano dos usuários, em questões como privacidade de dados, temas sociais discutidos, atividades ilícitas, entre outros aspectos. A tomada de decisão ética fez parte deste processo de pesquisa adaptativa, porque os usuários seguiam uma telenovela que estava em desenvolvimento. Isso confirma que a realização de pesquisas éticas no ambiente conectado requer que o pesquisador tome decisões sensíveis durante todo o processo, já que não é possível controlar o ambiente da pesquisa.

Convém destacar os procedimentos de consentimento informado que foram realizados ao participar nas atividades dos usuários e durante toda a pesquisa. Se eu não tivesse seguido essas diretrizes metodológicas e não tivesse me envolvido nas práticas dos grupos estudados, teria tido apenas uma compreensão superficial das práticas de covisualização conectada que ocorriam nos espaços estudados e nas atividades relacionadas com elas. Ou seja, eu teria mantido minha posição e concepções iniciais. Os espaços oficiais podem ser convenientes para os pesquisadores investigarem os hábitos de visualização. No entanto, deve-se enfatizar que a maioria dessas práticas só puderam ser estudadas porque ocorreram dentro de um espaço não estabelecido pelos produtores. Este estudo indica que às vezes a seleção de espaços não oficiais para observação pode ser frutífera, pois pode propiciar a descoberta de práticas que nunca seriam vistas em espaços oficiais. Além disso, o Facebook e o WhatsApp revelaram-se como plataformas frequentemente utilizadas para realizar o acompanhamento de atividades de TV ao vivo.

Os aspectos procedimentais e contextuais do processo de pesquisa podem ter limitado as descobertas e contribuições deste estudo. No entanto, eles também criaram oportunidades para uma melhor compreensão da trajetória, do lugar e do contexto onde o estudo ocorreu. Como fora explicado, uma das restrições deste estudo foi a mudança da API da plataforma do Facebook que impediu a mineração de conjuntos de dados de grupos fechados. Isso exigiu que eu salvasse manualmente os dados para a análise futura. No entanto, essa limitação também foi uma oportunidade para desenvolver uma compreensão mais profunda do ambiente material e digital no qual as práticas

de covisualização conectada ocorreram. Foi possível entender como o Facebook, redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas fazem parte de um ciclo de constante atualização. Isso afeta os procedimentos de pesquisa, exigindo que os pesquisadores sejam flexíveis e revisem continuamente seus processos de investigação.

Os grupos cresceram ao longo dos meses do estudo. Devido ao grande número de membros nos grupos do Facebook e muitos usuários no grupo do WhatsApp, não foi possível conhecer todos os participantes envolvidos nas práticas estudadas ou ter certeza absoluta de que todos os participantes estavam cientes do estudo. Diante do vasto número de pessoas e de informações, essa foi uma oportunidade para entender que a tomada de decisão ética e o consentimento informado provêm da postura e das decisões que o pesquisador toma, de acordo com o contexto encontrado. Para isso, o pesquisador precisa esforçar-se para proteger e evitar danos aos participantes, olhando o conteúdo das redes sociais como parte e propriedade dessas pessoas e não como meros textos.

Em pesquisas futuras se almeja ampliar os temas e métodos explorados neste estudo. A abordagem da pesquisa e os métodos aplicados devem ser explorados em contextos semelhantes e em diversas formas de visualização. Por exemplo, seria interessante pesquisar covisualização em outros gêneros de televisão ou em outras formas de visualização que não estejam marcadas pelo horário de transmissão.

Em conclusão, este estudo empregou desenvolvimentos fundamentais em aspectos metodológicos para realizar um estudo de caso sobre um fenômeno vivo, como é o caso da covisualização em mídias sociais e aplicativos de mensagens instantâneas, utilizando uma abordagem qualitativa que seguiu os protocolos éticos de consentimento informado. As contribuições originais e significativas deste estudo continuarão a ser exploradas para melhor entendimento de nossa crescente socialibilidade conectada.

Traduzido por Fernanda Pires de Sá

Referências bibliográficas

Ang, I. (1991). *Desperately seeking the audience*. Londres: Routledge.

Araújo, W. & Pires de Sá, F. (2016) Facebook's algorithms and its opaque design of transparency: how followers of the most popular Brazilian TV show perceive their news feed. In T. Martínez & J. L. Marzo (Eds.), *Interface politics* (pp. 609-623). Barcelona: GREDITS.

Atencio, R. (2014). *Memory's turn: reckoning with dictatorship in Brazil.* Madison: University of Wisconsin Pres.

Ball, S., Bogatz, G.A., Creech, R., Ellsworth, R. & Landes, S. (1970). The First year of sesame street: an evaluation. Final report.Retirado de http://files.eric.ed.gov/full- text/ED047823.pdf

Dezfuli, N., Khalilbeigi, M., Mühlhuser, M. & Geerts, D. (2011). A study on interpersonal relationships for social interactive television. In *Proceedings from EuroITV '11: The ninth international interactive conference on interactive television* (pp. 21-24). Nova Iorque: ACM.

Estalella, A. & Ardèvol, E. (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. *Forum Qualitative Social Research, 8*(3), 1-25. doi: 10.17169/fqs-8.3.277

Eynon, R., Fry, J. & Schroeder, R. (2008). The ethics of internet research. In J. Hughes (Ed.), *Sage internet research methods* (pp. 23-41). Londres: Sage.

Flyvbjerg, B. (2006). Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative Inquiry*, *12*(2), 219-245. doi: 10.1177/1077800405284363

Harris, R. J. & Cook, L. (2010). How content and co-viewers elicit emotional discomfort in moviegoing experiences: where does the discomfort come from and how is it handled? *Applied Cognitive Psychology*, *25*(6),850-861. doi: 10.1002/acp.1758

Hine, C. (2008). Virtual ethnography: modes, varieties, affordances. In N. Fielding, R. M. Lee & G. Blank (Eds.), *The Sage handbook of online research methods* (pp. 257-270) Los Angeles: Sage.

Holt, J. & Sanson, K. (2014). Introduction. In J. Holt & K. Sanson (Eds.), *Connected viewing: selling, streaming, & sharing media in the digital era* (pp. 1-17). Nova Iorque e Londres: Routledge.

Kitchin, R. (2014). *The data revolution*. Londres: Sage.

Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, *39*(1), 61-72. doi: 10.1509/jmkr.39.1.61.18935

Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: doing ethnographic research online*. Londres: Sage.

Lopes, M. I. V. (2000). Metodologia para o estudo da recepção de telenovelas no Brasil. *Comunicação e Sociedade, 14*(1-2), 93-112. doi: 10.17231/comsoc.2(2000).1386

Lopes, M. I. V., Borelli, S. H. S. & Resende, V. R.(2002). *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus Editorial.

Lopes, M. I. V. (2009) Telenovelas as a communicative resource. *Matrizes 3*(1), 1-23. doi: 10.11606/issn.1982-8160.v3i1p21-47

Lopes, M. I. V. (2012). A case study on transmedia reception: fandom on facebook and social issues in the Brazilian telenovela Passione. *Anàlisi: Quaderns De Comunicació i Cultura* (Vol Especial), 111-132.

Lopes, M. I. V. (2014). Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. *Matrizes*, *8*(1), 65-80. doi: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p65-80

Madejski, M., Johnson, M. & Bellovin, S.M. (2011). The failure of online social network privacy settings. Department of Computer Science, Columbia University, Tech. Rep. CUCS-010-11, 1-20. Retirado de https://fpf.org/wp-content/uploads/2011/07/The Failure of Online Social Network Privacy Settings.pdf

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Ediciones G. Gili.

McDonald, D.G. (1986) Generational aspects of television coviewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media 30*(1), 75-85. doi: 10.1080/08838158609386609

Markham, A., Buchanan, E. & AoIR Ethics Working Committee. (2012). *Ethical decision making and internet research – version 2.0.* Retirado de http://www.dphu.org/uploads/attachements/books/books_5612_0.pdf

Moe, H., Poell, T. & van Dijck, J. (2016). Rearticulating audience engagement social media and television. *Television & New Media, 17*(2), 99-107. doi: 10.1177/1527476415616194

Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *IT professional, 9*(4), 34-41. doi: 10.1109/MITP.2007.78

Miller, T. & Boulton, M. (2007). Changing constructions of informed consent: qualitative research and complex social worlds. *Social Science & Medicine*, *65*(11), 2199-2211. doi:10.1016/j.socscimed.2007.08.009

Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in context: technology, policy, and the integrity of social life.* Stanford: Stanford University Press.

Noy, C. (2008). Sampling knowledge: the hermeneutics of snowball sampling in qualitative research. *International Journal of Social Research Methodology, 11*(4), 327-344. doi: 10.1080/13645570701401305

Orozco, G. G. (1993). Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, *15*, 31-44.

Pink, S., Lanzeni, D. & Horst, H. (2018). Data anxieties: finding trust in everyday digital mess. *Big Data & Society, January-June,* 1-14. doi: 10.1177/2053951718756685

Pires de Sá, F. & Roig, A. (2016). Challenging prime time television: co-viewing practices in the Brazilian telenovela. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, *22*(4), 392-407. doi: 10.1177/1354856516641623

Pires de Sá, F. (2017). Connected co-viewing on Facebook: a Brazilian telenovela and the perception of media realism. *Television and New Media,* 1-14. doi: 10.1177/1527476417741672

Pires de Sá, F., Araújo, W. & Roig, A. (2017). Narrativa de los usuarios: los usos de plataformas y tecnologías digitales en nuestras prácticas creativas cotidianas. *Rizoma, 5*(2), 8-16. doi: 10.17058/rzm.v5i2.11528

Reilly, P. & Trevisan, F. (2016). Researching protest on Facebook: developing an ethical stance for the study of Northern Irish flag protest pages. *Information, Communication & Society*, *19*(3), 419-435. doi. 10.1080/1369118X.2015.1104373

Rubin, A. & Babbie, E. R. (2016). *Empowerment series: research methods for social work*. Boston: Cengage Learning.

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (2015). Pesquisa Brasileira de Mídia. 2015. Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira. Retirado de http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf/

Stake, R. E. (2005). Qualitative case studies. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (pp. 443-466). Thousand Oaks: Sage.

Thomas, G. (2015). How to do your case study. Londres, Thousand Oaks, Nova Delhi, Singapura: Sage.

Yin, R. K. (2003). *Case study research: design and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Nota Biográfica

Fernanda Pires de Sá é pesquisadora de pós-doutorado no grupo de pesquisa Mediaccions: Cultura Digital da Universitat Oberta de Catalunya. É doutora em Sociedade da Informação e o Conhecimento pela mesma instituição. Seus interesses principais de investigação incluem métodos digitais, métodos qualitativos, covisualização, práticas sociais, cultura popular, e materialidades digitais.

E-mail: fpires@uoc.edu

Morada: Universitat Oberta de Catalunya
Avinguda del Tibidabo, 39, 08035 Barcelona, Espanha

*** Submetido: 30.11.2017**
*** Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 409 – 424
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2924

Researching co-viewing on social media and instant messaging applications: ethics and challenges

Fernanda Pires de Sá

Abstract

This article discusses the ethical concerns and challenges that should be considered while studying the practice of co-viewing on social media and instant messaging applications. Co-viewing practices refer to the intertwined activities that happen while viewers sit together in front of a TV set, watching and making meaning from television content. Connected platforms amplify the possibilities for co-viewing, by allowing people to experience a digital co-presence. Users that engaged in connected co-viewing in unofficial Facebook and WhatsApp groups dedicated to the brazilian *telenovela Babilônia* (airing in 2015) are used to exemplify the need to establish informed consent and avoid harming the participants when carrying out research online. The research reveals that ethical decision-making with respect to users' data and viewpoints had to be considered, not only at the beginning stages of research, but assessed and considered throughout each step of the study.

