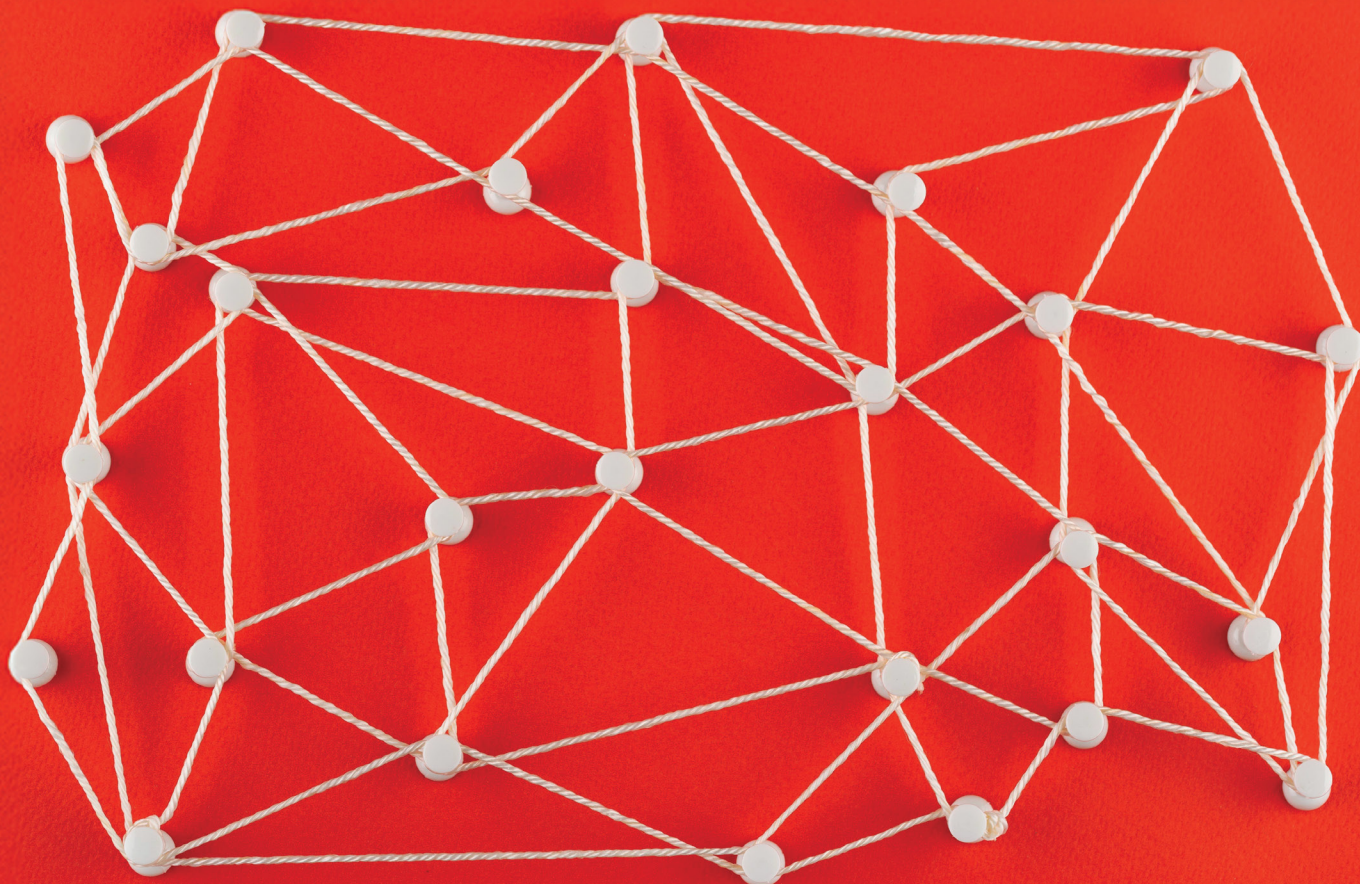




Métodos de Investigação em Comunicação

Sandra Marinho
João Gonçalves
(Editores)

Coleção Educação | Ciências, Engenharia e Tecnologia



UMinho Editora



Educação
Ciências, Engenharia
e Tecnologia

UMinho Editora

EDITORES

Sandra Marinho
João Gonçalves

AUTORES

Sandra Marinho
João Gonçalves
Elsa Costa e Silva
Albertino Gonçalves
Sónia Silva
Rosa Cabecinhas
Paula Lobo
Ana Isabel Lopes
Deborah Castro
Amanda Paz
Thaís Braga
Silvana Mota-Ribeiro
Anabela Carvalho
Zara Pinto-Coelho
Isabel Macedo
Tiago Vieira da Silva

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Manuela Martins

FOTO CAPA

Imagem de freepik

DESIGN

Tiago Rodrigues

PAGINAÇÃO

Carlos Sousa | Talento & Tradição

IMPRESSÃO e ACABAMENTOS XXX

EDIÇÃO UMinho Editora

LOCAL DE EDIÇÃO Braga 2026

DEPÓSITO LEGAL Nº 570152/26

ISBN impresso: 978-989-9074-98-9

ISBN digital: 978-989-9074-97-2

DOI: <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.133>

Os conteúdos apresentados (textos e imagens) são da exclusiva responsabilidade dos respetivos autores.
© Autores / Universidade do Minho – Esta obra encontra-se sob a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.

Métodos de Investigação em Comunicação

INTRODUÇÃO, <i>Sandra Marinho e João Gonçalves</i>	7
PARTE I – QUESTÕES TRANSVERSAIS DE METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	13
CAPÍTULO 1 – Dos paradigmas de investigação à integração metodológica, <i>Sandra Marinho</i>	15
CAPÍTULO 2 – O processo de investigação e divulgação científica, <i>Elsa Costa e Silva</i>	29
CAPÍTULO 3 – A ética na investigação em comunicação, <i>João Gonçalves</i>	59
PARTE II – MÉTODOS E TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO	73
CAPÍTULO 4 – Técnicas de seleção de casos (amostragem), <i>Sandra Marinho</i>	75
CAPÍTULO 5 – Inquérito por questionário, <i>Albertino Gonçalves</i>	91
CAPÍTULO 6 – Inquérito por entrevista, <i>Sónia Silva</i>	107
CAPÍTULO 7 – Grupos focais e investigação-ação. Potencialidades, limites e dilemas, <i>Rosa Cabecinhas e Paula Lobo</i>	131
CAPÍTULO 8 – Observação: participante e não participante, direta e indireta, <i>Ana Isabel Lopes</i>	157
CAPÍTULO 9 – Análise de conteúdo quantitativa, <i>João Gonçalves</i>	179
CAPÍTULO 10 – Análise temática, <i>Deborah Castro e Amanda Paz</i>	203
CAPÍTULO 11 – Análise narrativa: opções metodológicas nos estudos do discurso, <i>Thaís Braga</i>	225
CAPÍTULO 12 – Metodologias e perspetivas da análise visual: pertinência e aplicações da socio-semiótica visual, <i>Silvana Mota-Ribeiro</i>	249
CAPÍTULO 13 – Análise estatística, <i>João Gonçalves</i>	281

PARTE III – APLICAÇÕES AO CAMPO DA COMUNICAÇÃO	293
CAPÍTULO 14 – Métodos e técnicas para estudar textos: mapeamento e estudos de referência, <i>Anabela Carvalho e Zara Pinto-Coelho</i>	295
CAPÍTULO 15 – Métodos e técnicas para estudar a imagem em movimento: mapeamento e estudos de referência, <i>Isabel Macedo e Tiago Vieira da Silva</i>	327

Introdução

A afirmação e autonomização de um campo científico – como o da Comunicação – pode e deve ocorrer também por via do debate acerca dos seus fundamentos epistemológicos e metodológicos (Marinho & Mariño, 2018). É desejável que este debate ocorra também no quadro do que é a produção científica dos estudantes candidatos a graus académicos. Para que essa discussão possa acontecer de uma forma crítica, contextualizada e sistemática, deve partir-se de uma base conceptual e teórica comum. Este Manual de Métodos de Investigação em Comunicação apresenta-se como uma tentativa de alicerçar esta base comum, oferecendo ao leitor uma visão abrangente de alguns dos métodos e técnicas mais frequentemente utilizados em Ciências da Comunicação e juntando-se, assim, ao rol de literatura que, nacional e internacionalmente, tem sido produzida neste âmbito.

Uma questão que poderá ser colocada logo à partida, é a de se saber o que justifica o interesse pela investigação acerca da comunicação e dos media. Serão diversas as possíveis justificações, mas parece-nos particularmente pertinente a perspetiva de Jensen (2002), ao anotar que os media são “tanto fontes de poder como de sentido” (p. 273) e que esses “significados mediados podem ter consequências sociais poderosas” (p. 273). Ou seja, parte da relevância da investigação sobre a comunicação e os media advém do facto de poderem “contribuir para as condições sociais sob as quais a comunicação terá lugar no futuro” (p. 273). Só por isto, julgamos ser importante que se estude e se reflita sobre o papel da comunicação e dos media na sociedade.

A organização desta obra assenta no pressuposto de que a área científica das Ciências da Comunicação enquadra-se no vasto campo das Ciências Sociais e Humanas. É perceptível, quer pelos conteúdos selecionados para integrarem o manual, quer pelas posições epistemológicas adotadas pelos autores desses conteúdos, que a investigação sobre a comunicação e os media se alicerça nas suas relações com áreas como a sociologia, história, economia, geografia, antropologia ou os estudos sobre a cultura. As metodologias de investigação desempenham ainda um papel relevante na promoção da interdisciplinaridade e transdisciplinaridade nos planos de estudos dos cursos de ciências sociais e de ciências da comunicação em particular, ao capacitarem as estudantes a integrarem conceitos, métodos e técnicas de diferentes áreas do conhecimento. Isso permite que os alunos transcendam as fronteiras disciplinares tradicionais e adotem uma abordagem mais holística e integrada para a compreensão e análise dos fenómenos sociais. Trata-se, assim, de ferramentas essenciais para a formação de profissionais capazes de lidar com os desafios complexos e interconectados da sociedade contemporânea.

As unidades curriculares de Metodologias de Investigação são habitualmente consideradas “disciplinas de base”, visto que acautelam a aquisição de saberes fundamentais, que extravasam o objetivo mais imediato de garantir a produção de conhecimento científico de qualidade. Falamos de competências transferíveis, que habilitam os futuros profissionais a lidar com as complexidades do mundo contemporâneo, nomeadamente: pesquisar informação de forma sistemática e rigorosa; recolher, analisar e interpretar dados; relacionar dados e fenómenos; comunicar interpretações e conclusões de forma clara e eficiente; e, não menos importante, o estudo das metodologias de investigação ajuda os estudantes a desenvolverem competências críticas e reflexivas.

A seleção e organização dos conteúdos deste manual parte de uma perspetiva sobre o que deve ser o ensino das Metodologias de Investigação: consideramos que deve privilegiar-se uma orientação não exclusivamente técnica, mas sim alicerçada na Epistemologia. Acreditamos que uma abordagem que valorize a fundamentação teórica e epistemológica da investigação científica ajuda as estudantes a compreenderem os pressupostos e as implicações das suas escolhas metodológicas, contribuindo para o desenvolvimento de uma visão crítica e reflexiva sobre o processo de produção do conhecimento. Além disso, a integração da epistemologia no ensino das metodologias de investigação ajuda a situar a pesquisa dentro de uma perspetiva mais ampla, reconhecendo a importância do contexto social, político e histórico para a compreensão e análise dos fenómenos sociais.

Há ainda a opção deliberada de superar a dicotomia ensino teórico vs ensino prático que, por vezes, transparece quando se discute modelos de ensino das metodologias de investigação: por um lado, a ideia de que se deve ensinar a metodologia de forma prática, ou seja, proporcionar aos alunos a oportunidade de aplicar as técnicas e ferramentas de pesquisa em projetos reais, incentivando a aprendizagem ativa e a resolução de problemas; e, por outro lado, a perspetiva de que é mais apropriado ensinar metodologia de forma teórica, com ênfase em conceitos e fundamentos epistemológicos, proporcionando às alunas uma compreensão mais profunda dos processos envolvidos na produção do conhecimento científico.

Assumimos que estes posicionamentos sobre as metodologias de investigação – e, em particular, sobre o seu ensino – decorrem dos enquadramentos em que operam os autores e organizadores da obra e da sua experiência, em alguns casos, como professores de metodologias, e são por eles condicionados:

Os conhecimentos produzidos pela ciência, e periodicamente compilados pelos manuais, dependem da estrutura e funcionamento da ciência como instituição e sistema específico de produção de conhecimentos. Estrutura e funcionamento por sua vez condicionados por outras instituições e dinâmicas sociais...” (Santos Silva & Madureira Pinto, 2009, p. 11).

Esta introdução aos métodos de investigação em Ciências da Comunicação pode e deve ser aprofundada com leituras adicionais, algumas das quais sugeridas no final de cada um dos capítulos que compõem o volume. O manual inclui também

recomendações relativas ao desenho, processos e resultados da investigação. Embora estas advenham do consenso científico em torno de cada um dos temas dos capítulos, importa manter uma atitude crítica em torno do processo de investigação. O método e o rigor em investigação não são uma forma de restringir, mas sim ferramentas que devem ser consideradas em contexto e adaptadas ao objetivo da investigação. Assim, este manual representa o ponto de partida a partir do qual a leitora pode trilhar o seu próprio percurso. Embora haja algum consenso em torno do que é reconhecido como boa prática em termos de métodos de investigação, o rigor científico não deve ser confundido com falta de flexibilidade. Os caminhos apresentados ao longo deste manual são apenas uma das opções num leque metodológico que está em constante evolução.