Keywords
Case study; connected platforms; co-viewing; digital methods; informed consent

Resumo

Este artigo discute as preocupações e os desafios éticos que devem ser considerados durante o estudo da prática de covisualização (televisão social) dos conteúdos audivisuais nas mídias sociais e aplicativos de mensagens instantâneas. As práticas de covisualização se referem às atividades interconectadas que ocorrem enquanto os espectadores se sentam juntos em frente a um aparelho de TV, observando e construindo sentido a partir do conteúdo televisivo. Plataformas conectadas ampliam as possibilidades de covisualização, permitindo que as pessoas experimentem uma copresença digital. Neste estudo, os usuários que participaram em atividades de covisualização conectada em grupos não oficiais, do Facebook e do WhatsApp, dedicados à telenovela brasileira *Babilônia* (exibida em 2015), são usados para exemplificar a necessidade de estabelecer um consentimento informado ao realizar pesquisas *online* e evitar danos aos participantes. A pesquisa demonstra que uma tomada de decisão ética em relação aos dados e aos pontos de vista dos usuários estudados deve ser considerada e avaliada nos estágios iniciais e ao longo de cada etapa do estudo.

Palavras-chave
Consentimento informado; covisualização; estudo de caso; métodos digitais; plataformas conectadas

Introduction

Doing research on the internet and its evolving platforms is necessary as digital enviroments are part of our daily lives. Undertaking research about these spaces can involve both advantages and disadvantages. As many authors have already pointed out, it can be less costly and less time consuming than research in non-digital environments. However, while engaging in research on connected platforms, the research design may end up as a continually evolving process as the digital spaces are always changing.

The evolving research design was evident in this case study of two closed Facebook groups and one WhatsApp group dedicated to co-view the Brazilian *telenovela Babilônia* (that aired March to August 2015 on the Globo Network). The study aimed to understand how co-viewing practices are reshaped by digital platforms and shaped also by users' practices and experiences within these spaces. During this research, it was necessary to continually adapt the design due to the empirical data found in the fieldwork, the issues imposed by the interfaces where the research took place (Facebook and WhatsApp) and by the users' co-viewing activities. Although the groups that were studied followed a television genre that has a stable basis for consumption, the phenomenon of connected co-viewing on Social Network Sites (SNS) and instant messaging applications was relatively new, and it had a degree of unexpected events. This is because the studied phenomenon was not part of a controlled environment, the Facebook groups themselves were in the process of formation, and the *telenovela* replaced a previous *telenovela* (*telenovelas* usually only last six months). Another unexpected event during the research was the formation of a WhatsApp group within one of the Facebook groups. It led to investigate co-viewing within this space as well, which generated new insights.

Research, when done online, can involve significant ethical concerns, especially for qualitative researchers where the researcher should be sensitive because the online environment might affect the offline context in which the participants live, and it might harm them (Eynon, Fry & Schroeder, 2008). The internet is also an environment where new phenomena and features are constantly being introduced and it is necessary to be aware of the potential risks to the participants. For instance, it was observed that users collected, shared and archived files and links with the *telenovela* content and soundtrack without copyright permissions. Some of these activities are illegal and could affect the lives of participants.

The changing nature of the research problem required a case study methodology that followed an ethnographic approach. The general goal of the study required what Stake (2005) has called instrumental cases studies, as particular groups were examined primarily to provide an insight into an issue, in this case, an insight into the connected co-viewing practices of a type of TV genre, the brazilian prime time *telenovela*.

As demonstrated in the following sections, the outcomes of this adaptive and evolving research design are the products of flexible techniques for interacting with participants and working within the fluid environment of SNS platforms.

Coviewing and the Brazilian *telenovela* genre within connected spaces

Co-viewing studies originated in the psychology field in the 1970s (Ball, Bogatz, Creech, Ellsworth & Landes, 1970), where studies started to acknowledge the importance of peers at the moment of meaning-meaking while performing viewing activities. Co-viewing studies as Cultural Studies left behind traditional approaches that tended to view the audience as passive or simply not included as a subject of inquiry. From the very beginning, co-viewing studies pointed out that watching television has always been a complex social activity, as it generates various forms of social engagement among peers (McDonald, 1986). Before the widespread usage of connected screen devices and platforms, engagement around a television broadcast was limited to the TV set. Thus, TV engagement had an ephemeral feature because it was not easily traceable and viewer's activities materialized mainly in-person.

Holt and Sanson (2014) named the current complex media context *connected viewing* which "refers specifically to a multiplatform entertainment experience that relates to a larger trend across media industries to integrate digital technology and socially networked communication with traditional screen media practices" (Holt & Sanson 2014, p. 1). Co-viewing in the connected era can happen in a number of ways i.e. physically alone but in the company of others online, both accompanied offline and with other online peers, or in the traditional way in which people sit and co-view audiovisual content together. In addition, co-viewing in connected platforms can leave traces in the format of data, as these digital spaces are based on user-generated content. Now, however, co-viewing can be materialized in front of a TV set or using other kinds of screen devices and SNS that were not available in the early years of the Internet.

In both traditional and connected environments, co-viewing enables meaning-making by sharing opinions and interactions while viewing. Thus, the characteristics of a co-viewed show play an important role for such practices to occur. The kind of media content that is co-viewed could spark different practices related to the process of reasoning around it, and the companionship co-viewers intend to have. The study of Dezfuli, Khalilbeigi, Mühlhuser, & Geerts (2011), concerning interpersonal relationships around TV viewing, demonstrated that just like in-person co-viewing, users who co-view online can classify their social circles to select with whom to interact, depending on the situation and the TV genre. Harris and Cook (2010) add that media enjoyment may be mediated by different genre preferences, or situations of viewing companionship, which leads a person to greatly enjoy content or to be quite distressed by it. The presence of other co-viewers might be one of the reasons for the disruption of a viewing experience, particularly when the co-viewing revolves around delicate subject matter such as sexuality.

In this study, the focus was on a specific local context of co-viewing practices related to the Brazilian prime time *telenovela* within unofficial Facebook and Whatsapp groups. This unique television format is central for observing co-viewing practices, as it includes social and political issues in its plots that are extended beyond the television set (Atencio, 2014; Lopes, 2012; Pires de Sá & Roig 2016; Pires de Sá, 2017). For decades, Brazilian *telenovelas* have been co-viewed among people that ritually reunite themselves

around the television, and now with SNS this ritual is being reshaped and made more visible through the use of different kinds of digital materialities. The co-viewed *telenovela* that formed the basis for this study was called *Babilônia*. *Babilônia* presented very delicate social issues such as female homosexuality in the elderly, political corruption and so on. All these problematic subjects formed part of the connected co-viewing practices. *Babilônia's* controversial plot led to discussions in the political arena and prompted debate in multiple media. Thus, connected co-viewing is a practice that also extends to viewers of the brazilian *telenovela*, and while studying this phenomenon, researchers have to be careful not to expose people's online co-viewing activity and therefore potentially cause harm to them.

Selection of the Facebook platform

The study was initially designed to be done on Facebook groups specifically dedicated to the *telenovela*. This was decided after spending several months observing the groups that were created to follow the *telenovela Império* (that aired from July 2014 to March 2015) – the predecessor of the co-viewed *telenovela* in this study – and seeing the users' interest in new groups dedicated to *Babilônia* even before it started to air.

This decision was also inspired by a study on Facebook developed by Lopes (2012) who set the ground to further investigate *telenovela* related activities inside groups created by users, instead of only looking at the television network's sanctioned or official spaces. All in all, Lopes' works have provided a different perspective to reception studies in Brazil and consolidated the tradition of studying *telenovelas*. The author demonstrated that the *telenovela* is part of Brazilian culture and it is a shared repertoire (Lopes, 2009) that has represented the process of industrialization in the country (Lopes, 2000) and continues to be a TV genre that represents a crossing point between popular culture, everyday life, social issues, politics, and media industries. Lopes (2000), based on Martín-Barbero's Mediation Theory (1987) and Orozco's Multiple Mediations (1993) theory, implemented the Mediations framework as a theoretical-analytical tool to overcome the dominant approaches to communication studies: the deterministic approach based on the Lasswell and Shannon model and the Frankfurt School approach. The author overcomes these dualisms by empirically exploring the multidimensional ways of mediation in the reception process of a *telenovela*. The works of Lopes (2000) and Lopes, Borelli, and Resende (2002) can be considered groundbreaking, since they explored the viewing experiences of four different families from different social classes. The studies looked at where mediation was taking place and by establishing mediation categories of analysis (family daily life, subjectivity, genre and video techniques). This approach allowed them to look at reception through different lenses, including the role of power and discourse. The innovative works by these Brazilian scholars has validated a multidisciplinary methodological approach to study the *telenovela* reception process by using different qualitative techniques (not only content analysis) and bringing empiricism to the Latin American Mediations framework. Furthermore, this seminal research has fostered an

interdisciplinary and empirical approach to the reception phenomenon in other studies. Therefore, it was a step forward in brazilian reception studies, particularly in the way of doing systematic empirical work. Aiming to extend this multidimensional approach, co-viewing was studied in its connected format as a way to contribute to what Lopes (2014) has already pointed out: reflecting on the importance of technology in reception studies in order to extend the status of the theoretical and methodological aspects of communication research. Therefore, this study also aimed to contribute to the few recent studies that have tried to understand the viewing activities on connected platforms from users' viewpoints that were developed by the Brazilian team at the Ibero-American Observatory of Television Fiction headed by Lopes, works that are further discussed in a related study (Pires de Sá, 2017).

The decision to develop this study using Facebook was attractive because Facebook at that time was the most used SNS in Brazil (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2015). I was able to observe how the practice of watching television together was transferred and somehow transformed by the use of SNS and other information technologies. On the other hand, it was also made more difficult because Facebook had an Application Programming Interface (API) with many constraints to extract data. An API is:

> (...)an interface provided by an application that lets users interact with or respond to data or service requests from another program, other applications, or Web sites. APIs facilitate data exchange between applications, allow the creation of new applications, and form the foundation for the 'Web as a platform' concept... programmers can use screen scraping, a technique for extracting any information, of any type, from any Web page. (Murugesan, 2007, pp. 36-37)

Twitter, in comparison, would seemingly have been an easier SNS to facilitate the study, as most data is publicly available, easily retrievable, and this platform is frequently used by researchers (Moe, Poell & Van Dijck, 2016). Nonetheless, it did not provide the possibility to analyze groups' co-viewing activities in the same manner as Facebook. As I aimed to undertake participant observation to better understand users' practices, rather than solely reviewing the content they produced, this study required a case study methodology. Informed consent was obtained from the users and I followed the recommended ethical guidelines of the Association of Internet Researchers' Ethics Working Committee (Markham & Buchanan, 2012).

The case study approach

The justification for the selection of a case study as the applied methodology comes from the phenomenon I decided to study, where the environment could not be controlled. A case study makes it possible to look at a subject from many and varied angles that can help to achieve a better and balanced understanding of the object of study. It is

also appropriate to use when the researcher has little to no control over the events that are under investigation (Yin, 2003).

Flyvbjerg (2006) points out that a case study provides the researcher with a closeness to real-life situations for understanding a social phenomenon. Multiple circumstances and details arise during the process of investigation, which is context-dependent (Flyvbjerg, 2006), including ethical decision-making. It means that the case study produces experiential knowledge, as the objects under study are complex and can be marked out by their contexts and through circumstances of the occasion when being studied (Stake, 2005; Thomas, 2015). Despite their divergences in terms of paradigm, Yin (2003), Stake (2005), Flyvbjerg (2006), Thomas (2015), and others affirm that one of the main strengths of using this approach is that it allows the use of various sources and multiple techniques to understand the object of study. Therefore, a triangulation of methods allows the case study to obtain more reliability, as during the period of study, descriptions and interpretations are not done in a single step. Instead, many steps are made in various moments of the research. Thus, leading the researcher to undertake a constant process of reflexivity.

Additionally, triangulation allows for a better understanding of the situation in which a case is embedded. In the cases of this research, the methodology and its multiple methods had the influence of ethnography in instrumental and relational terms. The instrumental terms relate to the online methods that Kozinets (2002, 2010) called 'netnography' (adapted from ethnography) that served as research tools to explore the groups that exist in digital platforms like Facebook and WhatsApp. The relational terms helped to comprehend the complexities of users' activities because of their interconnection.

Furthermore, when doing a case study, a close look at the case's activities provides a proximity and better comprehension of the object of study, which allows the researcher to receive constant feedback from those under study (Flyvbjerg, 2006).

By using a case study approach, I was able to undertake this process of reevaluation that allowed me to observe whether my propositions were coherent or if they should be further interrogated and reviewed. As the cases I studied did not follow a deductive model, and my approach was closer to the phenomenological paradigm, it was possible to follow this process of reassessment throughout the distinct phases of the study and adapt accordingly. I began the study with preconceived ideas and objectives, which had to be adjusted during the process of data collection. For example, a working hypotheisis proved to be correct that unofficial spaces within SNS are places where users can escape the direct view of producers and feel comfortable to perform viewing practices that otherwise would not happen. However, my expectations of finding many users creating mashups, videos and memes as part of these activities were not met. Although users shared these types of content during the airing of the *telenovela*, they did not develop their own content. When talking with users in informal conversation and during the interviews they affirmed that they do create content. Nonetheless, the way they understood content production was different from my initial conception in that the act of providing an opinion or sharing any *telenovela* content was seen as producing content. But content do not need

to be sophisticated like mashups or videos. This required adapting the research questions and the objectives.

These changes could only be made because I had close contact with the users, as well as with their practices and the environment in which co-viewing practices occurred. Therefore, the case study helped me to learn more about the phenomenon that was being studied and to contrast it with prior conceptions.

This study used a triangulation of methods to better understand the co-viewing phenomena: participant observation, semi-structured interviews, and a qualitative questionnaire. This triangulation enabled an in-depth analysis of the viewing practices of the groups that were selected to be the cases (two unofficial Facebook groups and one WhatsApp group). The in-depth analysis was possible because of the applicability to real-life and contemporary issues that the case study approach allows when looking at an ongoing phenomenon, such as co-viewing through connected platforms.

Selecting the cases

As co-viewing happens when media content is being viewed, a methodological decision was made to scrutinize these practices at the same time they were going on. Therefore, co-viewing of the *telenovela Babilônia* was selected, as it was the next prime time *telenovela* airing on the Globo Network after the project started.

For the objectives of this study, I chose to focus the attention on unofficial Facebook groups and the activities performed within them instead of researching "official" spaces mediated by the network, where it would be difficult to see practices that might be considered illegal such as file exchange. Furthermore, the aim was to observe people's activities, and not a constructed idea of an audience or fan predetermined by institutions (Ang, 1991) or shaped by the network. I also preferred to focus on unofficial spaces, by not looking at them as the most representative place to record co-viewing experiences in general, but as ideal places to observe and participate in the practices of connected co-viewing without possible interference or surveillance by the Globo Network. It must be noted, however, that these groups were not ideal open spaces for free debate as there were forms of moderation and even some censorship by the group owners and administrators, as well as by filtering algorithms that Facebook uses to highlight some posts (Araújo & Pires de Sá, 2016), and other direct and indirect restrictions posed by the platforms (Pires de Sá, Araújo & Roig, 2017).

Although the groups used the platforms of a private corporation like Facebook, which also owns Whatsapp, users perceived them to be more appropriate places for developing particular practices. Therefore, it was possible to observe the practices of file exchange and content sharing, debates about the function of the *telenovela*, its technical features and the way it represents reality.

The three studied groups were selected differently. Nonetheless, for this research, I followed the logic of instrumental collective case design defined by Stake (2005). I used instrumental collective cases to achieve a better understanding of the connected

co-viewing phenomenon. Stake (2005) promotes the use of an instrumental case study when "(...) a particular case is examined mainly to provide insight into an issue or to redraw a generalization. The case is of secondary interest, it plays a supportive role, and it facilitates our understanding of something else" (Stake, 2005, p. 445). In this research, I was interested in understanding connected co-viewing and User-Generated Content (UGC) practices related to a particular type of TV show (the Brazilian prime time *telenovela*). In order to achieve this goal, the *Babilônia* groups were studied in depth, as Stake (2005) affirms that "the case still is looked at in depth, its contexts scrutinized and its ordinary activities detailed, but all because this helps us pursue the external interest" (Stake, 2005, p. 445).

Many Facebook groups dedicated to following Babilônia were created even before *Babilônia* began to air. They started to be formed more than a month before the previous *telenovela* (Império) was over, when the Globo Network released the synopsis and aired some teasers during the breaks in its programming. Within existing Império groups, creators and administrators of the new *Babilônia* groups invited users to participate, which assured that there would be groups to study the co-viewing and UGC practices vis-à-vis this television genre. They were around ten active groups one month before the release date of Babilônia (its first episode aired on the 16th of March 2015).

To select the cases from this population of *Babilônia* groups, I followed purposive sampling by selecting the two most active groups, taking into account the groups where people posted and commented more often. This is because there would be fewer examples of co-viewing practices in groups with fewer interactions. As Rubin and Babbie (2016) point out, a purposive sample is a technique in which you handpick your cases because they have certain attributes or perform practices that might represent a segment group that is relevant to the study. Hence, this purposive sampling was done to participate in spaces where co-viewing practices would materialize because of the users' activity. The WhatsApp group, on the other hand, was not intentionally selected. In one of the studied groups, a Whatsapp subgroup was created, in which users were invited to participate by leaving their phone numbers in a comment. As it was in my own interest to observe co-viewing in a connected way, I also provided my number. Thus, the WhatsApp group selection conformed more to the snowball type of sampling that is often employed to try to "(...) obtain information on and access to 'hidden populations'..." (Noy, 2008, p. 330).

Informed consent and ethical concerns

This research was done within the micro-ecologies of Facebook (two unofficial and closed groups) and WhatsApp (one group), two platforms that are always adding or changing features. These are digital spaces that can have grey areas at the moment of ethical desion-making. In order to overcome these grey areas during the research process, the AOIR suggested guidelines were followed, which indicate that an inductive approach is one of the best-suited ways to avoid harm to research participants and overcome their possible vunerability (Markham & Buchanan, 2012).

In this study, the inductive approach was based on several aspects, but it was always considered that harm can be defined contextually, so the ethical decisions were taken according to each situation during the process, rather than applied in an universal manner (Markham & Buchanan, 2012; Nissenbaum, 2010). Within WhatsApp, the phone numbers of participants are required to be able to use the services and to connect with peers, which can be perceived by users as a very private channel of communication. On Facebook, users have to register their metadata (name, gender, etc.) in order to have access to the services. In both cases, the perception of privacy was not straightforward. Instead, as already pointed by Nissenbaum (2010), participant expectations and consensus regarding what is meant by privacy play an important role. Researchers should not ignore the participants' perceptions of privacy. Especially in cases where users may not be aware of data privacy settings, as raised during this study. Users perform many online activities per day, and yet do not know much about data regulations (Madejski, Johnson, & Bellovin, 2011). When engaging with the participants on this topic, many affirmed to just pressing click-to-agree and not reading the terms and conditions nor the user license agreements that are usually shown when creating a profile in SNS or when updating applications.

This means that depending on the circumstances, research outputs might outrage participants (Reilly & Trevisan, 2016) and researchers need to go beyond only adhering to the platform's conceptualization of privacy. Thus, informed consent should always be an issue to keep in mind before starting a research study on connected platforms, as online and offline contexts are often interwoven. Therefore, during the different phases of this research, it was noted that any decision-making while working within digital spaces involves data that could reveal sensitive information from individual persons (Markham & Buchanan, 2012) and in some cases cause anxiety (Pink, Lanzeni & Horst 2018).

There are debates as to whether Facebook is a public space. Following these debates, Reilly and Trevisan (2016) looked at the Terms and Conditions and pointed out that Facebook might be both public and private, or even a semi-public space, based on the privacy settings. In the case of spaces like Facebook groups, settings are either public, closed, or secret. The studied groups had the status of closed, whereby only members can post and see each other's posts. Therefore, it was considered a semi-public space, and informed consent was a major issue that was taken into account.

After selecting the case studies, and before starting the process of data collection, a Facebook page was created. This was done to provide information about the different stages and news related to the research project, as well as to inform potential participants about the general aims of the study, and act as an open channel for communication. Furthermore, as Hine (2008) points out, it is important for online researchers to have informative web pages, as informants are able check the researcher's identity and affiliations and see us as legitimate scholars when undertaking a virtual ethnography study. Hence, a link was included on this Facebook page to the website of the university I am affiliated with. This link included a description of my research group and its members.

The choice to use Facebook as the platform to host this page was based on the idea that the studied users would be using the same SNS they use to access the groups. Therefore, facilitating easy access to the page, as they would already be logged in to Facebook.

This page was also a tool that helped to acquire informed consent from the group owners, administrators and studied users. It helped me to be clear about the objectives of the study and to explain that the collaboration of the users was voluntary and not obligatory (Estadella & Ardevol, 2007; Hine, 2008; Miller & Boulton, 2007).

First, the group owners and administrators were contacted via my personal Facebook profile to receive pertinent information about how I intended to develop this research project. The decision to use my real Facebook profile while participating in the groups or talking to users was done with the intention to transmit trust. Therefore, this enabled the creation of solid bonds with the users while involved in the group practices, as they would see the researcher as a real person. The Facebook page was fundamental for establishing this contact and presenting the study.

Second, after the agreement with owners and administrators, several posts were made within the groups to engage with the participants. These posts explained that I would be participating in the groups while studying the users' activities and gathering their data. Where necessary, a user's doubts were resolved through comments and during conversations via Facebook Messenger or WhatsApp. Users were also encouraged to speak out in case they did not want their information to be used, something that happened with two participants.

Dealing with concerns regarding data anonymization also helped to acquire the informed consent. It was explicitly stated to informants that their personal information would not be revealed. It was acknowledged during informal conversations with users, during the interviews, within the presentation of the questionnaire and in publications. Although I used the real name of the *telenovela* they were co-viewing in the research outputs (presentations and publications), I never used the actual names of the groups, nor provided any links to their posts. Moreover, both groups underwent name changes several times, thus disabling the recognition of the studied groups, even more with the large flux of information that they had.

Challenges of studying co-viewing in a connected context: the need to move between data collection and data analysis

As a participant observer, it was crucial to co-view the show together with the group members. By performing the activities with the users, it was possible to understand the ways in which these practices were carried out and their causes, which were usually related to the features of the interface and its constraints. For instance, the WhatsApp group had far fewer users than the Facebook groups, and yet the activity was much greater. This can be attributed to the WhatsApp interface. It is an instant messaging application that allows messages to be delivered and accessed quickly on the mobile phone. Whereas on

Facebook, it is necessary to be connected to this SNS to see the posts within the groups of interest. Additionally, while participating in co-viewing it was possible to engage in the discussed topics and the activities in the groups and then compare with the datasets. This comparissom of participant observation with mined datasets was essential, as it followed the understanding that co-viewing data as other digital data go beyond the idea of an archive. These activities were seen as dynamic, real-time human practices that take place in digital spaces (Kitchin, 2014; Pink et al., 2018). If I was not part of the groups and did not participate in the co-viewing activities, it would be almost impossible to read or have a deeper understanding of the content and data generated during pre-viewing, co-viewing, and post-viewing activities. Therefore, the process of studying co-viewing in connected platforms was based on moving between data collection and data analysis that proceeded in a constant process of evolution and adaptability.