Algumas notas editoriais antes de prosseguirmos:

- Como se verá, adotámos uma perspetiva mais “conservadora”, ou pelo menos diferente da que se desenvolveu na literatura de influência anglo-saxónica, ao distinguir “metodologia”, “método” e “técnica” (Grawitz, 1990), posição partilhada com outros autores (Coutinho, 2104).
- A enunciação e o tom dos capítulos variam ao longo do manual. Reconhecendo que a investigação científica é condicionada por e reproduz o contexto social na qual se enquadra, foi dada aos autores e autoras dos capítulos a liberdade para escolher a enunciação e o registo (eu, nós, masculino, feminino), desde que tal opção não compromettesse a fluidez da leitura.
- Na organização dos conteúdos não se contemplou um capítulo sobre métodos de investigação online. Isso acontece porque é entendimento dos organizadores do volume que o online é um contexto de investigação, onde se pode implementar métodos e técnicas já usadas e validadas noutros contextos (tradicionais, por assim dizer). Isto não significa que o uso no contexto online não exija adaptação de procedimentos ou preocupações específicas, que são, de resto, mencionadas nos vários capítulos do manual. Mas não adotamos aqui a perspetiva de que há métodos ou técnicas especificamente online.
- À semelhança do que se refere em relação ao online, o manual não dedica uma parte específica à inteligência artificial (IA). Embora este tipo de tecnologia se esteja a destacar cada vez mais em vários domínios de investigação científica, os editores consideram que um bom domínio dos métodos e técnicas fundamentais dotam a investigadora da capacidade de aplicar tecnologias emergentes de forma a automatizar ou complementar práticas de investigação exemplificadas neste manual. Grande parte das inovações de IA dos anos anteriores à publicação deste livro podem ser traçadas ao *machine learning* (aprendizagem de máquina), incluindo a IA generativa. No fundo, este processo de *machine learning* envolve encontrar uma solução aproximada para converter *inputs* em *outputs* de forma consistente. Por exemplo, a análise de conteúdo quantitativa pode ser automatizada usando vários exemplos de *inputs* (textos) e *outputs* (categorias), permitindo uma análise em grande escala. Da mesma forma, um guião de entrevista pode ser testado pela

investigadora com ferramentas como o ChatGPT, modelos de linguagem que preveem a próxima palavra (*token*) num texto, sendo as questões os *inputs* e os *outputs* as respostas. No entanto, mesmo nos casos em que os processos são automatizados por IA, o uso eficiente e rigoroso da tecnologia requer um conhecimento base dos métodos e técnicas de investigação. Para além disso, é importante notar que a base matemática das redes neuronais, que são o algoritmo base para muitas aplicações de IA, apenas permitem uma aproximação às soluções, não uma conversão sem falhas de *inputs* e *outputs*. Isto significa que a investigadora deverá permanecer crítica na aplicação desta tecnologia à investigação, empregando no mínimo os mesmos critérios de verificação que seriam aplicados ao trabalho de um colega menos experiente.

O livro está organizado em três partes, estruturadas do geral para o particular, partindo de temas que se aplicam a qualquer projeto de investigação e terminando com exemplos de aplicação no campo da Comunicação. Na primeira parte são abordadas questões transversais, nomeadamente uma introdução aos paradigmas de investigação, reflexões sobre o processo de investigação e divulgação científica e recomendações éticas. A segunda parte, constituída por 10 capítulos, contempla técnicas e métodos de investigação, incluindo a amostragem, técnicas de recolha como entrevistas, grupos focais, questionários e observação e de análise, como análise de conteúdo, análise temática, análise narrativa, semiótica visual ou análise estatística. Por fim, a última parte explora dois exemplos de aplicação ao campo das Ciências da Comunicação dos métodos e técnicas – o estudo de textos e o estudo da imagem (fixa e em movimento) – a partir da identificação de trabalhos de investigação e autores relevantes.

Ainda que a lista de conteúdos seja abrangente, há três capítulos que gostaríamos de acrescentar numa próxima edição: um capítulo sobre métodos e técnicas para estudar o som (à semelhança dos que tratam o texto e a imagem); um sobre o método de Análise de Redes Sociais (ARS); e ainda um capítulo sobre o estudo de públicos e audiências.

Este livro destina-se sobretudo a estudantes de comunicação, independentemente do grau ou especialização. Para os que se iniciam no estudo da comunicação, pode ser um ponto de entrada que oferece recomendações práticas e exercícios para o desenho de um primeiro projeto de investigação. Para os mais experientes, os textos que aqui apresentamos podem ser uma forma de recordar e consolidar conhecimentos e experiências anteriores ou uma forma de contactar com abordagens distintas a métodos que lhes são familiares. Apesar de ter sido escrito com estudantes em mente, o manual pretende também instigar uma reflexão mais abrangente sobre métodos de investigação entre académicos de língua portuguesa. Sobretudo numa primeira edição, é inevitável que surja um leque de críticas, sugestões, reflexões e contribuições relacionadas com o conteúdo e a forma do manual. Nesta Introdução, queremos encorajar e incentivar todas estas formas de participação dos leitores, sobretudo se construtivas. Este manual não é apenas um espelho da evolução

metodológica, mas pretende ser também um impulsionador desta mudança na comunidade académica de língua portuguesa em Comunicação.

Estamos cientes dos desafios que se colocam também aos professores e orientadores – e não só aos estudantes – que se veem na posição de ensinar metodologias de investigação. Mas anima-nos a ideia de que é uma área de conhecimento imprescindível para quem estuda e investiga sobre comunicação:

Ensinar métodos de investigação (...) pode ser uma tarefa assustadora. Um professor tem de, muitas vezes, dissipar vários mitos sobre a disciplina, antes que o conteúdo possa ser abordado de forma eficaz. (...) Mas se um professor conseguir fazer os alunos avançar para lá das reservas iniciais que os estudantes trazem para a sala de aula, os métodos de investigação podem estar entre as disciplinas mais gratificantes para ensinar, à medida que os alunos aprendem a examinar o fenómenos sociais com maior rigor e a ter mais cuidado ao fazer afirmações genéricas e demasiado abrangentes sobre as etapas de um processo ou o significado de uma relação. (Denham, 2003, p. 147)

Sandra Marinho
João Gonçalves

Referências

- Denham, B. E. (2003). Maximizing research methods instruction. *Journalism & Mass Communication Educator*, 58(2), 147-162.
- Marinho, S., & Mariño, M. V. (2018). Uma paisagem da Epistemologia e Metodologia em Comunicação. *Comunicação e Sociedade*, (33), 7-14.
- Silva, A. S., & Pinto, J. M. (2009). *Metodologia das Ciências Sociais*. Edições Afrontamento.

Parte I – Questões Transversais de Metodologia de Investigação

Este manual parte do pressuposto de que os métodos e técnicas não podem ser dissociados do enquadramento mais abrangente da investigação enquanto atividade e da metodologia que a acompanha. Decorrendo deste pressuposto, muitas das decisões relativas a métodos e técnicas dependem não só do problema que se pretende resolver, mas também do paradigma de investigação que se subscreve, do desenho da investigação e das dimensões éticas que emergem em relação a uma determinada amostra ou enquadramento social.

Desta forma, embora os capítulos deste manual se possam ler de forma independente, recomenda-se à leitora que se inicia na investigação em ciências da comunicação, a leitura integral desta primeira parte, que toca em aspetos fundamentais que moldam a interpretação dos capítulos das partes 2 (Métodos e Técnicas) e 3 (Aplicação). No Capítulo 1, Sandra Marinho introduz os diferentes paradigmas de investigação e a forma como estes se relacionam com perspetivas metodológicas, concluindo com uma reflexão sobre a metodologia como espaço de diálogo e a integração metodológica. No capítulo 2, Elsa Costa e Silva explora o processo de investigação e de divulgação científica. Este capítulo aborda não só componentes do desenvolvimento da investigação como a pergunta de partida e o enquadramento teórico, mas também tece considerações sobre etapas a jusante, como a divulgação através da publicação e a comunicação da ciência a públicos não-académicos. Por fim, João Gonçalves levanta uma série de questões éticas associadas ao processo de investigação. Com base em enquadramentos internacionais de avaliação ética, são apresentadas considerações que vão desde os impactos diretos dos instrumentos de recolha de dados nos participantes, ao impacto social indireto que pode resultar do desenvolvimento e divulgação do trabalho científico.

Embora estes primeiros capítulos ofereçam recomendações concretas à leitora, o seu principal propósito é conduzir o olhar para as diferentes questões que se levantam em torno da escolha e aplicação de métodos e técnicas. Desta forma, a investigadora não só alarga os seus horizontes em relação ao enquadramento dos métodos na atividade científica, mas também se torna capaz de justificar escolhas fundamentais que tornam a sua investigação mais robusta e transparente.

1. Dos paradigmas de investigação à integração metodológica

Não se faz investigação descomprometida de valores. E a investigação não é neutra. Estas podem parecer afirmações ousadas ou até contrárias a uma certa ideia do que deve ser o espírito científico. Ao longo deste primeiro capítulo – que inicia um volume dedicado a metodologias de investigação em Comunicação – vamos procurar esclarecê-las, evidenciando a interpretação que lhes damos: a de que os posicionamentos epistemológicos acarretam a adesão um conjunto de ideias e valores aceites num dado momento e contexto, por uma comunidade de cientistas. E que aderir a esses valores e ideias traduz um compromisso por parte dos investigadores, que enforma o caminho pelo qual procuram o conhecimento e a maneira como concebem e delimitam os problemas que escolhem investigar e os procedimentos a que recorrem. Não há, assim, um caminho único para fazer investigação científica, mas espera-se dos cientistas que percorram trajetos epistemologicamente coerentes: problemas de investigação investigados a partir das perspetivas teóricas e metodologias mais adequadas. Esta perspetiva assenta, pois, na ideia de uma articulação entre epistemologia, axiologia e metodologia.

Vemos assim o conhecimento acerca da sociedade não como “um estado”, mas sim como um caminho complexo “de adaptação activa e criadora do homem ao meio envolvente” (Silva & Pinto, 2009, p. 10):

... vamos construindo, a respeito dela, e mediante quadros categoriais, operadores lógicos de classificação, ordenação, etc., mediante processos complexos influenciados ainda pelas nossas necessidades, vivências, interesses - vamos construindo instrumentos que nos proporcionam informação sobre essa realidade e modos de a tornar inteligível, mas nunca se confundem com ela”. (Silva & Pinto, 2009, p. 10)

1.1. A coerência como princípio: epistemológica, teórica e metodológica

A epistemologia da ciência, muitas vezes denominada apenas epistemologia ou filosofia da ciência, é um ramo da filosofia que trata a natureza, origens, validade e limitações do conhecimento científico. Examina os problemas relativos ao significado da ciência, à sua estrutura e ao seu papel. É a ‘ciência sobre a ciência’: metaciência. Dedicase a explorar e responder a questões como: o que é o conhecimento científico e em que medida difere de outras formas de conhecimento? Até que ponto e como é possível alcançá-lo? Qual é a origem do conhecimento? Quais são os limites do conhecimento? Existe uma “boa maneira” de o alcançar? Existe uma forma de avaliar a validade e confiabilidade do conhecimento? Se sim, com que critérios? Como é que as teorias científicas são construídas e desenvolvidas? Como é que a evidência empírica é coletada e usada? Como é que a ciência lida com as incertezas, as contradições e as mudanças na forma como o mundo é compreendido? A epistemologia desempenha, assim, um papel fundamental na reflexão sobre o método científico, sobre a natureza da ‘verdade’ científica e sobre as implicações filosóficas da atividade científica. E ajuda a compreender como a ciência contribui para o avanço do conhecimento

humano. Compreende-se, assim, que diferentes perspectivas filosóficas do/acerca do conhecimento impliquem diversas formas de o desenvolver e, conseqüentemente, a adesão a diferentes paradigmas e a seleção de diferentes metodologias de investigação (Fortin, 2009).

É, pois, no quadro da epistemologia da ciência que são discutidos aspetos essenciais à atividade científica, como os (diferentes) paradigmas de investigação, os seus pressupostos, características e limitações; as regras da comunidade científica (conhecimento público/comunalismo/divulgação científica; *ceticismo organizado/escrutínio pelos pares*; empenhamento desinteressado/independência, imparcialidade, autonomia; e universalismo); os conflitos éticos; e os valores da ciência (como a neutralidade; a predição/explicação; a objetividade ou a autonomia). Antes de passarmos ao foco deste capítulo – a apresentação e discussão dos principais paradigmas de investigação e metodologias de investigação em ciências da comunicação –, vamos deter-nos em três destes valores da ciência, cuja diferente interpretação/entendimento é fulcral para a distinção entre paradigmas e merece, por isso, a nossa atenção: a objetividade e neutralidade da ciência e a relação entre investigador(a) e a realidade/objeto investigado.

Sobre a neutralidade da investigação científica, adotamos a perspetiva de Harré (1988), que defende que “se é verdade que as sociedades humanas são, em parte, produtos das teorias sociais e das crenças históricas sustentadas pelos respectivos cidadãos, nesse caso a sociedade não é uma realidade independente que seja válido considerar como totalmente à parte de uma ciência da sociedade” (Harré, 1988, p. 219). Na mesma linha, Babbie (1992) refere-se às dimensões humana e social dos investigadores:

É importante que se perceba que a ciência não é intocável pela política. As ciências sociais, em particular, são uma parte da vida social. Estudamos coisas que interessam às pessoas, coisas sobre as quais as pessoas têm sentimentos firmes e pessoais e coisas que afetam as suas vidas. Os cientistas são seres humanos e os seus sentimentos humanos transparecem muitas vezes nas suas vidas profissionais. Pensar de outra forma seria ingénuo” (p. 480).

Mais do que ingénuo, diríamos que é contraproducente ou desnecessário, no sentido em que consideramos que a existência de cientistas comprometidos com valores sociais e humanos e com posicionamentos políticos não implica que desempenhem o seu papel com menos honestidade ou precisão. Vamos até mais longe: parece-nos algo inalcançável a ideia de que algum cientista poderá ser neutro e distante da realidade que investiga, nesses termos.

O próprio enquadramento institucional em que é desenvolvida a atividade de investigação, bem como “os fatores relativos à organização da campo científico (estrutura de poder no interior dele, processos de socialização profissional vigentes, sistemas de ensino e outros circuitos de difusão de resultados, sistemas de carreiras e recompensas consagrados, etc.)” (Silva & Pinto, 2009, p. 11) têm impacto no processo de pesquisa e nos resultados.

Parece-nos, por isso, mais produtiva a perspectiva de Babbie (1992), ao propor que os investigadores ‘suspendam’ os seus valores e pontos de vista pessoais quando desenvolvem o seu trabalho de investigação: “embora seja permitido ter-se opiniões políticas, espera-se que se seja capaz de as colocar de lado quando se entra no reino da ciência. É neste contexto que é idealizada como apolítica, amoral e objetiva” (Babbie, 1992, p. 476).

Propomos assim que a ciência, enquanto atividade coletiva, atinge o equivalente da objetividade através da intersubjetividade: diferentes cientistas, com diferentes perspectivas subjetivas, podem e devem chegar aos mesmos resultados quando utilizam metodologias de investigação aceites pela comunidade científica. E são precisamente os métodos e as técnicas que, a par de outras estratégias, promovem o necessário distanciamento entre um investigador e o objeto da investigação: “muitas das técnicas estabelecidas pela ciência funcionam como formas de evitar ou colocar sob vigilância as nossas falhas humanas, especialmente aquelas de que não temos consciência” (Babbie, 1992, p. 481).

Resumindo, diríamos que a forma como um investigador responde às questões levantadas pela epistemologia/filosofia da ciência – a que aludimos no início desta secção – posiciona-o (a si e/ou ao seu trabalho) num determinado paradigma de investigação e que essa circunscrição implica que convoque e sustente a sua pesquisa em abordagens teóricas e metodológicas coerentes com esse posicionamento. Esta coerência é essencial e não deve ser descurada.