During the first month of the airing of *Babilônia*, after co-viewing the *telenovela* within the studied groups, the N Capture plugin in NVIVO 10 was used to mine the datasets of each day from Facebook to compare with the field notes and lived experiences.

Every day, I used the coding features of NVIVO to establish and store relevant data in categories and concepts through what are called nodes in this software. It was necessary to do it every day because of the high volume of data that was produced. During co-viewing, these data appeared to be less than at other times, as I was seeing and participating in the activities happening almost synchronously. Nonetheless, when looking at the daily datasets it was actually more, as each post or comment represents a discrete row in the dataset in NVIVO, even when it only includes emoticons or single words. For instance, during the first episode, the dataset contained nine hundred and forty-two rows (including posts and comments) from both Facebook groups. Therefore, it required a constant process of selection and categorization of the relevant content. This selection was based on my experience of co-viewing and the notes taken during this practice.

At the end of April 2015, when Facebook changed its API, it was necessary to adapt the data collection, as I could no longer continue to extract the data from the Facebook groups. The solution found was to create an Excel spreadsheet with the most relevant activities. This relevance was based on the topics and on the engagement of the viewers. Usually, each saved interaction had at least ten comments or more. This decision decreased the amount of data I had to store, and changed the process of coding. In the spreadsheet, I included my notes, links and saved the trace of the entire interaction among the users in one discrete row. Those excel sheets were imported to NVIVO and coded once a week. While in the WhatsApp group, I made notes from the activities and at the end of the fieldwork I downloaded a text file and imported it into NVIVO.

The interviews were also conducted and accessed for an initial analysis during the data collection period as a way to dialogue with the users' viewing practices. They were coded (categorized) in two different ways. The first way was to create nodes of each question to be able to see all the interviewees' responses together. Second, by including relevant information in the nodes already created during the participant observation.

The questionnaire was designed based on the interviews and the obeserved co-viewing practices. It was developed on Google Forms and made available during the

last week of the airing of the *telenovela*. NVIVO was used for running queries and tests that were also applied to the data from participant observation and interviews, such as searching for the main used words to contrast with the existent categories, to see a word in a particular context, and so on.

In the beginning, the classification process of the analysis was intuitive, and a large number of nodes were created. After some weeks of airing, patterns started to emerge and nodes began to acquire a better shape, consequently decreasing the number of nodes during the process of analysis. After the end of the fieldwork, the coded data was further analyzed, and common properties and patterns of social practices were found among nodes.

Concluding remarks

This article demonstrates that the studied cases led me, the researcher, to "learn by doing", as some of my intuitions and preconceptions were changed while doing the fieldwork. This is because connected co-viewing is a practice that is alive and is always evolving. Connected co-viewing depends on the viewed genre, the co-viewers, the places where it occurs, and the technology and materiality available for carrying out this activity. It was found that the interfaces of the platforms (Facebook and WhatsApp) in which the research occurs are always evolving and have features that shape this experience. Thus, studying a "live" phenomenon such as connected co-viewing, in the context of SNS and instant messaging applications, has proven to be possible only with a flexible methodology that considered ethical decision-making as contextual in every step of the research, and constantly moved between data collection and analysis.

The explained methodological aspects of the study, the steps and the ethical decisions taken during the research were important because they contributed to the relatively recent field of inquiry regarding user activities on SNS platforms within reception studies, more particularly within *telenovela* studies. The methodological approach used in this study followed an inductive ethical procedure for doing participant observation and collecting data from SNS with the informed consent of users. Therefore, this created a space for debating the importance of the ethical treatment of the subjects under study who use SNS and instant messaging applications for viewing purposes. Furthermore, the need to address the research problem consciously is made explicit, because the way the data is treated might affect the daily lives of users, regarding issues such as data privacy, discussed social themes, illicit activities and so on. Also, this ethical decision-making formed part of the adaptive research process, as the object of study was under development. This confirms that conducting ethical research in the connected environment requires the researcher to make sensitive decisions during the entire process, as it is not possible to control the research setting.

Once again, it is valuable to highlight the informed consent procedures undertaken while doing this research and when participating in user activities. If I had not followed these methodological guidelines and did not engage in the group practices, I would only

have developed a superficial understanding of the connected co-viewing practices and the intertwined activities that occurred in these kinds of spaces, thus, potentially maintaining my initial preconceptions. It must be emphasized that most of these practices could be studied only because they occurred within a space that was not established by the producers. Although official spaces can be convenient for researchers to delve into viewing habits, this study indicates that sometimes selecting unofficial spaces for observation can be fruitful for discovering practices that would never be seen in official ones. Furthermore, Facebook and WhatsApp were revealed to be often used platforms for the follow-up of live TV activities.

The procedural and contextual aspects of the research process may have limited the findings and contributions of this study. However, they also created opportunities for a better understanding of the context and the path-place array in which the study occurred. As explained, one of the constraints of this study was the technological restraints of the Facebook platform API that stopped working for mining closed group datasets. This required me to manually record the data for future analysis. However, this limitation was also an opportunity for developing a deeper understanding of the digital-material setting in which the practices of connected co-viewing took place. It was possible to understand how Facebook, SNS and instant messaging applications are in a constant cycle of being updated. This affects the research procedures, which requires researchers to be flexible and continually review their research processes.

Because of the high numbers of members in the Facebook groups and the many users in the Whatsapp group, it was not possible to get to know all the co-viewers involved in these practices, or to be completely sure that all participants were aware of the study. This is because the groups' membership grew over the months of the study. However, this was an opportunity to understand that ethical decision-making and informed consent when facing a vast volume of people and information, comes from the posture and decisions that the researcher takes according to the encountered context. It depends on the position that the researcher assumes, by striving to protect participants from harm and not looking at the SNS content as only text, but as part and property of the human participants.

Future research would extend the themes and methods explored in this study. The research approach and applied methods should be explored in similar and different contexts of viewing. For example, it would be interesting to research co-viewing in other television genres or within other types of viewing that are not marked by the broadcasting time.

In conclusion, this study has applied fundamental developments in methodological aspects for doing a case study on a live phenomenon such as co-viewing in social media and instant messaging applications while using a qualitative approach that followed the ethical protocols of informed consent. The original and significant contributions of this study will be further explored to better understand our expanding connected sociality.

Bibliographic references

Ang, I. (1991). *Desperately seeking the audience*. London: Routledge.

Araújo, W. & Pires de Sá, F. (2016) Facebook's algorithms and its opaque design of transparency: how followers of the most popular Brazilian TV show perceive their news feed. In T. Martínez & J.L. Marzo (Eds.), *Interface politics* (pp. 609-623). Barcelona: GREDITS.

Atencio, R. (2014). *Memory's turn: reckoning with dictatorship in Brazil*. Madison: University of Wisconsin Pres.

Ball, S., Bogatz, G.A., Creech, R., Ellsworth, R. & Landes, S. (1970). *The first year of sesame street: an evaluation. Final report.* Retrieved from http://files.eric.ed.gov/full- text/ED047823.pdf

Dezfuli, N., Khalilbeigi, M., Mühlhuser, M. & Geerts, D. (2011). A study on interpersonal relationships for social interactive television. In *Proceedings from EuroITV '11: the ninth international interactive conference on interactive television* (pp. 21-24). New York: ACM.

Estalella, A. & Ardèvol, E. (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. F*orum Qualitative Social Research, 8*(3), 1-25. doi: 10.17169/fqs-8.3.277

Eynon, R., Fry, J. & Schroeder, R. (2008). The ethics of internet research. In J. Hughes (Ed.), *Sage internet research methods* (pp. 23-41). London: Sage.

Flyvbjerg, B. (2006). Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative Inquiry, 12*(2), 219-245. https://doi.org/10.1177/1077800405284363

Harris, R. J. & Cook, L. (2010). How content and co-viewers elicit emotional discomfort in moviegoing experiences: where does the discomfort come from and how is it handled? *Applied Cognitive Psychology, 25*(6),850-861. doi: 10.1002/acp.1758

Hine, C. (2008). Virtual ethnography: modes, varieties, affordances. In N. Fielding, R. M. Lee & G. Blank (Eds.), *The Sage handbook of online research methods* (pp. 257-270). Los Angeles: Sage.

Holt, J. & Sanson, K. (2014). Introduction. In J. Holt & K. Sanson (Eds.), *Connected viewing: selling, streaming, & sharing media in the digital era* (pp. 1-17). New York and London: Routledge.

Kitchin, R. (2014). *The data revolution*. London: Sage.

Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. J*ournal of Marketing Research, 39*(1), 61-72. doi: 10.1509/jmkr.39.1.61.18935

Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: doing ethnographic research online*. London: Sage.

Lopes, M. I. V. (2000). Metodologia para o estudo da recepção de telenovelas no Brasil. *Comunicação e Sociedade, 14*(1-2), 93-112. doi: 10.17231/comsoc.2(2000).1386

Lopes, M. I. V., Borelli, S. H. S. & Resende, V. R. (2002). *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus Editorial.

Lopes, M. I. V. (2009) Telenovelas as a communicative resource. *Matrizes, 3*(1), 1-23. doi: 10.11606/issn.1982-8160.v3i1p21-47

Lopes, M. I. V. (2012). A case study on transmedia reception: fandom on facebook and social issues in the Brazilian telenovela Passione. *Anàlisi: Quaderns De Comunicació i Cultura* (Vol Especial), 111-132.

Lopes, M. I. V. (2014). Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. *Matrizes*, *8*(1), 65-80. doi: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p65-80

Madejski, M., Johnson, M. & Bellovin, S.M. (2011). The failure of online social network privacy settings. Department of Computer Science, Columbia University, Tech. Rep. CUCS-010-11, 1-20. Retrieved from https://fpf.org/wp-content/uploads/2011/07/The Failure of Online Social Network Privacy Settings.pdf

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Ediciones G. Gili.

McDonald, D. G. (1986) Generational aspects of television coviewing. Journal of Broadcasting & Electronic Media 30(1), 75-85. doi: 10.1080/08838158609386609

Markham, A., Buchanan, E. & AoIR Ethics Working Committee. (2012). E*thical Decision making and internet research – version 2.0*. Retrieved from http://www.dphu.org/uploads/attachements/books/books_5612_0.pdf

Moe, H., Poell, T. & van Dijck, J. (2016). Rearticulating audience engagement social media and television *Television & New Media, 17*(2), 99-107. doi: 10.1177/1527476415616194

Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *IT professional, 9*(4), 34-41. doi: 10.1109/MITP.2007.78

Miller, T. & Boulton, M. (2007). Changing constructions of informed consent: qualitative research and complex social worlds. *Social Science & Medicine, 65*(11): 2199-2211. doi: 10.1016/j.socscimed.2007.08.009

Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in context: technology, policy, and the integrity of social life*. Stanford: Stanford University Press

Noy, C. (2008). Sampling knowledge: the hermeneutics of snowball sampling in qualitative research. *International Journal of Social Research Methodology, 11*(4), 327-344. doi: 10.1080/13645570701401305

Orozco, G. G. (1993). Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, 15*, 31-44.

Pink, S., Lanzeni, D. & Horst, H. (2018). Data anxieties: finding trust in everyday digital mess. *Big Data & Society*, January-June, 1-14. doi: 10.1177/2053951718756685

Pires de Sá, F. & Roig, A. (2016). Challenging prime time television: co-viewing practices in the Brazilian telenovela. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 22*(4), 392-407. doi: 10.1177/1354856516641623

Pires de Sá, F. (2017). Connected co-viewing on Facebook: a Brazilian telenovela and the perception of media realism. *Television and New Media*, 1-14. doi: 10.1177/1527476417741672

Pires de Sá, F., Araújo, W. & Roig, A. (2017). Narrativa de los usuarios: los usos de plataformas y tecnologías digitales en nuestras prácticas creativas cotidianas. *Rizoma, 5*(2), 8-16. doi: 10.17058/rzm.v5i2.11528

Reilly, P. & Trevisan, F. (2016). Researching protest on Facebook: developing an ethical stance for the study of Northern Irish flag protest pages. *Information, Communication & Society, 19*(3), 419-435. doi. 10.1080/1369118X.2015.1104373

Rubin, A. & Babbie, E. R. (2016). *Empowerment series: research methods for social work*. Boston: Cengage Learning.

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (2015). Pesquisa Brasileira de Mídia. 2015. Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira. Retrieved from http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf/

Stake, R. E. (2005). Qualitative case studies. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (pp. 443-466). Thousand Oaks: Sage.

Thomas, G. (2015). *How to do your case study*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage.

Yin, R. K. (2003). *Case study research: design and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Biographic Note

Fernanda Pires de Sá is a postdoctoral researcher in the Mediaccions: Digital Culture Research Group at the Open University of Catalonia. She holds a PhD in Information and Knowledge Society from the same institution. Her main research interests include digital methods, qualitative methods, co-viewing, social practices, popular culture, and digital materialities.

E-mail: fpires@uoc.edu
Address: Universitat Oberta de Catalunya
Avinguda del Tibidabo, 39, 08035 Barcelona, Spain

*** Submitted: 30.11.2017**
*** Accepted: 15.03.2018**

Leituras | Book reviews

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 427 – 429
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2925

Eiroa, M. & Barranquero, A. (2017) *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Madrid: Editorial Síntesis.

Eduardo Francisco Rodríguez Gómez

A necessidade de analisar o panorama da Comunicação nas sociedades em que estamos imersos resultou na legitimação de um campo interdisciplinar, cada vez mais atraente para muitos profissionais e académicos. Consequentemente, a publicação de livros como este é mais do que justificada, especialmente se levarmos em conta a importância da investigação para a maioria dos estudos de graduação e pós-graduação em comunicação, os quais, por outro lado, se multiplicaram exponencialmente nos últimos anos. É verdade que a literatura sobre metodologias de investigação nesta área é bastante ampla, também em editoras de prestígio como a Síntesis, que já havia publicado uma monografia anterior sobre o assunto (Igartua & Humanes, 2010). Alguns desses livros constituem abordagens gerais, enquanto outros tratam, de maneira específica, de métodos quantitativos, qualitativos ou experimentais. Da mesma forma, as revistas científicas oferecem um grande número de artigos que abordam os desafios metodológicos que os novos problemas de comunicação suscitam, e que, em muitos casos, adiantam procedimentos inovadores que mais tarde hão-de ser assumidos pela Academia.

Neste cenário, a tarefa de escrever um novo texto sobre Metodologias de Investigação diferente dos anteriores é um desafio que os autores resolveram com sucesso indubitável. Em primeiro lugar, este livro adota o axioma "aprende-se a investigar investigando", já que é a própria prática de investigação que estrutura o guião central da obra, através do recurso efetivo a casos especificamente selecionados; ou seja, exercícios práticos ajustados gradualmente aos objetivos de cada capítulo. Assim, os diferentes métodos são acompanhados por uma reflexão teórica muito informativa, que permite associar as metodologias às principais referências e escolas das teorias da comunicação. Em segundo lugar, este trabalho oferece uma visão abrangente de diferentes técnicas, incluindo as mais importantes e mais utilizadas neste campo: inquéritos, entrevistas, análise de conteúdo, experimentação, etc. Estruturado em duas partes e nove capítulos, este livro oferece, em terceiro lugar, material de apoio interessante, não só no corpo do texto, mas também nas ligações que remetem para o projeto online, que inclui tabelas explicativas, exercícios práticos e bibliografia específica para cada um dos capítulos, que são, por si só, material muito útil para futuros estudantes e pesquisadores.

A primeira parte inclui um único capítulo, que explica as fases iniciais de qualquer processo de investigação: o momento em que os objetivos, hipóteses ou objetos de estudo são propostos. Nesta etapa, os autores perguntam-se por quê, para quê, como, quando e o que é essencial para investigar, e falam acerca da necessidade de um estádio

incipiente de reflexão no qual o trabalho empírico posterior venha a repousar. Na segunda parte, encontramos uma descrição das diversas técnicas – rotuladas com títulos indicativos da sua utilidade, tais como "desvendar", "conhecer" ou "examinar" – através dos quais os autores pretendem facilitar o processo de decisão dos investigadores na altura de escolher o método mais apropriado. Estes são os capítulos que revelam os fundamentos e as operações básicas a serem realizadas quando se conduz inquéritos, entrevistas, técnicas de conversação de diversos tipos, análise de conteúdo e do discurso ou experimentação.

Para além destas formas clássicas de obter conhecimento, Eiroa e Barranquero incluíram um capítulo sobre a análise da dinâmica jornalística da imprensa clássica e da digital, que apresenta propostas de categorização para analisar as manchetes das notícias, uma contribuição original relativamente a outras obras sobre metodologia. Da mesma forma, consideramos audacioso e inovador o capítulo que toma a seu cargo o estudo da Internet e das plataformas digitais, no qual as técnicas são desenhadas em função dos diferentes formatos da Internet, da estrutura das hiperligações ou do ambiente complexo das redes sociais, acerca das quais é desenvolvida uma boa parte da investigação em Comunicação atual. Em conjunto com a explicação dos processos, também são interessantes as ligações e URL que direcionam os leitores para novas possibilidades e recursos para investigar. De facto, os autores apelam constantemente para aquilo a que chamam a "imaginação comunicacional", um exercício auto-reflexivo acerca da necessidade de adaptar e reinterpretar os métodos existentes às necessidades específicas de cada objeto de estudo. Tendo em mente que a investigação sobre a Internet tem tido quase sempre uma natureza exploratória e experimental, devem ser levadas em conta as propostas dos autores.

O capítulo dedicado a "desvendar o conteúdo das mensagens" também tenta combinar contributos das tradições quantitativa – a análise de conteúdo – e qualitativa – análise crítica do discurso, narratologia, etc. – na abordagem aos textos comunicativos, apelando a uma triangulação metodológica que compreenda que já não há métodos mais ou menos adequados para o estudo da comunicação. O último capítulo, dedicado a descrever tendências contemporâneas na investigação na área, encoraja a que se procure evitar qualquer tipo de determinismo na interpretação de novos objetos, já que os métodos hoje apresentados como inovadores e adequados para tirar partido das potencialidades do digital não são mais do que uma reencenação de instrumentos do passado, que foram já previamente certificados por uma miríade de investigações.

Para concluir, recomendamos a leitura deste livro a quem queira iniciar-se no mundo emocionante da investigação em Comunicação, visto que é um guia completo, atualizado e muito estimulante sobre os diferentes caminhos que existem hoje para abordar em profundidade os papel dos média como construtores da realidade social. A sua natureza informativa também o torna útil para professores, já que os seus contributos clarificam muitas das dúvidas que tanto professores como estudantes enfrentam quando selecionam e usam os métodos de uma perspetiva adequada.

Referência bibliográfica

Igartua, J. J. & Humanes, M. L. (2010). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Nota biográfica

Eduardo Francisco Rodríguez Gómez é Professor adjunto do Departamento de Jornalismo e Comunicação Audiovisual da Universidade Carlos III de Madrid. Doutor em Média pela mesma universidade e Mestre em Comunicação de Massas pela London Metropolitan University, a sua atividade de pesquisa centra-se no jornalismo investigativo, no Terceiro Setor da Comunicação e na análise da qualidade da pesquisa em comunicação. É co-fundador da RICCAP (Rede Comunitária, Alternativa e Participativa de Pesquisa em Comunicação) e membro dos grupos de investigação: Estudos de Comunicação Local (LOCALCOM), da Universidade Autónoma de Barcelona, e Pesquisa sobre Práticas Sociais em Comunicação (MAPCOM), da Universidade Rey Juan Carlos.

E-mail: edrodrig@hum.uc3m.es
Morada: Universidad Carlos III de Madrid
Edificio Ortega y Gasset
Calle Madrid, 133. 28903 Getafe, Madrid

*** Submetido: 30.11.2017**
*** Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 431 – 433
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2926

Eiroa, M. & Barranquero, A. (2017) *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Madrid: Editorial Síntesis.

Eduardo Francisco Rodríguez Gómez

The need to analyze the communication landscape in the societies we are immersed in has resulted in the legitimization of an interdisciplinary field increasingly attractive to many professionals and academics. Consequently, the publication of books such as this one is more than justified, especially if we take into account the importance of research for most of the undergraduate and postgraduate studies in communication, which, on the other hand, have been exponentially multiplied in recent years. It is true that the literature on research methodologies in the area is quite broad, even within prestigious publishers such as Síntesis, which had already published a previous monograph on the subject (Igartua & Humanes, 2010). Some of these books constitute general approaches, while others deal, in a specific way, with quantitative, qualitative or experimental methods. Likewise, academic journals offer a large number of articles facing the methodological challenges that new communication problems raise, and that in many cases advance innovative procedures that will later be assumed by the Academy.

In this scenario, the task of writing a new text on research methodologies different from the previous ones, is a challenge that the authors have resolved with undoubted success. First, this book is adapted to the axiom "one learns to investigate researching", as the very practice of research draws up the core script of the monograph through the effective recourse of selected cases; that is, practical exercises gradually adjusted to the objectives of each chapter. Hence, the different methods are accompanied by a very informative theoretical reflection that allows to connect the methodologies with the major references and schools of communication theories. Second, the work offers an extensive view of different methodological techniques, including the most important and most used in this field: surveys, interviews, content analysis, experiments, etc. Structured in two blocks and nine chapters, this book offers, third, an interesting support material not only in the body of the text, but also in the web linked to the project, which includes explanatory tables, practical exercises and specific bibliography for each of the chapters, which are, on their own, very useful material for future students and researchers.

The first block includes a single explanatory chapter of the initial phases of any research process: the moment in which the objectives, hypotheses or objects of study are proposed. In this phase the authors ask themselves why, what for, how, when and what is required to research, and talk about the need for an incipient stage of reflection on which later empirical work will settle. In the second block we find a description of the

various techniques – labelled with titles indicative of their usefulness, such as "unveiling", "knowing" or "examining" – with which the authors aim to facilitate the researchers' decision-making process when it is time to choose the most appropriate method. These are chapters that reveal the fundaments and basic operations to be performed when conducting surveys, interviews, conversational techniques of various types, content and discourse analysis, or experiments.

In addition to these classic systems of obtaining knowledge, Eiroa and Barranquero have included a chapter on the analysis of the journalistic dynamics of the classical and digital press that presents categorization proposals for the examination of the news headlines, a novel contribution with respect to other methodological works. Likewise, we consider the chapter that undertakes the study of Internet and digital platforms audacious and innovative, where techniques are drawn upon the different formats of Internet, the structure of hyperlinks or the complex environment of social networks in which a good part of current Communication Research is developed. Together with the explanation of the processes, links and URLs that direct readers to new possibilities and research resources are also interesting. In fact, the authors constantly appeal to what they call the "communicational imagination", a self-reflective exercise on the need to adapt and reinterpret existing methods to the specific needs of each object of study. Bearing in mind that Internet research almost always has an exploratory and sometimes experimental nature, the formulas that the authors present deserve to be appreciated.