1.2. Paradigmas e metodologias de investigação em Comunicação

Um paradigma é, segundo Kuhn (1996) um “modelo ou padrão aceite” (p. 23), universalmente reconhecido que, por um determinado período, tem a capacidade de proporcionar, a uma comunidade de praticantes, modelos de problemas e soluções. Nesse sentido, adquire um papel modelador do conhecimento que é produzido num determinado contexto, por via da sua institucionalização:

Os livros de texto utilizados para a formação dos novos cientistas constituem habitualmente expressões mais ou menos adequadas desses paradigmas (...). Ao longo da sua formação, os cientistas familiarizam-se com determinadas linguagens e técnicas cuja eficácia para resolver problema marcou profundamente o seu modo de considerar os fenómenos, associando-os ao paradigma vigente na comunidade científica da sua época. As teses de doutoramento, com a profunda marca que imprimem na formação dos investigadores (...) inscrevem-se no mesmo quadro de referência teórico. Tudo isso origina uma série de crenças e de hábitos intelectuais comuns a numerosos cientistas, que, por isso mesmo, formam uma comunidade. (Echeverría, 2003, p. 117)

Para Fortin (2009, p. 21), “um paradigma é um esquema fundamental que orienta a perspectiva que o investigador dá ao seu estudo” e tem por detrás um fundamento

filosófico acerca do conhecimento, o que implica que de diferentes fundamentos filosóficos “decorrem formas diferentes da investigação” (p. 22). Os paradigmas são, então, o referencial filosófico, o sistema de pressupostos e valores que guiam a investigação, determinando as opções que o investigador terá de tomar no caminho que o conduzirá (Coutinho, 2014).

Sendo um paradigma “um conjunto articulado de postulados, de valores conhecidos, de teorias comuns e de regras que são aceites por todos os elementos de uma comunidade científica num dado momento histórico” (Coutinho, 2005, cit. por Coutinho, 2014, p. 9), supõe o compromisso com um desenho metodológico que traduza esses mesmos valores, mas ainda distanciado da prática: o papel da metodologia será, assim, o de discutir as potencialidades e limites dos métodos e técnicas a implementar e de justificar a sua capacidade para responder às questões colocadas pela investigação. As metodologias de investigação “harmonizam-se com os diferentes fundamentos filosóficos que suportam as preocupações e as orientações de uma investigação” (Fortin, 2009, p. 22).

Pressupõe-se, em sequência, de um ponto de vista já operativo, a adoção de um método (ou a articulação de mais do que um), enquanto “caminho para” responder às questões de pesquisa e/ou objetivos da pesquisa. A seleção de um método, por sua vez, ocorre em articulação com uma determinada abordagem metodológica e, por conseguinte, a circunscrição a um determinado paradigma de investigação. Não é estranho que, por vezes, o método seja denominado ‘plano de investigação’, já que tem efetivamente uma função operacional: articular o conjunto de técnicas que o constituem.

Ou seja, ainda que o paradigma de investigação e a metodologia de investigação se relacionem entre si, efetivamente desempenham papéis distintos na condução de uma investigação. O paradigma de investigação diz respeito à orientação filosófica e ao quadro concetual que orientam a pesquisa, ou seja, traduz os princípios fundamentais e crenças que sustentam e moldam a forma como os investigadores veem o mundo e a natureza (e limitações) do conhecimento científico. Por esse motivo, influenciam as linhas gerais de uma investigação e a escolha de uma abordagem metodológica, de um método e mesmo o sentido da interpretação dos resultados.

Neste capítulo, vamos considerar e definir de forma muito breve três paradigmas em que poderão ser enquadradas as pesquisas realizadas no âmbito das Ciências da Comunicação: o positivista/pós-positivista; o interpretativo; e o crítico (podendo cada um deles assumir designações mais específicas, quando articulado com as perspetivas teóricas que constituem a área científica). Devemos referir, contudo, que nem todos os autores identificam apenas estes três paradigmas, nomeadamente no campo das ciências da comunicação. Baxter & Babbie (2003); por exemplo, acrescentam o paradigma dos sistemas sociais, que vê e analisa a sociedade – ou um grupo social – como um organismo, que funciona pela interação das suas partes interdependentes.

A metodologia de investigação traduz o posicionamento epistemológico do paradigma de investigação num plano, constituído por procedimentos práticos e técnicos

para recolher e analisar dados que respondam aos objetivos de uma investigação. Implica decisões sobre o método de investigação mais adequado (alguns deles explorados na Parte 2 desta obra), sobre técnicas de seleção de casos ou amostragem (ver Capítulo 4) e sobre as técnicas de recolha e análise de dados mais apropriadas (na Parte 2 são exploradas as mais comumente usadas na investigação em Comunicação) – em articulação com os métodos. Todas estas decisões correspondem a etapas de um processo que é abordado no Capítulo 2. Espera-se que todas estas decisões sejam fundamentadas e discutidas, do ponto de vista da sua adequabilidade e exequibilidade, das suas potencialidades e limitações, sem esquecer a dimensão ética que deve estar presente ao longo de toda a investigação (ver Capítulo 3). Explicitar a metodologia de uma investigação implica tudo isto.

Apoiamo-nos em Baxter & Babbie (2003), para justificar a importância em compreender estas tradições de investigação em ciências sociais e, em particular, na área da comunicação: em primeiro lugar, porque é importante conhecer-se a diversidade de abordagens que os investigadores podem tomar por referência para estudar o que, aparentemente, pode ser um mesmo objeto ou tema. Em segundo lugar, porque os critérios a partir dos quais se determina a validade de uma investigação variam entre tradições (ou paradigmas) – temos, por isso, de saber que em tradição se funda uma pesquisa, para podermos avaliar a força das suas interpretações e conclusões. E, em terceiro lugar, porque diferentes paradigmas estão tipicamente associados a diferentes metodologias, pelo que se espera que haja coerência entre ambos (um aspeto que já referimos como primordial no início deste Capítulo 1).

Nas próximas secções vamos, de forma muito breve, explicitar e comparar os três principais paradigmas de investigação (os mais comumente referidos na literatura), bem como as metodologias que tipicamente lhes são associadas, a partir destes critérios: o problema central que orienta a atividade de investigação; a sua relação com os conceitos de objetividade e subjetividade; a forma como encaram a relação entre o investigador e o objeto/realidade investigada; o papel desempenhado pela teoria (já existente) no processo de investigação; e a relevância atribuída à generalização dos resultados da investigação.

1.2.1. Paradigma pós-positivista e metodologia quantitativa

Ao paradigma positivista/pós-positivista é habitualmente associada a metodologia quantitativa. Compreende-se a sua adoção pelos cientistas sociais, como uma tentativa “de se distanciarem da especulação e do comentário pessoal e estabelecerem as suas credenciais como ‘cientistas’ ao mesmo nível dos que investigavam nas ciências naturais” (Deacon, Pickering, Golding & Murdock, 2010, p. 3).

Relembremos as características essenciais do paradigma positivista: centrado na explicação dos fenómenos e, em particular, nas relações que estabelecem entre si (se associação/correlação e, por vezes, causalidade); um papel crucial atribuído à teoria já produzida, a partir da qual deverão ser formuladas eventuais hipóteses (hipotético-dedutivo, por isso) e cuja verificação – confirmação ou refutação – se procura;

assente em procedimentos que buscam garantir a objetividade e o distanciamento entre o investigador e os objetos ou sujeitos estudados, um aspeto colocado em causa, conduzindo à emergência do paradigma pós-positivista (Croucher, 2016); o objetivo de generalizar resultados e de fazer previsões; e a necessidade de garantir a possibilidade de replicação, como forma de validação e avaliação pelos pares (Coutinho, 2014).

Não será de estranhar, pois, que o paradigma positivista convoque habitualmente o recurso à metodologia quantitativa, que partilha destes valores e tradu-os operacionalmente: envolve a medição de variáveis por meio de instrumentos padronizados; recorre à análise estatística para identificar padrões, tendências e relações entre essas variáveis; pode mesmo implicar o controlo experimental, envolvendo a manipulação de variáveis independentes num ambiente controlado para avaliar o efeito sobre variáveis dependentes; procura, por vezes, generalizar estatisticamente os resultados para a população, o que implica o recurso à amostragem probabilística; considera indispensáveis os procedimentos que garantem a validade e fiabilidade dos instrumentos de recolha e de análise dos dados; valoriza procedimentos estruturados e padronizados, que favorecem a replicabilidade; recorre habitualmente à lógica hipotético-dedutiva, ao promover a formulação explícita de hipóteses deduzidas da teoria.

De acordo com Deacon, Pickering, Golding & Murdock (2010), o paradigma pós-positivista está ainda bem presente na investigação em ciências da comunicação, nomeadamente nas pesquisas sobre os efeitos dos media, ainda que não seja uma abordagem isenta de críticas, pelos modelos simplistas com que trabalha (em que a audiência é passiva) e por ignorarem que o efeito dos media só pode ser avaliado no quadro da vida quotidiana dos indivíduos, dos contextos naturais em que o uso/consumo dos media ocorre.

1.2.2. Paradigma interpretativo e metodologia qualitativa

Pode dizer-se que enquanto que a investigação desenvolvida no quadro do paradigma pós-positivista está vocacionada para a explicação dos fenómenos, a que toma por referência o paradigma interpretativo centra-se na sua compreensão, na interpretação dos significados, dos contextos e das perspetivas dos participantes, ou seja, a forma como as pessoas percebem, interpretam e atribuem sentido às suas experiências “e expressam esses significados através da linguagem, do som, imagens, estilo pessoal a rituais sociais” (Deacon, Pickering, Golding & Murdock, 2010, p. 5). Trata-se de descrever e interpretar os significados/sentidos individualmente atribuídos e a construção social da realidade (Croucher, 2016). Por isso, as investigações desenvolvidas no quadro deste paradigma recorrem a metodologias qualitativas.

Ainda que o investigador possa trabalhar a partir de hipóteses, não é habitual que ocorra: espera-se que os sentidos e padrões emergjam organicamente a partir da análise dos dados. Já não estamos perante uma abordagem hipotético-dedutiva, mas sim indutiva sendo possível que teorias e conceitos possam ser desenvolvidos a partir

das observações e interpretações (o exemplo mais notório desta forma de trabalhar é a *grounded theory*). O distanciamento entre o investigador e a realidade investigada/participantes deixa de ser requisito, para se aceitar como elemento integrante do processo de investigação a proximidade do pesquisador em relação ao tema (no limite, até, o seu envolvimento). Isto implica que o investigador reconheça os elementos de subjetividade envolvidos na pesquisa e que seja capaz de identificar os seus preconceitos e refletir sobre eles, de modo a colocá-los sob vigilância em todo o processo, mas especialmente nos momentos de análise e interpretação dos dados.

A investigação desenvolvida no quadro do paradigma interpretativo valoriza o contexto (social, cultural, histórico) em que ocorrem os fenómenos como fundamental para a sua compreensão. Já não se trata aqui de medir as características dos fenómenos com o objetivo de as generalizar, mas sim de reconhecer a relevância de cada caso ou história/narrativa, a ação individual ou o evento particular como elementos fundamentais para a compreensão das experiências dos participantes. Não faz, por isso, sentido recolher à amostragem probabilística. Isto não implica que esteja ausente a preocupação com a validade e fiabilidade da investigação, mas apenas que estes conceitos são abordados com outros critérios, como a credibilidade, transferibilidade ou confirmabilidade, ou com adaptações de procedimentos usados pela metodologia quantitativa.

Em geral, pode dizer-se que a metodologia qualitativa permite uma maior flexibilidade na criação e implementação de um plano de investigação (eventualmente, até a sua adaptação ao longo do processo). Privilegia, assim, métodos e técnicas (de recolha e análise) que permitem a exploração detalhada e contextualizada dos fenómenos que são estudados. Isto não implica que, do ponto de vista da análise, não possa haver referência a dimensões quantitativas: é frequente ver-se, em análise qualitativa, dizer-se que ‘a maioria dos participantes’ declarou ou fez alguma coisa, o que, por si só, não coloca em causa a natureza qualitativa da análise. Ou seja, o que distingue o recurso aos números pelos paradigmas pós-positivista e interpretativo é, acima de tudo, a forma como são usados, no sentido em que o segundo vê-os como “uma fonte de questões, um trampolim para mais investigação e análise” (Deacon, Pickering, Golding & Murdock, 2010, p. 8).

Do ponto de vista dos estudos em comunicação, o enfoque no que é único e particular “não significa que a compreensão e comunicação intercultural sejam impossíveis; significa apenas que a comunicação e a compreensão operam dentro de horizontes definidos, criados por determinadas linguagens e culturas. A investigação interpretativa baseia-se num movimento entre os horizontes mútuos de quem é estudado e de quem estuda. Depende do diálogo e não do distanciamento. O distanciamento metodológico é uma ilusão do paradigma positivista” (Deacon, Pickering, Golding & Murdock, 2010, p. 6).

Do ponto de vista dos estudos culturais, por exemplo, a comunicação é central para a organização e produção de sentido, tanto a nível social como pessoal. Mas é investigada a partir da ‘vida quotidiana’, como o contexto que os objetos/sujeitos de

estudo são observados: os ‘textos’ (no sentido não literal de texto) são vistos como “momentos congelados num fluxo contínuo de interações sociais” (Deacon, Pickering, Golding & Murdock, 2010, p. 7).

No âmbito do paradigma interpretativo, desenvolveram-se diversas abordagens teóricas/campos de investigação, comumente usadas do campo da comunicação, como por exemplo a hermenêutica, a fenomenologia e o interacionismo simbólico (Croucher, 2016).

1.2.3. Paradigma crítico e metodologia mista

A investigação enquadrada no paradigma crítico caracteriza-se pela sua dimensão interventiva, politicamente comprometida e socialmente consciente. Ou seja, investiga-se com o intuito de conhecer um fenómeno/realidade para o/a transformar de forma significativa. Já não se trata de, essencialmente, explicar ou compreender os fenómenos, mas sim de os mudar. Incorpora algumas preocupações, dimensões e procedimentos dos paradigmas pós-positivista e interpretativo e coloca-os em diálogo, daí que a metodologia mista (ou de integração) seja a que está habitualmente associada às investigações desenvolvidas no âmbito deste paradigma. É, por isso, o lugar de excelência para o recurso a métodos de intervenção como a investigação-ação.

Procura-se analisar criticamente e interrogar as estruturas de poder (macroestruturas), as normas, valores e estruturas que perpetuam situações de desigualdade, as ideologias e valores hegemónicos e normativos. Aborda-se as relações de poder em contextos sociais, políticos e económicos, procurando perceber como determinados grupos ou indivíduos podem ser discriminados (ou mesmo marginalizados), oprimidos ou beneficiados por determinadas estruturas de poder. Há, assim, uma dimensão política subjacente a este tipo de investigação, no sentido em que os investigadores veem-na como uma ferramenta para a transformação e consciencialização social, para a emancipação (ou até resistência) desses grupos alvo de discriminação (Croucher, 2016).

Os participantes (membros das comunidades ou grupos que são alvo de intervenção) são convocados a participarem ativamente na pesquisa, numa lógica colaborativa, dando feedback sobre o processo de investigação e sobre os resultados, criando-se uma relação entre investigador e investigado ainda mais próxima do que a proposta pelo paradigma interpretativo. Trata-se de um princípio da co-construção. Este modo de funcionar implica, naturalmente, uma orientação para a reflexividade por parte do pesquisador acerca do seu papel no processo de investigação, reconhecendo, nomeadamente, a sua própria posição de poder na relação e a forma como essa posição e o seu comprometimento com o tema e com os participantes pode ter impacto na análise e interpretação dos dados.

No campo das ciências da comunicação, é comum encontrarmos o paradigma crítico como referência para investigações sobre pobreza e desigualdade (de distribuição de recursos de vária ordem), discriminação (étnica, religiosa, de género ou orientação

sexual) e movimentos emancipatórios (de diversa ordem). Abordagens teóricas não normativas como a da economia política dos média encontra aqui também o seu referencial epistemológico.

A metodologia mista está, como referimos, habitualmente associada ao paradigma crítico, mas trata-se de um posicionamento que vai além de critérios estritamente metodológicos. Trata-se de pesquisas que tendem a ser interdisciplinares (Vasconcelos, 2002) também do ponto de vista teórico, uma característica que se transpõe para a dimensão da metodologia, com a articulação de técnicas quantitativas e qualitativas. A interdisciplinaridade é uma característica particularmente importante quando falamos de investigação na área da comunicação, se tivermos em conta que “os media desempenham um papel central em cada aspeto da vida moderna, desde a organização da economia global até às texturas íntimas da vida doméstica” (Deacon, Pickering, Golding & Murdock, 2010, p. 10). Ora, isto implica não só que sejam convocadas e articuladas diversas perspetivas teóricas, mas também – como anotado – abordagens metodológicas de todo o espectro das ciências sociais e humanas.

1.3. A metodologia como um campo de diálogo: a integração metodológica

A metodologia mista (também referida como de integração ou complementaridade, ainda que a terminologia não se refira exatamente ao mesmo tipo de procedimento) não é exclusiva do paradigma crítico. Qualquer projeto de investigação pode recorrer à triangulação metodológica (ou de outro tipo) desde que a natureza e objetivos do estudo o justifiquem.

Propomos, por isso, que se olhe para a *metodologia como um campo de diálogo* (Jensen, 2007) o que significa reconhecê-la como o “lugar” onde se associam as preocupações teóricas e os requisitos do trabalho empírico. Não nos reconhecemos, à imagem de diversos autores, em abordagens que transferem para o campo metodológico a disputa entre paradigmas dominantes, polarizando o campo: positivista vs hermenêutico ou quantitativo vs qualitativo (Duarte, 2009; Igartua & Humanes, 2004; Jensen, 2007; Morgan, 2014). Mais do que posições de partida, consideramos que a adoção de uma das vias dependerá de posicionamentos teórico-metodológicos e da natureza do conhecimento que se pretende alcançar sobre um fenómeno. Decorre daqui que vemos vantagem na complementaridade de metodologias (Jensen, 2007), quando se justifique, reconhecendo os desafios e críticas que a sua implementação por vezes suscita (Hammersley, 2008; McEvoy & Richards, 2006; Hussein, 2009; Morgan, 2014). Proporemos por isso abordagens que, do ponto de vista da recolha de dados, não vemos como exclusivas de metodologias qualitativas ou quantitativas, mas que poderão servir ambos os caminhos, dependendo do tipo de análise que se faça dos dados.

Neste sentido, Deacon, Pickering, Golding & Murdock (2010) defendem mesmo que “a recusa contínua de muitos investigadores interpretativos em terem qualquer relação com a quantificação é a imagem espelhada da atitude desdenhosa dos positivistas

em relação a materiais qualitativos. Ambos encaixam desnecessariamente a investigação num canto e diminuem as oportunidades criadas pela combinação de diferentes métodos” (p. 8).

Sendo uma abordagem flexível, pode funcionar sequencialmente ou simultaneamente, ou seja, podemos ter a articulação de etapas que recorrem a técnicas quantitativas e qualitativas de forma sequencial ou simultânea. Jensen (2007) aponta três estratégias fundamentais para combinar metodologia qualitativa e quantitativa: a facilitação; a complementaridade e a triangulação. Quanto à facilitação, tradicionalmente implica tratar as componentes qualitativa e quantitativa de uma investigação como etapas relativamente separadas de uma sequência. A norma é conduzir um estudo “piloto” qualitativo, com o objetivo de chegar a categorias e formulações que sejam compreensíveis e significativas para os respondentes. Menos frequentemente, começa-se por uma fase quantitativa, um mapeamento de um fenómeno, que facilite uma análise qualitativa em profundidade subsequente. A complementaridade é a mais desafiante e menos comum. Implica a utilização de diferentes metodologias, para examinar diferentes aspetos de uma questão de pesquisa e não necessariamente no mesmo domínio empírico. No final, metodologias e resultados podem ser articulados relativamente a um campo teórico comum.

Denzin (1989, citado por Fusch, Fusch & Ness, 2018) identifica quatro tipos de triangulação: a triangulação de dados, quando são reunidas várias fontes de informação sobre um mesmo fenómeno; de investigadores, quando o projeto é realizado por uma equipa multidisciplinar; teórica, quando a pesquisa articula várias perspetivas de análise (porventura um dos tipos de triangulação mais exigentes); e, finalmente, a que aqui nos diz mais diretamente respeito, a triangulação metodológica, que consiste na combinação de metodologias de investigação.

Originalmente, o objetivo da triangulação (de diversos tipos) era o de funcionar com estratégia de aferição da validade e confiabilidade dos resultados (Duarte, 2009), no sentido em que a convergência de resultados provindos de diferentes fontes e/ou abordagens teóricas e/ou metodológicas seria um indicador de robustez. Com o tempo evoluiu para uma abordagem metodológica que tem o propósito de ampliar, complementar ou aprofundar a compreensão/explicação de um fenómeno.

O que deve, em última análise, determinar as opções do investigador não será a adesão a uma ou outra metodologia ou a um ou outro paradigma, mas a natureza do problema a analisar. Em todo o caso, e como vimos, é natural que os investigadores acabem por desenvolver o seu trabalho no quadro de um paradigma específico, fruto do seu posicionamento em relação ao conhecimento científico e à vida social. Seja qual for esse posicionamento, deve evidenciar-se que “ao deixar a ciência florescer, garantimos o contributo constante da comunidade científica como um todo para uma compreensão mais profunda dos problemas que temos de enfrentar e do que pode melhorar o bem-estar dos indivíduos e das sociedades” (Bortolotti, 2013, p. 299).

Finalmente, reforçamos a ideia transversal a este capítulo, de que olhar o trabalho de investigação a partir dos seus paradigmas, terá de partir do reconhecimento de que estamos perante processos dinâmicos:

A estratégia de investigação científica não pode, pois, ser definida à maneira da filosofia clássica, invocando normas lógicas tidas por imutáveis e procurando fixar para sempre as condições de possibilidade e de coerência da ciência. O ponto de vista epistemológico que agora prevalece distingue-se precisamente por procurar estabelecer uma reflexão sobre a ciência efetiva, a ciência que se faz, aceitando a historicidade dos princípios de que ela parte, dos processos que utiliza e dos resultados a que chega”. (Silva & Pinto, 2009, p. 11)

1.4. Sugestões de leitura

Bourdieu, P. (2013). *Para uma Sociologia da Ciência*. Edições 70.

Jensen, K. B. (ed.) (2007). *A Handbook of Media and Communication Research – qualitative and quantitative methodologies*. Routledge.

Baxter, L. A. & Babbie, E. (2003). *The basics of Communication Research*. Wadsworth.

Croucher, S. M. (2016). *Understanding Communication Theory*. New York: Routledge.

Deacon, D.; Pickering, M.; Golding, P. & Murdoch Graham (2010). *Researching Communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis*. Bloomsbury.

Treadwell, D. (2014). *Introducing Communication Research: paths of inquiry*. Sage.

Referências

Babbie, E. (1992). *The Practice of Social Research* (6ª ed.). Belmont, CA: Wadsworth.

Baxter, L. A. & Babbie, E. (2003). *The basics of Communication Research*. Wadsworth.

Bortolotti, L. (2013). *Introdução à Filosofia da Ciência*. Gradiva.

Coutinho, C. P. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas*. Almedina.

Croucher, S. M. (2016). *Understanding Communication Theory*. New York: Routledge.

Deacon, D.; Pickering, M.; Golding, P. & Murdoch Graham (2010). *Researching Communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis*. Bloomsbury.

Duarte, T. (2009). A possibilidade da investigação a 3: reflexões sobre triangulação (metodológica). CIES e-working paper n.º 60/2009. Lisboa: CIES.

Echeverría, J. (2003). *Introdução à Metodologia da Ciência. A Filosofia da Ciência no séc. XX*. Coimbra: Almedina.

Fortin, M.-F. (2009). *O processo de Investigação – da concepção à realização*. Lusociência.

Fusch, P.; Fusch, G. E. & Ness, L. R. (2018). Denzin's Paradigm Shift: Revisiting Triangulation in Qualitative Research, *Journal of Social Change*, 10 (1), 19-32.

Hammersley, M. (2008). 'Troubles with triangulation', in Bergman, M. M. (ed.) *Advances in Mixed Methods Research*, London: Sage, pp. 22-36.

Harré, R. (1988). *As Filosofias da Ciência*. Lisboa: Edições 70.

Hussein, A. (2009). 'The use of Triangulation in Social Sciences Research: Can qualitative and quantitative methods be combined?', *Journal of Comparative Social Work*, 1, 1-12.

Igartua, J. J. & Humanes, M. L. (2004). El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. *Portal Comunicación.com*. Universitat Autònoma de Barcelona. <http://portalcomunicacion.com/lec-ciones.asp?aut=11>

Jensen, K. B. (ed.) (2007). *A Handbook of Media and Communication Research – qualitative and quantitative methodologies*. Routledge.

Kuhn, T. S. (1996). *The structure of scientific revolutions*. The University of Chicago Press.

McEvoy, Ph. & Richards, D. (2006). 'A critical realist rationale for using a combination of quantitative and qualitative methods', *Journal of Research in Nursing*, 11(1) 66-78, <https://doi.org/10.1177/1744987106060192>.

Morgan, D. L. (2014). *Integrating Qualitative & Quantitative Methods – a pragmatic approach*. London: Sage.

Silva, A. S. & Pinto, J. M. (2009). *Metodologia das Ciências Sociais*. Edições Afrontamento.

Vasconcelos, E. (2002). *Complexidade e Pesquisa Interdisciplinar*. Editora Vozes.

Sandra Marinho

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade | UMinho

marinho@ics.uminho.pt

<https://orcid.org/0000-0003-2013-229X>

2. O processo de investigação e divulgação científica

Este capítulo introduz as etapas do percurso da investigação, traçando um quadro geral das dificuldades, desafios e potencialidades do caminho da descoberta científica. Apresentando as diferentes fases do processo, aborda os cuidados a ter e os procedimentos a tomar no desenvolvimento de um projeto de investigação, desde a formulação do problema à análise dos resultados. Refletindo ainda sobre as questões da relevância social e científica da investigação, apresenta de seguida pistas sobre formas de promover a divulgação do trabalho realizado.

2.1. Iniciar uma investigação

O que é ser cientista? Uma das principais características de um cientista, dirão, deve ser a curiosidade. Ou seja, a capacidade de olhar para o mundo e interrogar-se sobre o que vê, sente e ouve. Assim é, de facto. Mas outra qualidade importante, e que deve acompanhar a primeira, é a capacidade de ser metódico. Curiosos há muitos (parafraseando uma citação icónica do universo cinematográfico), mas empreendedores que se dispõem a olhar para o objeto da sua curiosidade seguindo um percurso sistemático de questionamento, observação e análise, esses é que são cientistas.

2.1.1. Os objetivos como ponto de partida

A primeira tarefa do cientista é definir o seu problema. Delimitar o facto, o fenómeno ou a circunstância que se quer estudar e aprofundar é a fase que permite ao investigador iniciar o seu processo, porque é a partir de então que se torna visível o seu campo de atuação e é possível construir os objetivos de investigação. É claro que a tarefa não apresenta a todos o mesmo grau de dificuldade. Muitos investigadores poderão já ter objetivos de pesquisa bem identificados, fruto de interesses pessoais ou do contexto onde se movem. Contudo, este não é o caso para todos os que querem aventurar pela investigação científica, que nem sempre conseguem identificar áreas de pesquisa.

Como encontrar uma ideia que possa resultar em trabalho científico? Não há, claro, receitas pronto-a-usar, mas há uma estratégia que pode ajudar a identificar potenciais objetivos de investigação: a curiosidade e o distanciamento crítico. Porque convivemos diariamente com os fenómenos sociais, vemo-los muitas vezes como 'soluções naturais'. Mas face a isto é preciso questionar: por que razão determinado fenómeno assume esta ou aquela forma? Por que razão encontramos determinadas representações nas notícias ou nos filmes e séries? Por que razão determinadas práticas sociais são mais prevalentes? Ou, que consequências advêm de determinadas organizações sociais? Podemos ainda encontrar pistas para investigar em contextos perfeitamente informais, como conversas com amigos ou familiares. Um espírito curioso e inquisitivo que não aceite as evidências do senso comum poderá ainda encontrar inquietações científicas na leitura de jornais ou de literatura. Uma observação informal de contextos sociais poderá também fornecer um manancial de perguntas. Ou seja, ideias de investigação nascem do contacto com a realidade, mas

de um contacto que se quer indagador e reticente face às explicações mais óbvias que se lhe apresentam (Van Campenhoudt, 2003).

A partir da delimitação do seu problema de investigação, o investigador está agora pronto a definir os seus objetivos, de forma geral e específica. A enunciação de um objetivo geral dá visibilidade ao problema a atingir, delimitando-o e resumindo-o. Os objetivos específicos decompõem o problema geral em partes coerentes entre si e correspondem, de uma forma geral, às diferentes etapas necessárias para atingir o propósito da investigação. Estes objetivos podem ser de natureza diferente de acordo com a fase do projeto. De uma forma geral, consideram-se que podem ser exploratórios (traduzidos por ações descritas por verbos como identificar, determinar, demarcar, conhecer), descritivos (traduzidos por ações descritas por verbos como descrever, mapear, visualizar, caracterizar) e analíticos ou explicativos (traduzidos por ações descritas por verbos como compreender, analisar, relacionar, evidenciar, verificar).

Assim, os objetivos específicos podem incorporar uma indagação de natureza diferente, mas o propósito geral da investigação deve, tendencialmente, concorrer para explicar fenómenos sociais. Mais do que descrever o 'real', o problema a investigar deve visar a sua compreensão. Como se verá mais à frente, essa abordagem explicativa pode ser traduzida pela procura de relações entre fenómenos sociais.

2.1.2. A pergunta como um primeiro passo

Era uma vez uma pergunta. O ponto de partida da história de uma qualquer investigação é, na verdade, um ponto de interrogação. A investigação científica nasce de uma inquietação e de uma vontade de explicar e compreender fenómenos de natureza social. Uma investigação é assim um caminho na procura de alguma coisa: primeiro definimos o que procuramos e depois traçamos um percurso que nos leva ao nosso objetivo. A definição desta inquietação que motiva a investigação é essencial para projetar os passos seguintes. É por isso recorrentemente aconselhado que o objetivo geral da investigação seja traduzido em forma de pergunta ou questionamento, porque desta forma se consegue orientar a investigação em direção a um objetivo concreto (Quivy & Campenhoudt, 2005).