The chapter dedicated to "unveiling the content of messages" also tries to combine contributions from quantitative traditions – content analysis – and qualitative – critical discourse analysis, narratological schools, etc. – to approach communication texts, calling for a necessary methodological triangulation that understands that there are no more or less adequate methods for the study of communication. The last chapter, aimed to describe contemporary trends in the study of the field, encourages avoiding all kinds of technological determinism in the interpretation of new objects, as many of the methods presented today as innovative and suitable to take advantage of the digital potentialities, they are nothing more than a re-enactment of instruments from the past that have been endorsed by a myriad of previous investigations.

To conclude, we recommend reading this book to those people willing to start in the exciting work of Communication Research, since it is a complete, updated and very suggestive guide of the different existing paths today when it comes to deeply addressing the role of media as constructors of social reality. Its informative nature also makes it useful for lecturers, given that their contributions clarify many of the unknowns that both teachers and students face when they select and use the methods from an appropriate perspective.

Bibliographic reference

Igartua, J. J. & Humanes, M. L. (2010). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Biographical note

Eduardo Francisco Rodríguez Gómez is an Assistant professor at the Department of Journalism and Audiovisual Communication of the Carlos III University of Madrid. PhD in Media from the same university and MSc in Mass Communication from the London Metropolitan University, his research activity is focused on investigative journalism, on the Third Sector of communication and on the analysis of the quality of Communication Research. He is co-founder of RICCAP (Community, Alternative and Participative Communication Research Network) and member of the research groups: Local Communication Studies (LOCALCOM), of the Universitat Autònoma de Barcelona, and Research on Social Practices in Communication (MAPCOM), of the Rey Juan Carlos University.

E-mail: edrodrig@hum.uc3m.es
Address: Universidad Carlos III de Madrid
Edificio Ortega y Gasset
Calle Madrid, 133. 28903 Getafe, Madrid

* **Submitted: 30.11.2017**
* **Accepted: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 435 – 440
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2927

Antoine, F. (Ed.) (2016). *Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique*. Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur.

Madalena Oliveira

Para o artista – o pintor, o escultor ou o escritor –, o ponto de vista é o ponto a partir do qual o objeto real é observado, examinado, contemplado e compreendido. É o ponto de distância a que a realidade se oferece ao olhar e ao sentir. De acordo com as definições correntes, o ponto de vista corresponde, assim, a um modo de ver ou julgar, por tudo o que ver implica de ajuizar, avaliar e conceber. Numa aceção puramente visual do conceito, Teresa Mendes Flores lembra que "o ponto de vista expressa a relação que se estabelece entre o objeto representado e a posição de onde ele é visto ou visualizado pelo seu produtor ou espectador" (Flores, s.d.). É o lugar, físico e/ou simbólico, de onde o artista constrói a noção de perspetiva, traça o enquadramento e apreende a composição de conjunto. É, enfim, no limite, a posição de onde se exerce uma espécie de *Weltanschauung*, uma visão do mundo orientada por valores culturais e por uma certa cartografia de conhecimentos prévios que determinam a cada momento o que os olhos levam à imagem do objeto.

Tal como a arte, também a ciência é uma forma de assinalar pontos de vista. Para o cientista, como para o artista, é à distância de um ponto de observação que o objeto ganha forma e é cognoscível. Todo o trabalho científico é, por isso, um trabalho de eleição não apenas de um objeto de estudo mas também de um ponto de vista. Por isso, todo o trabalho de investigação pressupõe considerar um tema ou uma matéria no seu contexto, ou seja, nas suas circunstâncias de existência, para então se decidir por que vias lhe aceder ou por que métodos fazer o caminho de aproximação e delimitação. No campo científico, a noção de ponto de vista é, por isso, um equivalente da relativização da experiência, a consciência de que o objeto não é nunca apreensível como um todo, sendo, pelo contrário, tomado sempre a partir de um ângulo construído.

Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique é, antes de mais, um livro sobre pontos de vista, as perspetivas que o olhar do cientista social pode, no quadro das Ciências da Comunicação, desenhar quando se fixa na rádio como meio de produção e difusão de conteúdos. Admitindo que "os estudos sobre a rádio conhecem atualmente uma renovação de interesse tanto no mundo académico como entre os estudantes e profissionais do setor" (p. 14), Frédéric Antoine, que editou esta obra coletiva, inscreve a publicação na categoria dos manuais ou livros instrumentais. "A sua intenção", explica, "não é apresentar resultados de investigação, mas dizer *como* se conduz uma investigação sobre rádio" (p. 13). Pensado como uma resposta a uma lacuna global – "a

inexistência, pelo menos em língua francesa, de um manual metodológico específico ao estudo da rádio" (p. 15), este livro apresenta-se assim como uma "descoberta dos horizontes da investigação próprios do mundo da rádio e dos seus modos de apropriação no quadro de um procedimento científico" (p. 18).

Organizados em oito capítulos, os vários contributos dos 16 autores que responderam ao desafio de sistematizar temas e métodos de abordagem científica ao espaço radiofónico constituem um testemunho da diversidade de interesses de que se pode investir o meio rádio. Sem equivalente exato, porque "não entra em redundância com nenhuma outra obra académica" como sugere Jean-Jacques Cheval no prefácio (p. 7), este livro representa não apenas um exercício de reflexão epistemológica sobre o estatuto científico da rádio como também um inventário da paleta de cores e das espessuras de traços a partir dos quais o investigador pode retratar o setor radiofónico.

Embora demasiadas vezes tomada como meio desconhecido (Fau Belau, 1981), esquecido (Pease & Dennis, 1995) e negligenciado, motivação para uma espécie de "secreto prazer" e simultaneamente para uma tímida atenção pública (Lewis, 2000), a rádio de que se fala neste livro não é um objeto de investigação recente. Como assinalam nas páginas introdutórias Jean-Jacques Cheval, Christophe Deleu e Albino Pedroia, "à semelhança de todos os outros média, a radiodifusão é um domínio, um objeto, em que todas as problemáticas dos estudos mediáticos, comunicacionais e mais vastamente das Ciências Sociais e Humanas, se podem colocar e encontrar de maneira pertinente e produtiva" (p. 29). Para além disso, ainda que relegada para um segundo plano, primeiro graças à emergência da televisão e depois ao fascínio da internet, a rádio tem sido, segundo Frédéric Antoine e Laurent Gago, "um meio que não perdeu o seu vigor (as audiências o testemunham) e que soube adaptar-se às evoluções técnicas", razão pela qual "pode/deve hoje ser estudada (...) com criatividade científica" (p. 31).

É certo que o estudo de uma das principais dimensões da rádio se reveste de uma particularidade ímpar no campo da comunicação – o facto de a matéria que dá corpo à expressão deste meio se definir por uma intangibilidade e consequente impossibilidade de "suspensão" no tempo. Por isso, "por dificuldades até de arquivo e de manipulação, o som oferecia pouca atratividade como objeto de investigação", o que fazia da rádio "um suporte frágil para incursões empíricas" (Oliveira, 2013, p. 84). Para os autores de *Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique*, no entanto, os métodos empíricos prototípicos mais frequentes nas Ciências da Informação e da Comunicação têm sido úteis para a análise da rádio, deles se socorrendo as diversas disciplinas das Ciências Sociais e Humanas em que se têm alistado os estudos neste domínio. Com enfoque na história, na dimensão tecnológica, nas abordagens socioeconómicas e sociopolíticas, na relação com a noção de espaço público, na associação com os princípios experimentais da psicologia, na articulação com os interesses da sociolinguística, da pragmática e da perspetiva conversacional, assim como na exploração artística e cultural, na vertente educativa e na perspetiva da comunicação para o desenvolvimento, o estudo da rádio inscreve-se, no prisma deste livro, "logicamente no coração das Ciências do Homem" (p. 35).

Sem a pretensão de lembrar sistematicamente as abordagens específicas de cada uma destas disciplinas, os capítulos e subcapítulos deste manual constituem sobretudo uma proposta de identificação de modos de olhar a rádio para lá do discurso enamorado de profissionais e académicos seduzidos pelo seu caráter emotivo. Com uma estrutura mais ou menos comum, as secções alinham-se em três pontos principais: o objeto de estudo, as disciplinas e métodos e as aplicações sugeridas a partir de cada eixo de análise. Aí se exprime o caráter assumidamente didático do livro que se estende pela opção por uma linguagem explicativa que não se dispensa de considerar as interrogações próprias de todo o processo de investigação. Como delimitar o objeto? Que métodos serão mais apropriados para o analisar? Que questões de investigação formular?

O primeiro capítulo responde a estas interrogações sob o prisma dos atores da rádio. Se no caso dos atores estruturais – que reúnem os operadores – se sugere uma abordagem pluridisciplinar, que vai desde os aspetos tecnológicos às questões de regulação do setor, no quadro dos chamados atores internos em que se agrupam especialmente os animadores, sonoplastas e jornalistas recomenda-se o recurso à sociologia das profissões, aconselhando-se inclusive obras da área da sociologia do trabalho, na medida em que discutem as relações entre grupos profissionais, bem como as suas condições de trabalho.

A oferta radiofónica é, de acordo com este manual, outro vetor temático em torno do qual se podem organizar trabalhos de investigação especialmente dedicados aos suportes de difusão e escuta, à tipologia das rádios e às grelhas de programação. Ao considerar a estruturação jurídica das emissoras, o seu modelo económico e de governação ou a estruturação dos programas, este capítulo examina o potencial do método tipológico, sugerindo que a produção de conhecimento científico também se apoia em classificações e categorias, técnicas utilizadas como modo de apreensão do real. Para Étienne Damome, que assina esta secção específica, "a tipologia apresenta um duplo interesse", porque "os seus critérios de discriminação permitem insistir nas tensões inerentes ao campo estudado" e porque, por outro lado, "as classificações permitem identificar a proximidade ou o distanciamento entre os diferentes elementos e, portanto, delinear uma carta de diferentes casos em presença" (p. 74). É também na classificação e categorização que insiste o editor da obra, considerando-as etapas importantes para a comparação entre diversas estações e para a problematização das suas estratégias de programação.

Outra forma de estudar a rádio é através da análise dos dispositivos de produção. Assente num procedimento etnográfico do trabalho radiofónico, esta abordagem beneficia de métodos como a entrevista, a análise de documentos, a análise conversacional e a captura de imagens, fotográficas ou videográficas. Não obstante o caráter invisual da produção radiofónica – que se define pelo facto de o meio não providenciar imagens visuais das coisas a que se refere, como lembram Guy Starkey e Andrew Crisell (2009, p. 102) – é na observação como método, inclusive na hipótese de observação participante, que se fundamenta a proposta desta espécie de etnografia da elaboração e realização de programas. Já para a análise da interação discursiva sugere-se uma abordagem mais psicológica e sociológica, que possa recorrer a inquéritos, questionários e testes comparativos.

No capítulo quatro, mais longo do que os anteriores, os autores inventariam o material radiofónico, isto é, os elementos de que se compõe a diversidade sonora na rádio, como a música e a voz. Focando então na produção radiofónica do sentido, sugerem que "se trata de apreender o discurso radiofónico não somente como discurso verbal, mas", em conformidade com a proposta de uma abordagem sociossemiótica, "como um conjunto de mensagens, de mediações, de objetos, de situações, de significações, cuja compreensão não pode ser dissociada das suas condições de produção e de receção" (pp. 99-100). Reconhecido como "um meio particularmente adaptado para contar histórias" (p. 105), a rádio presta-se também a análises de narratologia, centradas nos géneros – ficcional, dramático e informativo –, na estrutura, marcada por uma temporalidade e por uma espacialidade, e nas personagens. "Narrar radiofonicamente", anota-se a este propósito, "também é uma questão de estilo" (p. 108). É por isso que a rádio também é uma ferramenta para analisar a evolução da língua, até porque "as rádios são elos do modelo de circulação de neologismos" (p. 115). Considerando, por outro lado, que "a voz está carregada de sentido expressivo" (p. 117), a secção dedicada a este instrumento privilegiado de comunicação radiofónica sugere a valorização das qualidades vocais, como a entoação, a intensidade e o ritmo, tanto do ponto de vista da produção como da receção, com vista à descrição da identidade de uma estação emissora. Mas é à semiótica que os autores regressam para tratar a materialidade do som e do seu sentido. Sem contrariar a dimensão técnica do som, Christophe Deleu e Hervé Glevarec lembram que o som pode ser também apreendido na sua dimensão imaginária, porque "o ouvinte de rádio está numa situação acusmática, isto é, não vê aquilo que está a produzir o som", está mergulhado numa espécie de alucinação auditiva, ou "fantasma sensorial" no dizer de Michel Chion (1994).

O capítulo quinto propõe dividir as emissões radiofónicas em termos de género, de condições de produção e de conteúdos difundidos. Num retorno à categorização como ferramenta do trabalho científico, nesta secção admite-se que "analisar as emissões em termos de géneros exige uma metodologia rigorosa" (p. 136). Classificar segundo certos critérios é, no entanto, uma tarefa que "releva de decisões humanas" e que "comporta uma parte de arbitrariedade", até porque "a pertença a um género não é de ordem biológica". Ora, na base desta constatação, reafirmando a vocação pedagógica do livro, avisa-se o leitor de que

> o investigador deve fazer prova de uma certa prudência e de uma certa distância para definir um género e classificar as emissões em tal ou tal categoria, mesmo nas situações em que o consenso, tanto em termos de condições de produção como de receção, parece impor-se. (p. 136)

Relativamente às condições de produção, o contributo de *Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique* apresenta-se na forma de questões (ex. em que estação o programa é difundido? Quem é visado? Que constrangimentos económicos?...), sugerindo-se o recurso à observação no terreno e a técnicas de inquérito (entrevistas diretivas, semidiretivas...) com os profissionais. Se esta proposta parece relativamente

vaga ou insuficientemente esclarecedora para um investigador júnior, em matéria de conteúdos as indicações metodológicas estão favorecidas por práticas relativamente bem estabelecidas no domínio das Ciências Sociais e Humanas. Aqui Étienne Damome e Séverine Equoy Hutin privilegiam a análise de conteúdo, considerada um "método eficaz para analisar documentos sonoros" tanto em termos quantitativos como em termos qualitativos (p. 147), e a análise de discurso, que "tem por objetivo estudar um documento na sua articulação ao contexto e às condições socio-históricas em que é produzido" (p. 148).

Num desvio à matriz exclusivamente acústica da rádio, o capítulo seis sugere analisar os conteúdos visuais e audiovisuais associados à rádio. Embora o livro seja praticamente omisso à questão do *design* sonoro, num capítulo dedicado à expressão da rádio na internet, Laurent Fauré e Laurent Gago falam de *web design* e notam que "filmar a rádio constitui uma das inovações introduzidas com recursos da web" (p. 162). Ainda que um estudo realizado entre 2012 e 2015 sobre a acomodação das rádios portuguesas na internet tenha concluído que, ao contrário do expectável, a rádio é pouco sonora na web (Oliveira, 2016), para os autores deste subcapítulo, o estudo da *mise en scène* da rádio na internet, a que a sociologia das inovações pode dar um contributo, permite conhecer novas modalidades mediáticas. Num artigo publicado em 2011, na revista *Comunicação e Sociedade*, Juan José Perona mencionava o conceito de *sonosfera digital* (Perona Paez, 2011), para falar da adaptação da rádio a dispositivos móveis. Referia-se, no entanto, quase exclusivamente ao território de escuta. Fauré e Gago, por seu lado, expandem o interesse na web também para outras formas de interação, em que a rádio experimenta, por exemplo, a linguagem das redes sociais.

Focado no conceito de audiência, o penúltimo capítulo deste manual assinado por investigadores do Group de Recherche et d'Études sur la Radio não descuida uma análise dos públicos e dos usos da rádio. Do ponto de vista quantitativo, repete a fórmula metodológica já clássica neste domínio: a dos inquéritos por questionário. As entrevistas e observações da escuta e dos dispositivos de escuta, assim como a análise de dados são propostas para uma análise qualitativa, centrada na pergunta "Porque se escuta?". Estudada desde as primeiras décadas do século XX, a influência da rádio na opinião pública compagina-se com uma abordagem na perspetiva dos efeitos que encontra na psicologia enquadramento para metodologias experimentais que põem em prática protocolos de observação.

Se os capítulos descritos até este ponto correspondem a propostas de construção de um discurso científico sobre a rádio, o capítulo final de *Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique* fixa-se no interesse de um estudo metadiscursivo, uma espécie de categoria crítica tão útil para conhecer as representações que outros média produzem sobre a rádio como o metajornalismo para refletir sobre a prática jornalística (Oliveira, 2004). Com suporte na metodologia da análise de conteúdo, este tipo de investigação, que toma a rádio como sujeito de outras produções culturais mediáticas como a imprensa, a televisão, o cinema, a banda desenhada ou a literatura, bem como das suas próprias produções, sugere, em última linha, que o meio rádio continua a despertar o interesse

das indústrias criativas. E reforçando o argumento central de todo o livro, neste ponto de chegada, também esta derradeira sugestão de análise sustenta a ideia de que "a pesquisa sobre a rádio é, em todo o caso, promessa de um belo futuro" (p. 207).

Referências bibliográfica

Chion, M. (1994). Audio-vision: sound on screen. Nova Iorque: Columbia University Press.

Fau Belau, Á. (1981). Radio. Introducción al estudio de un medio desconocido. Madrid: Editora Latina.

Flores, T. M. (s.d.). Ponto de vista. Obtido de Dicionário crítico de arte, imagem, linguagem e cultura. Retirado de http://www.arte-coa.pt/index.php?Language=pt&Page=Saberes&SubPage=ComunicacaoELinguagemImagem&Menu2=Visualidade&Slide=45&Filtro=45

Lewis, P. M. (2000). Private passion, public neglect. The cultural status of radio. *International Journal of Cultural Studies, 3*(2), 160-167.

Oliveira, M. (2004). Metajornalismo – o ofício que nasceu na sombra da modernidade. *Comunicação e Sociedade, 5*, 75-83.

Oliveira, M. (2013). A história surda dos estudos de rádio e os desafios da investigação sobre as significações do ouvir. *Significação, 39*, 71-87.

Oliveira, M. (2016). A rádio numa sociedade dura de ouvido. *Jornalismo & Jornalistas, 61*, 40-43.

Pease, E. & Dennis, E. (1995). *The forgotten medium*. New Burnswick: Transaction Publishers.

Perona Paez, J. J. (2011). A rádio no contexto da sonosfera digital: perspectivas sobre um novo cenário de recepção sonora. *Comunicação e Sociedade, 20*, 63-75.

Starkey, G. & Crisell, A. (2009). *Radio Journalism*. Londres: Sage.

Nota biográfica

Madalena Oliveira é Professora Associada do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho e membro do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Ensina Semiótica, Comunicação e Linguagens e Jornalismo e Som. É vice-presidente da Sopcom – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. É *chair* da secção de Estudos de Rádio da ECREA. Integra o Fórum Ibero-americano de Pós-Graduação, uma comissão de assessoramento da Confibercom – Confederação Ibero-americana das Associações Científicas e Académicas de Comunicação e coordena com Helena Sousa o Observatório de Políticas Públicas para a Comunicação do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

E-mail: madalena.oliveira@ics.uminho.pt

Morada: Instituto de Ciências Sociais, 4710-057-Braga, Portugal

*** Submetido: 30.11.2017**

*** Aceite: 15.03.2018**

Comunicação e Sociedade, vol. 33, 2018, pp. 441 – 446
doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2928

Antoine, F. (Ed.) (2016). *Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique*. Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur.

Madalena Oliveira

For an artist – a painter, sculptor or writer – the point of view is the place from which a real object is observed, examined, contemplated and understood. It is the place from which reality offers itself to be seen and felt, at a distance. According to current definitions, the point of view thus corresponds to a specific way of seeing or judging reality, encompassing everything implied by observation, in terms of judging, evaluating and conception. In a purely visual meaning of the concept, Teresa Mendes Flores recalls that "the point of view expresses the relationship established between the represented object and the position from which it is seen or viewed by its producer or spectator" (Flores, n.d.). It is the physical and / or symbolic place, from which the artist constructs the notion of perspective, frames the work, and perceives the composition as a whole. At the limit, it is the position that engenders a kind of *Weltanschauung*, a vision of the world orientated by cultural values, and by a certain mapping of prior knowledge that determines, at each moment, what the eye brings to the image of the object.

As with art, science is also a form of highlighting specific points of view. For the scientist, as for the artist, the object takes shape and is knowable at a distance, from a specific observation point. All scientific work, therefore, is based upon choosing not only the object to be studied, but also the point of view. As a result, all research work presupposes consideration of a theme or a subject from its specific context, i.e., the circumstances in which it exists, in order to decide how to access it, or what methods should be used to approach it and demarcate it. In the scientific field, the notion of point of view is therefore equivalent to relativisation of experience, the awareness that the object can never be understood as a whole, but is always taken from a constructed angle.

Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique is, first and foremost, a book about points of view, the perspectives that can be traced by the gaze of the social scientist, in the framework of Communication Sciences, when analysing radio as a means of content production and diffusion. Assuming that "studies in the field of radio are currently enjoying renewed interest, both in the academic world and among students and industry professionals" (p. 14), Frédéric Antoine, who edited this collective work, classifies this publication as a manual or instrumental book: "the goal of this work isn't to present research results, but rather to state how research into radio may be conducted" (p. 13). Perceived as a response to a global gap – "the lack, at least in the French language, of a specific methodological manual for research into radio" (p. 15), this book presents itself

as a "discovery of the specific horizons of research into the world of radio and its modes of appropriation in the framework of a scientific procedure" (p. 18).

Structured into eight chapters, the various contributions from the 16 authors who responded to the challenge of systematising the themes and methods used in scientific analysis of radio broadcasting highlight the diversity of interests that may be associated to this medium. Without an exact equivalent, because "it does enter into redundancy with any other academic work" as Jean-Jacques Cheval suggests in the preface (p. 7), this book not only represents an exercise in epistemological reflection on the scientific status of radio but also an inventory of the palette of colours and thickness of the lines that researchers can use when analysing the radio broadcasting sector.

Although it is often seen as an unknown (Fau Belau, 1981), forgotten (Pease & Dennis, 1995) and neglected medium, thereby motivating a kind of "secret pleasure" and simultaneously timid public attention (Lewis, 2000), the phenomenon of radio analysed in this book is not an object of recent research. As Jean-Jacques Cheval, Christophe Deleu and Albino Pedroia, point out in the introductory pages, "like all other media, radio broadcasting is a domain, an object, in which all the problems of media and communication studies, and more broadly the Social and Human Sciences, may be placed and encountered in a pertinent and productive manner" (p. 29). In addition, although radio has been relegated to a secondary position, firstly due to the emergence of television and then to the fascination of the internet, Frédéric Antoine and Laurent Gago consider that it is "a medium that has not lost its force (radio audiences testify to this fact) and has been able to adapt to technical developments", which is why "it can/should be studied today ... with scientific creativity" (p.31).