Encontrado o objeto de pesquisa e definidos os objetivos da investigação, podemos prosseguir articulando uma pergunta. Não é imperativo que o problema seja traduzido na forma de uma pergunta, mas essa formulação tem a vantagem de impelir à resposta. Como formular, pois, uma boa pergunta de partida? Considerando que a pergunta visa orientar a investigação, ela deve ser eficaz na condução dos trabalhos, o que significa ser precisa e concisa. Assim, e em primeiro lugar, ela deve ser clara, definindo distintamente os objetivos de investigação e o objeto ou população visada. Ela deve igualmente ser sucinta, evitando formulações com demasiadas considerações ou desdobramentos que obscureçam o rumo da investigação. Assim, uma boa pergunta de partida não se presta a confusões.

Quadro 2.1**Exemplo 1.**

Imaginando que um projeto de investigação quer avaliar as consequências de determinada alteração legislativa, não basta perguntar:

- Que alterações provocou a nova lei da Rádio?

Sendo demasiado vaga, esta pergunta não identifica exatamente a que nível devem ser avaliadas as alterações: é em termos de posição dos operadores no mercado, em termos de audiências, em termos de oferta?

Outra característica de uma boa pergunta de partida é a viabilidade do projeto que ela pressupõe. Ou seja, a pergunta de partida deve apontar para objetivos de investigação que sejam realistas e concretizáveis. Isso implica uma avaliação das condições que o investigador tem para realizar o seu projeto, em termos de tempo disponível e de recursos (humanos e financeiros) que as tarefas presumem. A tentação de ‘abraçar o mundo’ é frequente, assim como a vontade de expandir os limites do projeto. É preciso, por isso, delimitar o projeto no tempo e no espaço e adaptá-lo às condições reais de trabalho de que o investigador dispõe.

Quadro 2.2**Exemplo 2.**

O mapeamento de campos sociais é um exercício importante na investigação científica, porque permite, por exemplo, identificar prioridades e lacunas na atuação das organizações. Assim, este exercício poderia originar o seguinte questionamento:

- Que práticas de comunicação de ciência desenvolveram os gabinetes de instituições científicas em Portugal e na Europa nas últimas duas décadas?

Esta pergunta é clara e concisa, identificando claramente os propósitos da investigação. Contudo, exigiria recursos humanos (para identificar e cobrir todas as instituições científicas em Portugal e na Europa), assim como logísticos e financeiros (para contactar, viajar e observar todas as instituições científicas em Portugal e na Europa). Assim dificilmente seria realista, a não ser que este projeto contasse com investigadores de todos os países da Europa (ou perto disso) e milhões de euros.

Finalmente, uma terceira característica de uma boa pergunta de investigação é a sua pertinência, que diz respeito ao registo da investigação. Este tem que ser explicativo, e não normativo ou moralizador. Esta característica prende-se com uma questão mais global na investigação que é a da sua relevância, no campo científico (o que se prende com a formulação da pergunta de investigação), mas também no domínio social.

2.2. Garantir a relevância da investigação

Uma questão essencial a ter em conta quando iniciamos uma investigação tem a ver com a sua relevância, quer do ponto de vista científico, quer do ponto de vista social. Ou seja, a investigação científica é um empreendimento social e exige-se, por um lado, que a pesquisa a realizar possa constituir uma contribuição para a área de conhecimento, e que, por outro, possa também ter um impacto na sociedade de forma mais abrangente. Sendo realizada no contexto de uma organização social, a investigação científica não é um empreendimento solitário para satisfação única do investigador. Para além desta 'obrigação' de natureza coletiva, é ainda relativamente usual o investigador ser confrontado com a necessidade de justificar a relevância do seu trabalho, nomeadamente por razões de financiamento ou de acolhimento num centro de investigação.

2.2.1. Relevância científica

Do ponto de vista científico, diz-se que uma investigação é relevante se a inquietação à qual procura responder é pertinente do ponto de vista científico. Ou seja, o impulso para a investigação é explicar e compreender, não moralizar ou dar juízos de valor. O registo tem que ser explicativo, mas isso não significa que a investigação não deva ter preocupações éticas ou objetivos de melhoria social. Ou seja, a investigação deve procurar esclarecer circunstâncias sociais, mas pode simultaneamente responder a inquietações de carácter político.

Exemplo 3.

Exemplos de perguntas que não cumprem o objetivo de ter um registo explicativo, sendo sim moralistas, podem ser:

- O atual sistema mediático é justo?
- Os media digitais são bons para as sociedades?

Os meios e os sistemas que os encerra serão sempre bons/justos ou maus/injustos dependentemente da perspetiva e dos valores considerados, logo esta não é uma pergunta de natureza científica, mas sim filosófica ou ideológica. Tendo inquietações de natureza ética, o cientista deve sim providenciar uma explicação do que influencia a estruturação dos sistemas mediáticos, já que isto poderá levar à identificação de áreas de atuação políticas passíveis de alterar os sistemas mediáticos.

- As redes sociais exploram os utilizadores?

Sabendo nós que as redes sociais são negócios que vivem da contribuição dos utilizadores e sem com eles dividirem os lucros, a réplica é sim; a resposta está assim obviamente contida na forma como a pergunta está formulada e há claramente princípios instrumentalistas na elaboração desta questão, que não procura uma indagação científica, mas sim uma espécie de acusação ou confirmação de uma ideia pré-existente.

Quadro 2.3

A investigação que é científica deve, pois, ser rigorosa, cumprindo criteriosamente a metodologia científica escolhida para responder à inquietação. A investigação não tem por objetivo procurar construir previsões. Nas ciências sociais, e contrariamente ao que se passa no campo das ciências exatas, não se procura estabelecer leis. Os fenómenos sociais são dinâmicos e complexos, pelo que não é possível determinar qualquer tipo de estabilidade permanente. Podem ser detetadas tendências ou padrões, mas sem determinismos. Ou seja, o objetivo do investigador social não é encontrar regras as quais possa aplicar a diferentes fenómenos. O resultado da investigação poderá determinar associação entre fenómenos, mas dificilmente relações diretas de causa e efeito. Evidentemente que a investigação poderá identificar constrangimentos e lógicas que condicionam determinada situação e isso evidencia desafios e interpreta o futuro. Ou seja, mais do que descrever, o objetivo da explicação é compreender. Para isso, será necessária a construção de um dispositivo metodológico e conceptual.

Quadro 2.4**Exemplo 4.**

Uma pergunta que tenta ‘prever’ factos sociais poderá ser a seguinte:

– Como vai evoluir o jornalismo nas próximas décadas?

É impossível um investigador descobrir a resposta a esta pergunta, porque a evolução depende de inúmeros fatores sociais e políticos, cujo desenvolvimento é incerto.

Outro aspeto a ser evitado é formular perguntas cuja resposta será sim/não e cujo resultado é uma descrição do fenómeno:

– Os jovens usam mais as redes sociais do que as pessoas idosas?

O resultado de uma investigação para responder a esta pergunta seria apenas um ‘sim’ e uma descrição estatística da utilização por faixas etárias; mas não uma identificação dos fatores que explicam por que usam os jovens mais as redes sociais do que os idosos ou quais as consequências destes diferentes níveis de acesso.

Deste modo, espera-se que a investigação faça uma contribuição significativa para a área de estudo em que se insere:

- i) Pela contribuição cumulativa: como, por exemplo, estudos de noticiabilidade na fase do jornalismo digital/online;
- ii) Pela inovação/ineditismo: como, por exemplo, os primeiros estudos que avaliaram impacto das redes sociais nos modos de produção noticiosa;
- iii) Pela superação de lacunas (há alguns fenómenos que são pressupostos, mas para os quais não há dados empíricos): por exemplo, conhecemos o papel da comunicação organizacional a nível do ambiente hospitalar, mas não a nível dos cuidados primários.

Em qualquer destes casos, como veremos mais à frente, é necessário conhecer profundamente o estado da arte (fazer o ponto da situação das investigações até então realizadas sobre o tema) e refletir sobre o caminho até então percorrido por outros.

A relevância científica é validada pela aplicação de um método científico, mas não pela opção por uma ou por outra determinada técnica ou perspectiva. Assim, o investigador pode optar por perspectivas sistémicas, associadas a técnicas mais quantitativas, ou por perspectivas mais compreensivas, associadas a técnicas de natureza mais qualitativa. A opção por uma ou por outra em nada condiciona a natureza científica do trabalho a realizar e estas perspectivas não são opostas, antes complementares.

As perspectivas sistémicas são particularmente relevantes para análise de longos períodos de características persistentes onde são identificáveis regularidades que provocam efeitos de sistema. É o caso, por exemplo, de estudos que tentem identificar de que forma as características sociodemográficas de uma dada população condicionam os hábitos de consumo de notícias e entretenimento. Numa era de ‘big data’ e de proliferação de dados em contextos abertos, as oportunidades para usar perspectivas sistémicas abriram-se significativamente, ainda que essas oportunidades comportem igualmente novos riscos, nomeadamente de natureza ética (ver Capítulo 3).

As perspectivas compreensivas serão mais apropriadas a períodos de crise, que potenciam transformações a nível das práticas, para dar conta das complexidades das dinâmicas sociais. Assim, as perspectivas compreensivas, por serem um olhar em profundidade, serão mais úteis quando se trata de compreender um determinado fenómeno, enquanto que as perspectivas sistémicas poderão ser mais úteis para analisar questões de frequência, prevalência e dimensão dos fenómenos.

2.2.2. Relevância social

Sendo certo que a investigação parte normalmente da curiosidade individual e do empenho e interesse do investigador pelo tema, é desejável que o empreendimento científico contribua, de algum modo, para o benefício da sociedade e para a compreensão do contexto e ambiente social – mesmo que esse benefício apenas venha a ser disponibilizado no longo prazo. A avaliação desse contributo, porém, nem sempre é evidente. Por norma, as ciências exatas dispõem de indicadores de utilidade muito mais imediatos que as ciências sociais. Estas, porque dependentes do contexto sócio-temporal, têm, muitas vezes, uma maior dificuldade em impor-se com uma validade direta (Bouter, 2008; Wilbertz, 2013).

Apesar desta circunstância, as ciências sociais são relevantes a nível social de muitas formas. Por exemplo, as ciências sociais são relevantes para melhor se compreender um comportamento ou acontecimento social. Como usam as pessoas as redes sociais enquanto forma de participação política? Quais são as práticas de literacia mediática das populações estudantis? Como se informam as pessoas em contexto de emergência sanitária? Como combater a desinformação?

As ciências sociais permitem ainda fazer um ponto de situação, um mapeamento compreensivo de determinadas realidades sociais. Quem são as organizações e os cidadãos que participam nos *media*? Em iniciativas de Governação da Internet? Em campanhas de publicidade subversivas? Que implicações para a sociedade portuguesa resultam da generalização da adoção de redes sociais? Quais são as práticas de comunicação organizacional em determinado sector da sociedade (como instituições de ensino superior ou de investigação científica) ou do tecido empresarial?

As ciências sociais estão também mais bem posicionadas para captar com maior perspicácia as lógicas de funcionamento de uma organização e/ou sector, por exemplo, de empresas de publicidade ou relações públicas, do sector da rádio local ou da imprensa regional. Por outro lado, as ciências sociais podem também ajudar na reflexão sobre as implicações de uma dada política ou decisão governamental, como por exemplo, as políticas de incentivo à leitura (no âmbito dos apoios à imprensa local) ou o programa de distribuição de portáteis à população estudantil. Pode assim ajudar a compreender como surgem determinadas ações políticas e quais são as consequências desta decisão. Finalmente, podemos ainda apontar, para justificar a relevância social das ciências sociais, o facto de estas pesquisas conseguirem tornar visíveis os fundamentos de algumas representações sociais, como as perceções sobre o consumo, a sexualidade, a participação política ou, ainda, de que forma influenciam os consumos mediáticos as representações sociais que as pessoas têm, por exemplo, sobre conflitos internacionais, outras religiões, minorias.

Muita discussão à volta da relevância das ciências sociais que se fixa na questão dos indicadores objetivos (como o é para as ciências exatas o desenvolvimento de uma nova tecnologia, de uma nova terapêutica, etc) tende a esquecer um aspeto essencial: as ciências sociais não apresentarão sinais tão imediatos, mas são ciências que “incomodam” (Bourdieu, 2003). São, pois, sistemas de produção científica que incomodam porque revelam objetos, relações escondidas (nomeadamente de relações de poder). Foi a investigação no campo das ciências da comunicação que, por exemplo, deu conta da promiscuidade a nível das fontes jornalísticas ou o impacto das relações públicas nos conteúdos noticiosos e das implicações desta situação para a vitalidade do espaço público.

As ciências sociais incomodam também porque de-naturalizam situações e organizações sociais, como nos mostram os estudos que analisam o impacto dos fatores de natureza política nas estruturas mediáticas dos diferentes países. Ao contextualizar no tempo e no espaço, os estudos em comunicação evidenciam, por exemplo, que não há soluções naturais para as organizações noticiosas ou de serviço público, antes uma complexidade social e política que configura os contextos onde as soluções emergem.

As ciências sociais são ainda “incómodas” porque atingem interesses sociais, pondo em causa o *status quo* dos atores. Quando se estuda, por exemplo, as operações de concentração no mercado jornalístico e se evidencia as implicações na diversidade e carácter local dos meios, os interesses económicos das empresas e grupos são colocados em causa.

2.2.3. A medição do impacto das ciências sociais

A relevância social das ciências sociais é, assim, incontestável, ainda que seja, por vezes, mais difícil de traduzir em indicadores objetivos. As ciências sociais não tendem a produzir um produto tangível, porque, por norma, estão mais orientadas para a compreensão de processos de relacionamentos, de comportamentos e de saberes. Estes indicadores têm sido, contudo, considerados essenciais para medir o seu impacto (Silva & Araújo, 2014). Há quem defenda que existe uma certa perspetiva economicista nesta exigência de medição de impacto, porque a ideia de que tudo se pode medir tem em vista a possibilidade de avaliar o retorno do investimento que foi efetuado na investigação. E é claro que quando essa exigência é feita apenas em termos quantitativos, tentando desta forma provar a sua irrelevância (porque os indicadores quantitativos são menos frequentes nas ciências sociais que nas ciências exatas), há uma certa razão para vermos a questão da medição como uma certa cautela. Até porque a dificuldade que existe, por vezes, em demonstrar inequivocamente o impacto das ciências sociais tem justificado, em alguns países, as medidas para diminuir o investimento público nessas áreas.