It is true that study of one of the main dimensions of radio involves a unique peculiarity in the field of communication – the fact that the material underpinning the expression of this medium is defined by an intangibility, and consequent impossibility of "suspension" in time. Hence, "due to difficulties, inclusively of archiving and manipulation, sound offered little attractiveness as a research subject", which rendered radio "a fragile medium for empirical incursions" (Oliveira, 2013, p. 84). However, for the authors of *Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique,* the prototypical empirical methods most frequently used in the Information and Communication Sciences have been useful in analysis of radio broadcasting, and have been used by the various disciplines of the Social and Human Sciences that have conducted studies in this domain. Focusing on history, the technological dimension, socio-economic and socio-political approaches, the relationship with the notion of public space, the association with experimental principles of psychology, articulation with sociolinguistic interests, pragmatism and the conversational perspective, artistic and cultural exploration, the educational field and the perspective of communication for development, this book considers that study of radio is logically inscribed "at the heart of the Human Sciences" (p. 35).

Without trying to systematically recall the specific approaches of each of these disciplines, the book's chapters and sub-chapters propose to identify different ways of looking at radio, beyond the impassioned discourse of professionals and scholars who are

seduced by its emotional character. All the sections observe a more or less common structure, and are aligned around three main points: the object of study, disciplines and methods and the applications suggested from each path of analysis. This conveys the supposedly didactic character of the book, that includes the option of using an explanatory language that does not dispense with the need to consider the specific questions associated to the entire research process. How to delimit the object? What methods will be most appropriate to analyse it? What research questions should be formulated?

Chapter one responds to these questions from the perspective of the actors operating within the field of radio. In the case of structural actors – encompassing radio broadcasters – a multidisciplinary approach is proposed, ranging from technological aspects to regulatory issues facing the sector. By contrast, for so-called in-house actors – including animators, sound designers and journalists – the authors recommend recourse to the sociology of the professions, including texts from the field of sociology of work – to the extent that they discuss the relations between professional groups and their working conditions.

The book suggests that radio broadcasting is another thematic vector around which research work can be organised, dedicated in particular to broadcasting and listening formats, the typology of radio stations and programming schedules. This chapter considers the legal structure of broadcasters, their economic and governance model, or the structuring of programmes, and then examines the potential of the typological method, suggesting that the production of scientific knowledge is also based upon classifications and categories – techniques used to understand reality. According to Étienne Damome, the author of this specific section, "the typology has a dual interest", because "its discrimination criteria enables us to focus upon the inherent tensions associated to the studied field" and because, on the other hand, "classifications make it possible to identify the proximity or distance between the different elements and, thereby map out the different cases in hand "(p. 74). The book's editor also focuses upon the classification and categorisation, considering them to be important steps for comparison between different radio stations and for analysis of their programming strategies.

Another way to study radio is through analysis of the production devices. Based on ethnographic analysis of radio work, this approach benefits from methods such as interviewing, document analysis, conversational analysis, and recording of photographic or video images. Notwithstanding the "invisible" nature of radio production – defined by the fact that the medium does not provide visual images of the things to which it refers, as Guy Starkey and Andrew Crisell (2009, p. 102) recall – the proposal of this kind of ethnographic research into the preparation and production of programmes is based upon observation as a research method, even using the hypothesis of participant observation. For analysis of discursive interaction, a more psychological and sociological approach is suggested, including use of surveys, questionnaires and comparative tests.

Chapter four, that is longer than the previous chapters, offers an inventory of radio material, i.e. the elements underpinning the diversity of sounds in radio broadcasting, such as music and voice. Focusing on how radio produces meaning, the chapter's

authors suggest that "it is a matter of understanding radiophonic discourse not only as a verbal discourse, but "in accordance with the proposal of a socio-semiotic approach, "as a set of messages, mediations, objects, situations, meanings, whose understanding cannot be dissociated from their conditions of production and reception "(pp. 99-100).

Recognized as "a medium that is particularly well suited to storytelling" (p. 105), radio also lends itself to narratogical analysis, focused on genres (fictional, dramatic and informative); structure, marked by temporality and spatiality; and characters. "Telling stories radiophonically", the authors note, "is also a matter of style" (p. 108). That is why radio is also a tool that can be used to analyse the evolution of language, inclusively because "radio stations provide connections within the model of circulation of neologisms" (p. 115). Considering, on the other hand, that "the voice is loaded with expressive meaning" (p. 117), the section dedicated to this privileged instrument of radio communication suggests valorisation of vocal qualities, such as intonation, intensity and rhythm, in terms of both production and reception, with a view to describing the identity of a radio station. But the authors return to the field of semiotics to address the materiality of sound and its meaning. Without contradicting the technical dimension of sound, Christophe Deleu and Hervé Glevarec recall that sound can also be understood in its imaginary dimension, because "the radio listener is in an acousmatic situation, i.e. he does not see that which is producing the sound", is immersed in a kind of auditory hallucination, or "phantom sensorial vision" in the words of Michel Chion (1994).

Chapter five proposes to divide radio broadcasts in terms of genre, conditions of production and the disseminated content. In a return to categorization as a tool of scientific work, this section admits that "analysing broadcasts in terms of genres requires a rigorous methodology" (p. 136). To classify using certain criteria is, however, a task that "relies on human decisions" and "carries an element of arbitrariness", inclusively because "belonging to a specific genre is not a biological fact". On the basis of this finding, reaffirming the pedagogical vocation of the book, the reader is warned that

> the researcher must display some caution and a certain distance to define a genre and classify broadcasts in such or such a category, even in situations where there seems to be a consensus, both in terms of the conditions of production and reception. (p. 136)

Regarding the conditions of production, the contribution of *Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique* is presented in the form of questions (e.g. which radio station broadcasts the programme, who it is targeted at, and the respective economic constraints?), suggesting use of field observation and survey techniques (structured interviews, semi-structured interviews ...) with industry professionals. If this proposal seems to be relatively vague, or insufficiently enlightening, for a junior researcher, in terms of content, the methodological indications are underpinned by relatively well established practices in the field of the Social and Human Sciences. In this case Étienne Damome and Séverine Equoy Hutin focus upon content analysis, which is considered to be an "effective method for analysing sound documents" in both quantitative and

qualitative terms (p. 147), and discourse analysis, which "aims to study a document in its articulation with the context and socio-historical conditions in which it is produced"(p. 148).

Digressing from the exclusively acoustic framework of radio, chapter six suggests analysis of the visual and audiovisual content associated with radio. Although the book is largely silent on the issue of sound design, in a chapter dedicated to the expression of internet radio, Laurent Fauré and Laurent Gago discuss web design, and note that "filming radio constitutes one of the innovations introduced by web resources" (p. 162). A study conducted between 2012 and 2015 on how Portuguese radio have hosted their services on the internet concluded that, contrary to expectations, radio is not very sound-orientated on the web (Oliveira, 2016). However the authors of this sub-chapter, state that study of the *mise en scène* of radio on the internet, which may include elements drawn from the sociology of innovations contribute, allows us to discover new media modalities. In an article published in 2011 in *Comunicação e Sociedade* Juan José Perona mentioned the concept of the digital sonosphere (Perona Paez, 2011), to talk about how radio has adapted to mobile devices. However, he almost exclusively referred to the field of listening. By contrast, Faure and Gago, expand their interest in the web to other forms of interaction explored by radio, e.g. the language of social networks.

Focused on the concept of audience, the book's penultimate chapter, written by the researchers of the Group de Recherche et d'Études sur la Radio includes analysis of radio uses and audiences. From a quantitative perspective, the methodological formula classically used in this field is once again applied: questionnaire surveys. Interviews and observation of listening and listening devices, as well as data analysis are proposed for the qualitative analysis, focused on the question "why do you listen?" Studied since the early decades of the twentieth century, the influence of radio on public opinion is combined with analysis of the effects, using the framework available in the field of psychology, in terms of experimental methodologies that implement observation protocols.

Whereas the aforementioned chapters correspond to proposals for building a scientific discourse in relation to radio, the book's final chapter focuses on a meta-discursive study, a kind of critical category that is extremely useful in order to identify the representations produced by other media in relation to radio, in the form of meta-journalism, to reflect on the journalistic practice (Oliveira, 2004). Using content analysis methodology, this type of research – which takes radio as the subject of other cultural media productions, such as the press, television, cinema, comics or literature, as well as its own specific productions – ultimately suggests that the creative industries continue to be interested in the radio medium. By reinforcing the entire book's central argument, this final suggestion of analysis also supports the idea that "research into radio, in any case, offers the promise of a beautiful future" (p. 207).

Translated by Martin Dale (Formigueiro, Conteúdos Digitais, Lda)

Bibliographic references

Chion, M. (1994). *Audio-vision: sound on screen*. New York: Columbia University Press.

Fau Belau, Á. (1981). *Radio. Introducción al estudio de un medio desconocido*. Madrid: Editora Latina.

Flores, T. M. (n.d.). Ponto de vista. Obtido de *Dicionário crítico de arte, imagem, linguagem e cultura*. RRetrieved from http://www.arte-coa.pt/index.php?Language=pt&Page=Saberes&SubPage=ComunicacaoELinguagemImagem&Menu2=Visualidade&Slide=45&Filtro=45

Lewis, P. M. (2000). Private passion, public neglect. The cultural status of radio. *International Journal of Cultural Studies, 3*(2), 160-167.

Oliveira, M. (2004). Metajornalismo - o ofício que nasceu na sombra da modernidade. *Comunicação e Sociedade, 5*, 75-83.

Oliveira, M. (2013). A história surda dos estudos de rádio e os desafios da investigação sobre as significações do ouvir. *Significação, 39*, 71-87.

Oliveira, M. (2016). A rádio numa sociedade dura de ouvido. *Jornalismo & Jornalistas, 61*, 40-43.

Pease, E., & Dennis, E. (1995). *The forgotten medium*. New Burnswick: Transaction Publishers.

Perona Paez, J. J. (2011). A rádio no contexto da sonosfera digital: perspectivas sobre um novo cenário de recepção sonora. *Comunicação e Sociedade, 20*, 63-75.

Starkey, G. & Crisell, A. (2009). *Radio Journalism*. London: Sage.

Biographical note

Madalena Oliveira is an Associate Professor at the Institute of Social Sciences at the University of Minho and is a member of the Communication and Society Research Centre. She teaches Semiotics, Communication and Languages and Journalism and Sound. She is vice-president of Sopcom – Portuguese Association of Communication Sciences. She is chair of the Radio Studies section of ECREA. She is a member of the Ibero-American Postgraduate Forum, an advisory committee of Confibercom – Ibero-American Confederation of Scientific and Academic Associations of Communication and coordinates, with Helena Sousa, the Observatory of Public Policy for Communication of the Communication and Society Research Centre.

E-mail: madalena.oliveira@ics.uminho.pt

Address: Instituto de Ciências Sociais, 4710-057-Braga, Portugal

*** Submitted: 30.11.2017**

*** Accepted: 15.03.2018**

Agradecimento aos revisores

Os artigos publicados na revista *Comunicação e Sociedade* estão sujeitos a um processo de *blind peer review*.

Agradecemos aos investigadores que colaboraram connosco como revisores dos artigos que foram submetidos para publicação nesta edição da revista. A todos eles endereçamos o nosso reconhecimento pelo seu valioso contributo.

Acknowledgments

The articles published in this issue of *Comunicação e Sociedade* have been blind peer-reviewed.

We hereby thank researchers who have accepted our request to review articles and acknowledge their invaluable contributions.