Este risco, o de existir a perceção de uma diminuída relevância (e consequente financiamento) aos olhos do público em geral e dos decisores políticos, deve ser combatido com a adoção de uma noção de impacto inclusiva e alargada. Assim, o impacto é definido como sendo um efeito, uma mudança ou um benefício para a economia, sociedade, cultura, serviço público ou qualidade de vida. Estamos aqui a considerar que esse impacto se pode sentir em diferentes níveis geográficos (do local ao internacional), ao nível das ações (atividades, das atitudes, das competências, dos desempenhos, das práticas, da compreensão ou das políticas) e das pessoas (audiências, comunidades ou organizações). O impacto não é apenas uma alteração no sentido 'positivo', mas pode também ser uma ação que impede ou diminui condições negativas. Ou seja, uma avaliação do impacto deve também considerar a redução ou prevenção de dano, risco ou custo.

Pista 1.

O impacto pode ser medido através de indicadores de natureza quantitativa ...

- novos produtos
- novos serviços, métodos, ou
- novas tecnologias desenvolvidas

(deste modo, estamos a considerar os impactos económicos das ciências sociais, que podem assim ser medidos pelo número de patentes desenvolvidas, pelo número de novas empresas criadas ou pelo número de spin-offs)

... ou pode ainda ser medido com recurso a indicadores de natureza qualitativos

- contribuição para serviços de informação pública,
- contribuição para novas formas organizacionais, ou
- contribuição para processos de tomada de decisão.

Quadro 2.5

O impacto social das Ciências Sociais pode, assim, não parecer tão imediato ou objetivo como o de outras ciências, mas pode ser medido através de uma variedade de indicadores, cuja adequação deve resultar do objetivo da investigação em causa. Assim, quando elabora o seu projeto, o investigador deve considerar vários tipos de possíveis impactos e identificar que tipo de ‘*outcome*’ (resultado) social específico daí resulta, em termos de nível geográfico, se afeta a sociedade em geral ou uma componente específica (grupo, comunidade, organização, etc.) e em que domínio (na compreensão do problema ou na aplicação do problema).

A medição do impacto da investigação a nível científico é outra preocupação corrente, sobretudo dos decisores públicos. Em causa, está a avaliação dos efeitos do investimento em ciência, sobretudo no que respeita ao ‘impacto’ científico do trabalho realizado. Aqui há também algumas dificuldades que se colocam de forma mais geral às ciências sociais e que resultam da institucionalização global de um modelo de avaliação a partir da aceitação para publicação em determinadas revistas científicas, indexadas em bases de dados. As revistas estão ordenadas por fator de impacto e envolvem processos de revisão por pares. Ainda que o paradigma da revisão por pares não esteja em causa, o mundo da publicação científica – no qual se apoiam as políticas de avaliação do impacto científico – tem várias limitações, que constroem de forma muito particular o trabalho nas ciências sociais.

Em primeiro lugar, este modelo tende a privilegiar um determinado formato – o do artigo –, cuja dimensão nem sempre se propicia a investigações de grande fôlego como as que têm lugar no campo das ciências sociais. Assim, a produção de livros e capítulos não é não considerada de forma regular nestas bases de dados, o que dificulta o reconhecimento do seu impacto científico, porque não se enquadram nestas métricas que têm sido naturalizadas em vários sistemas científicos.

As ciências sociais têm, ainda, maior propensão para abordar temáticas locais e contextuais – o que dificulta a perceção da sua relevância a nível global (e há contextos geográficos sempre mais privilegiados, como, por exemplo, os do Reino Unido e dos Estados Unidos, mas que não é o caso de Portugal). Por outro lado, a quase obrigatoriedade de escrever em inglês também dificulta o trabalho dos investigadores e nem sempre é apropriada a investigações locais (como, por exemplo, as que visam investigar linguagens e discursos).

Assim, a existência de sistemas de medição do impacto científico resulta de um novo paradigma, assente no desenvolvimento de técnicas, ele próprio não isento de crítica social. Este novo paradigma insere-se num quadro económico-social alargado, globalizado e caracterizado pela competitividade dos mercados, onde a ciência está, muitas vezes, ao serviço do crescimento económico. Por outro lado, a própria ciência é também percecionada como tendo de ser ‘competitiva’, sujeita a *rankings* e a concorrência interna.

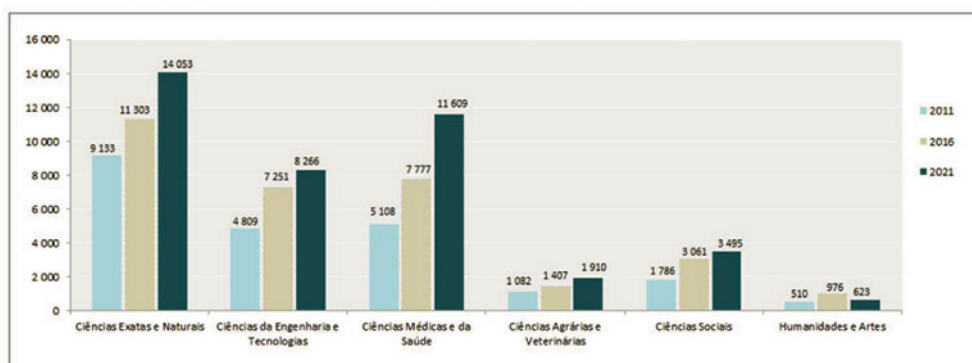
No quadro da medição do impacto científico, o principal indicador é produzido pela *Web of Science* (anteriormente conhecida por *Web of Knowledge*), que mede o número médio de citações por publicação em 22 áreas de conhecimento distintas.

É usado, por exemplo, para medir a produção científica portuguesa pela Direção-Geral de Estatísticas do Ensino Superior e Ciência (DGEEC), como se pode ver nas Figuras 2.1 e 2.2.

Produção Científica Portuguesa, 2011-2021: principais resultados

Gráfico 3

Número de publicações portuguesas indexadas na Web of Science, por área científica: 2011, 2016 e 2021



Notas:

¹ Produção científica portuguesa indexada na Web of Science (core collection). Este indicador inclui todos os tipos de documentos.

² Uma publicação é considerada portuguesa quando pelo menos um dos seus autores tem afiliação a uma instituição nacional.

Fontes:

DGEEC – Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência. InCites™ database, Clarivate Analytics (atualizada a 26-08-2022).

Figura 2.1

Evolução no número de publicações portuguesas por área científica. Retirado de: <https://www.dgeec.medu.pt/api/ficheiros/6576e7675f39ee77721e9d19>.

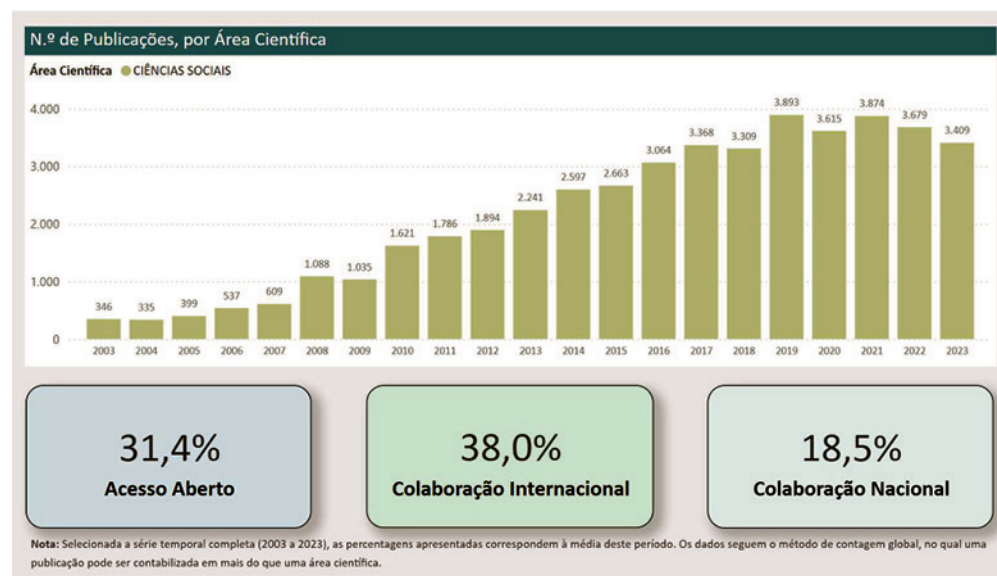


Figura 2.2

Evolução no número de publicações portuguesas na área das Ciências Sociais. Fonte: DGEEC <https://www.dgeec.medu.pt/art/ciencia-e-tecnologia/undefined/undefined/6571b3743c4f90613cb1b8e4>.

Quadro 2.6

Pista 2.

Chegado aqui, o investigador já delimitou o seu problema de investigação, enunciando os seus objetivos e/ou delineando uma pergunta, procurando que responda às características enunciadas. Passou pelo teste da clareza, eventualmente por ter sido alvo de uma discussão sobre o seu significado num pequeno grupo (que pode ser um orientador da investigação, um colega ou até a sua família), avaliou-se as condições da sua exequibilidade e foi pensada a sua relevância – científica e social. O processo de questionar terminou? Não, a delimitação do questionamento é ainda, nesta fase, provisória e pode vir a ser ajustada ao longo do processo restante.

2.3. Delinear o processo

Voltando à nossa alegoria do caminho, com que iniciamos este capítulo, o próximo passo é, depois de estabelecidos os propósitos do percurso, traçar esse trajeto no mapa. Para nos situarmos face ao nosso objetivo, temos que identificar o nosso ponto de partida e perspetivar onde queremos chegar. Que mapa é esse? E que bagagem devemos levar para realizar esse percurso? E qual o melhor meio de transporte?

A bagagem é algo essencial em qualquer viagem. A ‘mala’ deve conter o essencial, para ajudar a cumprir o caminho e evitar o supérfluo, para não sobrecarregar (levando a atrasos ou enganos). Assim, devemos claramente considerar o que devemos incluir na ‘mala’, mas também o que não devemos levar connosco. O que excluir de qualquer bagagem do trabalho científico? As nossas certezas prévias, o senso comum e os preconceitos. A investigação é uma descoberta e, se partirmos com respostas feitas ou resultados pré-concebidos, não vamos estar abertos à realidade dos factos científicos. Este é o passo da ‘rutura’ com o senso comum (Santos Silva, 1986), que nos ajuda a ultrapassar a familiarização com o nosso objeto de estudo – o social é, afinal, o contexto onde nascemos, crescemos e vivemos. É muito fácil desenvolvermos explicações ‘naturais’ ou ‘etnocêntricas’ para os fenómenos sociais.

Esvaziada a mala do senso comum, como vamos preencher esse espaço vazio? Com uma predisposição para manter a mente aberta face aos fenómenos sociais que vamos estudar, admitindo aqui algum caos face aos propósitos da investigação, que surge da indefinição própria de quem não conhece ainda os caminhos que vai traçar. Essa ‘bagagem’ acompanha o investigador ao longo de todo o processo de investigação. Outro item é o pensamento científico, a capacidade de questionar e problematizar. Finalmente, quando viajamos para outros países, temos muitas vezes que levar conectores especiais (por exemplo, aparelhos quando há diferentes tomadas elétricas; guias e pequenos dicionários para nos relacionarmos com as pessoas locais e com os lugares) que permitem fazer ligações e conexões e progredir na viagem de forma conectada. Na mala da investigação, também levar a capacidade mental para relacionar e conectar fenómenos, procurando relações explicativas, associações produtivas. Como diz Santos Silva (1986, p. 52), «os factos sociais só podem ser explicados por sistemas de relações entre eles».

Assim equipados, e tendo já estabelecido o ponto (pergunta) de partida que nos lança em direção aos nossos propósitos de investigação, temos agora que considerar as opções para avançar. Que caminhos tomar? Esta escolha deve ser informada, tal como em qualquer viagem, por regras e sinais de trânsito (que estabelecem as normas de circulação, o que é permitido, o que é proibido e quais são os riscos que podemos encontrar) e por outros instrumentos (como o GPS, que nos indica os melhores caminhos de acordo com as nossas prioridades). Assim, importa averiguar que normas e posicionamentos existem para guiar a investigação científica. No fundo, trata-se de balizar a investigação, enquadrar o seu curso, orientar o seu desenvolvimento.

A instrução do caminho é realizada pela leitura da literatura existente sobre o tema em que se insere a investigação, ou seja, pela análise das teorias já demonstradas, pela avaliação das evidências já produzidas por outros autores, pela examinação das contribuições que outras investigações originaram. Estes são os instrumentos de navegação e as regras que demarcam o trabalho do investigador, porque é a partir desta análise da literatura, do que já está estabelecido, que se podem evidenciar perspetivas, detetar lacunas, antecipar caminhos.

Aqui chegado, o investigador terá uma noção mais clara de qual é o fenómeno ou realidade social que pretende explicar, mapear, compreender, analisar. Terá construído, a partir da sua bagagem e dos mapas conhecidos, lidos com base nas regras de trânsito e sistemas de navegação, o seu próprio itinerário de investigação. Esse roteiro deverá delimitar o campo da análise e construir a problemática. Face ao fenómeno a estudar, deverá identificar os esteios essenciais que permitirão partir para o trabalho seguinte do investigador: a construção do seu próprio modelo de análise.

Finalmente, e quando se trata de planear uma viagem, há que escolher o meio de transporte adequado, aquele que melhor permite chegar ao destino, tendo em conta o tipo de viagem a efetuar e as características do terreno. Numa qualquer viagem, temos que saber se o nosso caminho é terrestre ou marítimo, se mais facilmente se chega de avião ou, se pelo contrário, o comboio é preferível e ainda quando são as vantagens competitivas, por exemplo, de usar um meio de transporte individual, como o automóvel. Numa investigação, a decisão pelo melhor ‘meio’ para alcançar os seus propósitos significa optar pela metodologia mais adequada.

As diversas metodologias, métodos e técnicas, e os contextos em que se aplicam, são apresentadas e aprofundadas nos capítulos deste manual e, por isso, não vão ser abordadas neste capítulo. O essencial a reter quando se trata de definir a recolha de dados é que não há métodos melhores ou piores, mas sim métodos adequados aos propósitos da investigação, ao modelo de análise e aos atributos do campo de análise. Se o nosso objetivo é avaliar o impacto de determinadas políticas, entrevistas a atores-chaves e peritos poderá ser a melhor opção. Ou, se queremos entender o comportamento de uma determinada população em relação a tecnologias de comunicação, os inquéritos por questionário poderão fornecer os dados mais relevantes. Feita a introdução geral ao processo de investigação, de forma a proporcionar uma visão geral do que o constitui, serão a partir daqui apresentadas com mais detalhe, no resto deste capítulo, as etapas a realizar ao longo do percurso.

2.3.1. O enquadramento teórico / estado-da-arte: instruir a problemática

A questão de partida abre um vasto terreno de trabalho ao investigador, que tem então de procurar estabelecer a sua própria problemática – o que acima designamos de itinerário de investigação. Isto significa que o investigador deverá procurar sondar esse terreno através de leituras e, se for apropriado, entrevistas exploratórias.

As leituras vão permitir estabelecer o chamado enquadramento teórico. Este é o momento em que as teorias sobre o tema em causa são analisadas, assim como as evidências já produzidas são identificadas. O investigador fará, seguramente, muito mais leituras do que as que convocar, posteriormente, para a sua problemática. Esta é uma fase de exploração em que se examina o trabalho científico anteriormente produzido na área, mas nem toda a pesquisa já realizada terá contributos assinaláveis que importem ao objeto de estudo da investigação em curso. Este é também um momento em que o equilíbrio é difícil: devem ler-se os trabalhos mais relevantes e ter a certeza de não ignorar produções essenciais na área, o que significa um aturado exercício de pesquisa de artigos e livros; contudo, não se pode cair na tentação de ler absolutamente tudo o que foi escrito sobre o assunto em análise, correndo o risco de se perder em leituras intermináveis.

Deste modo, há um procedimento a seguir para tornar as leituras produtivas e adequadas à dimensão do trabalho, assim como ao objeto de estudo. A primeira regra é atender ao campo que foi delimitado pela pergunta de investigação. Se bem formulada, a questão de partida vai identificar o campo teórico onde se inscreve a nova proposta de contributo.

Quadro 2.7

Exemplo 5.

Que leituras se devem selecionar quando se parte da seguinte questão:

- De que forma o jornalismo local promove a proximidade com a sua audiência através das redes sociais?

As leituras deverão incidir sobre jornalismo/local/regional ou jornalismo de proximidade e sobre a utilização das redes sociais em contexto de produção jornalística. Poder-se-ia também pensar em investir em muitas leituras sobre audiências e público do jornalismo local ou sobre a utilização das redes sociais por parte dos cidadãos. Mas repare-se que o foco desta pergunta incide nas práticas das redações e não na receção desse produto, pelo que não há aqui uma necessidade de aprofundar a questão das audiências do jornalismo local, sobre, por exemplo, a forma como estas usam as redes sociais para interagir com os órgãos de informação local ou sobre as formas através das quais os cidadãos usam as redes sociais para se informar. Poderão ser relevantes alguns números/estatísticas sobre a utilização das redes sociais, mais não um aprofundamento sistemático do assunto.

Como foi referido, as leituras devem ainda ser suficientemente abrangentes para dar conta de todo o campo que se vai analisar, mas devem igualmente ser proporcionalmente ajustadas à investigação em causa. Como saber que o equilíbrio foi atingido? Normalmente, o momento para parar de procurar deverá ser aquele em que os novos autores encontrados nada oferecem de novo ao campo em análise – rapidamente, o investigador dar-se-á conta de que alguns princípios teóricos e evidências encontram-se bastante disseminadas e, quando já só encontrar repetições desses contributos, poderá dar as leituras por concluídas. Assim, o investigador não deve procurar ler muito (deve ler o bastante), mas sim, claro, ler bem. A leitura deve ser acompanhada de intervalos, de forma a permitir ao investigador assimilar e pensar sobre os textos – não apenas recolher elementos.

Pista 3.

A pesquisa de bibliografia pode ser orientada a partir dos seguintes critérios:

- Preferir textos-síntese ou revisões sistemáticas da literatura (porque tendem a traçar um quadro bastante vasto do campo, dando já conta das diversas perspetivas existentes);
- Preferir artigos publicados em revistas com revisão por pares (porque garantem melhor qualidade dos contributos);
- Preferir artigos ou capítulos que não tenham apenas dados ou observações, mas também interpretação e análise desses dados (porque tendem a mostrar a forma como os dados se relacionam com o enquadramento teórico).

Quadro 2.8

Onde encontrar os textos mais relevantes? A internet facilitou muito a tarefa do investigador no que diz respeito à pesquisa de trabalhos científicos já publicados. Mas também coloca desafios: é preciso saber selecionar as leituras de forma a garantir a sua qualidade e credibilidade, o que nem sempre está presente nos resultados de uma pesquisa aleatória pela internet. Poderá haver inúmeras páginas com dados e informações sobre o campo de pesquisa em causa, mas é necessário que a fonte seja de reconhecida credibilidade científica. Numa altura em que os mestrados se generalizaram nas universidades portuguesas, estão online muitas teses, dissertações ou relatórios de estágios realizados nesse contexto. É necessário recordar que esses são trabalhos realizados por alunos (nessa fase apenas detentores de uma licenciatura) e que a sua publicação apenas indica aprovação por parte da instituição e não necessariamente o reconhecimento de que cumprem altos critérios e padrões de qualidade ou que estão isentos de fragilidades. Ou seja, será sempre melhor recorrer a textos que representam um nível de conhecimento avançado e consolidado.

Assim, no momento de escolher os autores que vai convocar para o seu próprio trabalho, o investigador deve privilegiar literatura de natureza científica e usá-la para dar estrutura, sustentação e profundidade ao enquadramento teórico que propõe. Isto implica recorrer primariamente a artigos científicos, livros, capítulos e teses de doutoramento. Há temas que podem ser enriquecidos com outro tipo de

contribuições, que cruzam o conhecimento científico com abordagens mais livres ou ensaísticas, e que servem, principalmente, para corroborar as posições defendidas, mas não para acrescentar informação nova ou argumentos centrais. Finalmente, existem publicações não científicas a que o investigador pode recorrer para ilustrar, exemplificar ou atualizar dados/informações, como é o caso dos media jornalísticos, sites e, em alguns casos, documentos e relatórios oficiais.

Para identificar os textos relevantes, o investigador poderá começar pela Google Scholar, pelos repositórios abertos das universidades e também por coleções de revistas prestigiadas (como a Sage ou a Taylor & Francis). Existem também revistas portuguesas na área das Ciências de Comunicação, indexadas na Scopus, que publicam em português e/ou em inglês e que podem ser consultadas online de forma grátis: Comunicação & Sociedade (CECS), Observatório e Estudos em Comunicação, Media e Jornalismo, Comunicação e Linguagens. Outras revistas nacionais incluem Comunicação Pública e publicações associadas ao Grupos de Trabalho da Sopcom – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Em todas encontra geralmente ferramentas de pesquisa que permitem procurar por palavras-chave, que podem ser propostas a partir da pergunta de partida.

A leitura procura familiarizar o investigador com conceitos, teorias e evidências que lhe permitam criar o seu itinerário de investigação, ou seja, elementos que ele possa convocar para a sua problemática – por outras palavras, trata-se de escolher a perspetiva ou abordagem teórica que o investigador vai adotar para responder à sua pergunta de investigação. Para que a leitura seja profícua, poderá ser necessário ao investigador fazer uma grelha de leitura ou um resumo de forma a reter as ideias mais importantes e as conclusões mais relevantes. Poderá também, desde logo, recolher as citações que lhe pareçam, à data, mais relevante – tendo o cuidado de apontar sempre a que autor, ano de publicação e página pertencem (de forma a facilitar posteriormente o trabalho de redação).

Também útil para ajudar a selecionar leituras, a realização de entrevistas exploratórias permite ainda compreender alguns conceitos associados à realidade que o investigador pretende abordar. No contexto de entrevistas exploratórias, aspetos desconhecidos podem ser revelados pelos entrevistados e novas perspetivas se podem abrir. A conversa com investigadores experientes e peritos da área pode encaminhar a investigação a, por um lado, abrir-se a novos horizontes (porque podem ser identificadas relações e associações anteriormente ignoradas) e, por outro, a melhor delimitar o campo de pesquisa, ajudando a retificar a pergunta de investigação e as leituras a realizar. Para além de estudiosos da área, as entrevistas podem também ser realizadas junto de testemunhas dos fenómenos a estudar ou junto dos eventuais públicos ou comunidades que podem ser alvo da investigação.

Exemplo 6.

Num estudo sobre as crianças e os media, a quem pode o investigador recorrer para entrevistas exploratórias? Poderá entrevistar estudiosos, mas também manter conversas informais com crianças da faixa etária que pretende estudar.

Num estudo que procura identificar os desafios na comunicação de ciência, o investigador poderá falar com pessoas que constituem o chamado público em geral e também com os cientistas.

Numa investigação sobre as dinâmicas da comunicação interna numa qualquer organização (ex., um hospital ou uma empresa), o investigador poderá falar com os membros dessa organização.

Quadro 2.9

O objetivo desta fase exploratória, constituída por leituras e entrevistas, é convocar para a problemática as ideias, conceitos e teorias que conseguem enquadrar a investigação a desenvolver. Aqui, o investigador deverá escrever, de forma articulada e argumentativa, um texto que exponha a sua abordagem ao problema: essa componente é muitas vezes apelidada de revisão bibliográfica, enquadramento teórico ou estado-da-arte. Quivy & Campenhoudt (2005) preferem o termo 'problemática', para dar conta de que este passo não deve ser uma mera reprodução do pensamento de outros, mas sim um momento de problematização das perspetivas existentes.

Independentemente do modo como se intitula esta fase do percurso de investigação, num primeiro momento, o texto poderá apresentar uma síntese das principais ideias e teorias recolhidas na fase das leituras e entrevistas exploratórias, de forma a traçar o quadro mais geral do problema a analisar. Há muitas vezes a tentação de fazer uma espécie de inventário das diferentes ideias e contribuições, apresentando-as quase como uma lista. Mas esta fase não pode ser uma sucessão de monólogos dos diferentes autores, mas sim um diálogo entre eles, onde as concordâncias, diferenças de abordagens e diversidade de resultados são confrontadas. É esperado que nesta fase se possam comparar teorias e evidências, fazendo o balanço das diferentes perspetivas. Este esforço de reflexão sobre a literatura é essencial, independentemente do tipo de estado-da-arte efetuado: por revisão sistemática ou revisão narrativa.

Introduzindo aqui um pequeno desvio, poder-se-á questionar qual o lugar da revisão sistemática da literatura nesse contexto. A revisão da literatura pode, de facto, assumir um carácter sistemático, o que é, em si mesmo, um método de observação: nesse caso, o objeto de estudo é a literatura produzida sobre o problema social em questão e a observação vai obedecer a critérios de recolha e de análise de artigos previamente estabelecidos. A esta técnica chama-se revisão sistemática da literatura, que não é exigível em todos os casos; aliás, na maioria dos projetos, a revisão da literatura é uma narrativa, ao longo do qual o investigador convoca trabalhos relevantes da área, mas sem preocupações de sistematização.

A revisão sistemática da literatura responde a uma questão de investigação (por exemplo, de que forma tem sido definido o conceito de *slow journalism*?) e deve ser replicável: os critérios de escolha dos artigos (as bases de dados consultadas, as palavras-chave de pesquisa, tipo de estudo) devem ser explicitados de forma a que qualquer investigador que procure replicar o estudo, obtenha os mesmos resultados. A revisão sistemática deve ser exaustiva, incluindo toda a literatura que cumpra os critérios pré-definidos. A revisão tradicional de literatura é mais subjetiva, já que a inclusão/exclusão de artigos depende das escolhas do investigador. É claro que isso não implica que não haja uma avaliação crítica por parte do investigador dos documentos que analisa. Ao construir um texto que sintetiza o debate sobre o problema em questão, integrando e relacionando os diferentes autores de modo a pô-los em perspetiva, o investigador terá sempre de considerar a relevância e a qualidade das contribuições. A estrutura lógica desta narrativa difere consoante o objeto e até o estilo de cada um: por vezes, pode traçar um caminho concetual, explorando os diferentes níveis de análise dos problemas sociais, mas, em outros casos, uma abordagem cronológica pode revelar-se mais eficiente. Por norma, deve preferir-se uma organização que vá do geral para o específico, do global para o local, mas esta não é uma regra inquebrantável.

No final deste processo, o investigador deverá ser capaz de posicionar-se criticamente face ao conhecimento existente na área, tendo examinado as evidências entretanto apresentadas e as teorias elaboradas. Isto significa que ele vai escolher a sua própria abordagem ao problema, devidamente fundamentado com as perspetivas que apresentou anteriormente. Neste momento, a questão de investigação e os objetivos poderão ser reformulados, ajustados ou adaptados face ao novo pensamento crítico e teórico que o investigador deverá ter desenvolvido ao longo desta fase. O investigador estará então em condições de apresentar as principais linhas teóricas com as quais vai instruir o modelo de análise que permitirá responder à pergunta de partida ou problema de investigação.

2.3.2. A construção do modelo de análise

O investigador está agora posicionado face à teoria e face às evidências e respetivas interpretações sobre o fenómeno social que quer analisar, tendo identificado quais são os conceitos fundamentais que vão enformar o seu trabalho. Esses conceitos poderão ter sido desenvolvidos por outros investigadores em contextos semelhantes ou equiparáveis. Ou poderão ser o resultado da reflexão crítica do investigador sobre teorias e modelos existentes a partir dos quais extraiu elementos e factos que dão origem a um novo quadro. Ou seja, poderá adotar uma perspetiva de análise já utilizada por outros investigadores, conservando um quadro teórico existente, apenas adaptado à sua circunstância; ou então, escolhendo elementos de referência entre várias perspetivas teóricas existentes, construir um modelo concetual novo.

Esse modelo concetual, ou modelo de análise, identifica, em função do quadro teórico, quais serão os elementos essenciais a serem observados na parte empírica da

investigação. O modelo de análise instrui assim a recolha e análise de dados, ou seja, identifica o que se vai exatamente procurar no universo selecionado.

A primeira etapa é a conceitualização, a elaboração de conceitos que captam os aspetos da realidade/fenómeno que queremos estudar. Mais que definições, esses conceitos são operacionais na medida em que identificam as categorias de análise. Os conceitos captam o essencial da realidade a estudar e não são exaustivos face a essa realidade – são antes uma seleção dos aspetos que se relacionam com a pergunta de partida. Resultam assim de um processo a que Quivy & Campenhoudt (2005) chamam de construção-seleção.

A partir dos conceitos, podemos isolar as dimensões a avaliar, ou seja, os aspetos do fenómeno que queremos medir (usando aqui o verbo medir num sentido lato que não se restringe à sua dimensão quantitativa). Porque muitos fenómenos sociais são complexos e não reduzidos a facetas únicas, as dimensões podem então ser subdivididas em componentes, que apontam para aspetos específicos e identificáveis nos fenómenos em causa. Para cada componente existem os respetivos indicadores, ou seja, a tradução do fenómeno nas suas manifestações sensíveis, visíveis e materiais.

Exemplo 7.

No artigo *Beyond links: understanding meaning and control in political blogs*, a autora apresenta um novo quadro conceitual para análise do discurso online em contextos políticos.

A questão de partida: Que efeitos tem a utilização de hiperligação sobre a autoria de discursos políticos publicados em blogues?

Conceitos: os *hipertextos* (textos digitais com hiperligação em contexto de discurso político) são narrativas co-criadas e de natureza colaborativa; as *hiperligação* são atos de discurso que constituem uma forma de exercer controlo.

“Os hipertextos desafiam os discursos tradicionais e promovem novos recursos nos discursos públicos, que podem ser mais colaborativos, abertos e provedores de oportunidades. Essas perspetivas podem ser alcançadas dependendo dos utilizadores e da disposição dos autores para partilhar não apenas a mensagem, mas principalmente o poder de providenciar interpretações significativas”.

Dimensão: níveis de controlo (contribuição da hiperligação para a interpretação da mensagem)

“As implicações para o controlo sobre a mensagem não são medidas apenas pela presença ou ausência de um link. A influência do link no significado final do post também é variável, já que propõe diferentes formas e circuitos para construir narrativas”.

Quadro 2.10

Dimensão	Componentes	Indicadores
Implicação da hiperligação na compreensão da mensagem	Referencial	hiperligações que servem apenas para indicar outros locais na Web, a origem do facto, informações, ideias ou documentos mencionados na publicação.
	Acessório	Os links são incorporados e podem contribuir para o significado final da mensagem, mas não comprometem a interpretação do texto à sua leitura
	Obrigatório	A hiperligação é obrigatória para a compreensão da mensagem
Silva, E.C. (2016). Beyond links: Understanding meaning and control in political blogs. <i>New Media & Society</i> , 18(1), 82-98. https://doi.org/10.1177/1461444814538633		

Vários especialistas em metodologias de investigação em ciências sociais defendem que a elaboração de hipóteses são uma estratégia muito produtiva na orientação do trabalho. Esta formulação de hipóteses surge normalmente em projetos enquadrados nos paradigmas positivista e pós-positivista, projetos que pretendem abordar os fenómenos com um propósito explicativo, procurando associações entre fenómenos sociais. As hipóteses são propostas de resposta à questão de partida, provisões sumárias que tentam colocar as possibilidades de explicação, que podem vir a ser confirmadas ou refutadas. Estas proposições têm que formar um todo coerente com o quadro concetual e podem, de acordo com a orientação epistemológica do projeto, assumir uma natureza dedutiva (formuladas a partir dos pressupostos teóricos do trabalho) ou indutiva (inquirindo a realidade a partir da observação empírica). Muitas vezes as hipóteses são implícitas, no sentido em que podem não aparecer no texto final, mas isto não significa que não tenham sido formuladas pelo investigador. A recolha dos dados na fase da observação ou experimentação permitirá perceber se as hipóteses podem ser confirmadas ou não.

Contudo, não é obrigatório que o investigador avance para a formulação destas propostas de resposta ao problema ou pergunta de investigação. Aliás, em trabalhos que se inserem no paradigma hermenêutico ou socio-crítico, os problemas de investigação não se revestem normalmente de uma natureza que permita uma interrogação para a qual há uma explicação, uma proposta de identificação de relações sociais. Não havendo aí lugar à primazia da objetividade do investigador, procura-se a interpretação a partir do contexto (paradigma hermenêutico) ou a análise do poder de forma a informar a práxis (paradigma socio-crítico), mas não a resposta a proposições provisórias que devem ser verificadas.

2.4. Da obtenção dos resultados à sua análise

Construído o modelo de análise que permite então 'enfrentar o fenómeno' para obter respostas, é preciso definir o modelo de observação a seguir. A observação, ou seja, a ação do investigador no terreno, implica também um trabalho prévio de preparação e seleção. Essa estratégia pode tomar várias formas (ver 2.^a parte deste livro) em

função dos objetivos de investigação, que definirão a pertinência do modelo a usar. Como foi já referido, não há métodos melhores ou piores, apenas métodos mais adequados, tendo em conta o propósito estabelecido pela questão de partida.

2.4.1. O campo da investigação

Em primeiro lugar, há que definir o que o investigador vai observar. O campo de observação é, obviamente, delimitado pelos indicadores definidos na etapa prévia. Os indicadores devem conter o caminho que permita testar as hipóteses de trabalho (quando existam) e definem o que são os dados pertinentes no âmbito da investigação em curso. Há depois que definir o campo, em termos geográficos ou sociais, ou seja, no espaço e também no tempo. Quando o objeto de estudo é uma organização ou um processo social, esse processo de delimitação do campo é facilitado pelo facto de o objeto ser ele próprio também o campo. Se queremos estudar as práticas de comunicação de ciência das organizações científicas, estas são, obviamente, o nosso campo. O tempo de observação terá que ser ajustado ao que é considerado relevante para a análise. Por exemplo, podemos ter um marco legal ou social a determinar o tempo.

Quando se trata de estudar processos sociais, há que fazer escolhas sobre quem se vai incluir – se estudarmos o jornalismo local, que meios vamos estudar e porquê? Por vezes, usam-se critérios de natureza geográfica (tendo em conta o local de implantação dos títulos) ou de natureza temporal (estudando os mais recentes ou os mais antigos). Os critérios devem ser selecionados em função da pergunta de partida e dos objetivos ou do enquadramento teórico, nos limites obviamente do que é razoável e de bom senso. Nesta equação, também devem entrar em consideração fatores como a exequibilidade da investigação, ou seja, aquilo que o investigador pode efetivamente fazer, tendo em conta os seus recursos, meios e prazos. O importante é que o campo de análise (mais ou menos alargado em termos geográficos ou temporais, de acordo com os meios) seja claramente definido.

As investigações sociais têm, normalmente, por objetivo estudar o universo, ou seja, o total social. Contudo, nem sempre é possível ter acesso ao conjunto social (e nem sempre é necessário fazê-lo). No exemplo acima apresentado que avalia o discurso dos bloggers, os dados pertinentes são as suas hiperligações nos posts publicados. Neste caso, sendo óbvia a natureza dos dados pertinentes, torna-se menos direto delimitar o campo em termos da sua dimensão: o universo das hiperligações é um campo demasiado extenso (para além de haver o problema da própria delimitação do universo que não é totalmente conhecido). Assim, na maior parte dos casos, poderá ser necessário ao investigador estudar o seu universo a partir apenas de uma parte desse conjunto. À totalidade dos elementos (pessoas, organizações, artigos de jornais, hiperligações, etc...) que constituem o nosso universo de análise chama-se população e, à parte da população que vamos estudar, amostra (ver capítulo 4).

2.4.2. A fase de observação

Existe uma grande diversidade de métodos, a explorar mais à frente neste manual, que estão à disposição do investigador. Nunca é demais repetir que a estratégia de observação deve adequar-se aos objetivos de investigação e que são estes que indicam se determinado método é apropriado ou não. Existem essencialmente duas categorias, a observação direta e a observação indireta. A primeira é a observação diretamente efetuada pelo investigador, sem recurso aos elementos que pretende estudar. Por exemplo, para estudar os hábitos de leitura de jornais de uma determinada população, o investigador pode selecionar um determinado contexto (exemplo, uma biblioteca municipal ou escolar) e aí observar quem lê notícias. Ou pode, através de inquéritos e entrevistas, pedir aos elementos da sua população que descrevam os seus hábitos – isto são técnicas de observação indireta, que são frequentemente mais utilizadas. Dirigir-se ao sujeito para recolher os dados necessários à prossecução do seu trabalho, pode acarretar uma limitação que o investigador deve controlar: muitas vezes, o investigador recolhe não os dados em si, mas a percepção que o sujeito tem sobre eles.

Para proceder à observação da realidade que pretende estudar, o investigador deverá desenvolver o seu instrumento, que permita operacionalizar o modelo de análise desenvolvido na etapa anterior e produzir os dados necessários à validação das hipóteses (quando existam). No caso de recorrer ao método da Observação, por exemplo, terá que produzir um guião de Observação, a partir dos indicadores definidos no modelo de análise. Da mesma forma, no caso de uma observação indireta, poderá produzir um inquérito ou um guião de entrevista, cujas perguntas invocam os dados requeridos pelos indicadores. Cada indicador deverá estar previsto nesse guião e as perguntas deverão ser formuladas de forma a recolherem precisamente os dados pertinentes.

Para que o investigador tenha certeza de que o instrumento mede o que efetivamente pretende medir, sobretudo quando isso implica um exercício de interpretação por parte de outros (como é o caso de um questionário), ele deverá testá-lo antes de partir para o terreno. Isto significa que ele deverá aplicá-lo junto de um pequeno grupo de pessoas que pertencem à população a estudar, tentando abarcar a diversidade presente, de forma a precisar se, por exemplo, as perguntas são entendidas da mesma forma. Poderá acontecer que o inquérito inclua um conceito que signifique coisas diferentes para diferentes pessoas: por exemplo, para algumas pessoas, a ‘cunha’ é um suborno (e, portanto, crime) e, para outras, poderá apenas ser um favor, um ‘jeito’, logo não condenável (social ou criminalmente). Assim, é necessário testar a precisão do instrumento, ou seja, de cada pergunta, de forma a ajustar ou afinar as questões, as palavras ou os conceitos utilizados.

Deste modo, os cuidados importantes a ter nesta fase do processo são a verificação da validade e a fiabilidade do nosso instrumento de observação. Assim, há que garantir que o instrumento é preciso (fiabilidade), o que significa que garante estabilidade nos resultados apresentados e que não vai variar em função, por exemplo,

das interpretações culturais dos sujeitos observados. A validade é garantida quando o instrumento mede aquilo que se pretende efetivamente medir. Num cenário de investigação sobre a influência dos produtos jornalísticos na escolha de destinos turísticos, não se deve olhar para a produção (analisando, por exemplo, notícias ou reportagens produzidas sobre viagens), mas sim para a audiência (incidindo sobre as práticas de receção). O instrumento não seria válido porque não mede o que a pergunta ou objetivos de investigação pedem.

Depois de construído e testado, o instrumento estará então pronto para ser aplicado no terreno. Esta é a fase de recolha dos dados, ou seja, o momento em que o investigador interpela as unidades da sua população ou amostra. Várias dificuldades podem aparecer ao investigador nesta fase (para além de considerações éticas que serão abordadas no Capítulo 3). Quando opta pela observação direta, o investigador poderá ter mais facilidade em aceder ao seu campo de análise, caso não dependa da autorização de nenhuma pessoa ou instituição. Mas há sempre que garantir que os elementos considerados na análise estão disponíveis e que é possível registá-los. Por exemplo, quando se trata de estudar textos publicados online, é necessário aceder e guardar os textos mesmo (não apenas a ligação que permite encontrá-los), porque, muitas vezes, esses objetos de estudo são efémeros e podem ser apagados pelos seus autores.

Na observação indireta – através de, por exemplo, de questionários, *focus groups* ou entrevistas – é preciso que os indivíduos a estudar concordem em participar. Por inércia, resistência natural ou indisponibilidade, nem sempre os alvos da investigação querem fazer parte da investigação. Há ainda algumas populações que são sistematicamente solicitadas a participar em variadíssimos inquéritos (por exemplo, as comunidades académicas das universidades portuguesas), o que induz naturalmente fadiga e desinteresse nesses indivíduos, assim mais relutantes em participar.

Sendo que a dimensão da participação, ou seja, o tamanho da amostra inquirida/observada, pode ser um dado relevante para aferir da validade do estudo, o investigador poderá ter que fazer um esforço grande para conseguir um número suficiente de participantes. Significa que terá de insistir (às vezes, mais que uma vez) e que terá de evitar meios que tradicionalmente recolhem menos adesão (como a mera disponibilização do inquérito por correio, normal ou eletrónico, ou online). O contacto pessoal (presencial ou via telefone, por exemplo) costuma recolher maior adesão, mas implica maiores custos e tempo. As taxas de resposta são variáveis (dependente, por exemplo, do tipo de estudos), mas são elementos importantes a considerar quando se avalia a validade da amostra.

2.4.3. Leitura e análise dos dados recolhidos

Depois de aplicado o instrumento de observação, o investigador estará agora na fase da análise dos resultados, ou seja, dos dados recolhidos. Esta fase é, obviamente, complementar à fase da recolha, porque a técnica de recolha condiciona a natureza dos dados recolhidos. Assim, se se optar por fazer um inquérito à população (por

amostragem ou por inquirição da totalidade da população), o investigador vai recolher uma quantidade assinalável de dados que irão requerer uma análise estatística. Um estudo que envolva a internet, por exemplo, como estudos de *hashtags* ou ligações, também convocam análises de natureza mais quantitativa, como é o caso da Análise de Redes Sociais.

Por outro lado, técnicas como os *focus group* ou entrevistas requerem um tratamento qualitativo dos dados, nomeadamente análise de conteúdo. Se o objeto de estudo se centra em políticas no campo da comunicação, será necessário também uma abordagem qualitativa que permita uma análise documental. Ou seja, ainda que o trabalho possa ser apresentado por etapas e até delineado passo a passo, as decisões têm que ser tomadas tendo em conta todas as fases da investigação.

Munido assim de uma visão global do seu trabalho, o investigador está apto a tomar a opção mais adequada quanto à natureza da análise que pode efetuar. Obviamente, há em muitas investigações, quando se recolham diferentes tipos de resultados, a oportunidade de combinar análises qualitativas e quantitativas, já que ambas são, como já acima foi referido, complementares.

Uma primeira abordagem aos dados vai guiar-se pelas hipóteses elaboradas aquando da construção do modelo de análise (nos casos em que há formulação de hipóteses), procurando confirmar ou infirmar as provisões, mas o investigador não deve atender apenas a essas hipóteses para ler os resultados. Em muitos casos, os resultados são muito mais ricos e complexos do que previstos e podem dar pistas de leitura inesperadas. Assim, também nesta fase, o investigador deve manter uma perspetiva aberta face à investigação e não se fechar a respostas pré-concebidas.

Em primeiro lugar, é preciso organizar os resultados de forma a facilitar a leitura. Assim, há que agregar os resultados de acordo com as dimensões e componentes e descrevê-las. Isto vai permitir uma visão geral dos resultados a partir das suas principais medidas, exibidas de forma sintética. A utilização de gráficos e quadros é utilizada de forma recorrente, porque evidenciam de forma clara resultados agregados, facilitando a apreensão do seu significado. Tratando-se de análise quantitativa, a apresentação de resultados poderá obrigar a variadas operações, nomeadamente estatísticas, para agregar as variáveis. Poderá ainda exigir cálculos acessórios estatísticos, como calcular a média ou a moda de uma distribuição (ver Capítulo 13), ou a estimação de outras medidas, como, por exemplo, de popularidade ou intermediação, no caso da análise de redes sociais.

O passo seguinte é a análise da relação entre as dimensões e componentes, comparando as suas expressões numéricas ou dimensões qualitativas mais prevalentes. Nesta fase, o investigador poderá ler os resultados obtidos, comparando-os e analisando-os de forma crítica e racional, apontando, conforme os casos, para regularidades, continuidades ou ruturas. Em determinadas investigações, nomeadamente as que envolvem inquéritos ou recolha de um leque vasto de dados, poderão ser utilizadas técnicas de análise estatísticas, como testes de correlação entre variáveis

(ver Capítulos 9 e 13). Em outros casos, poderá ser apropriada a análise do conteúdo, nas suas diferentes variantes (ver Capítulos 10, 11 e 12).

Depois de descritos e analisados os dados, é preciso verificar se os resultados confirmam ou não as hipóteses do trabalho (no caso de terem sido formuladas). Aqui, obviamente não se trata apenas de responder sim ou não, mas discutir aprofundadamente os resultados à luz do quadro teórico apresentado e dos conceitos adotados, assim como as implicações dos resultados. Desta discussão poderão nascer novas interrogações ou a identificação de aspetos e dimensões até então desconhecidos ou pouco explorados.

2.4.4. As conclusões

Voltando à alegoria do caminho, podemos agora afirmar que o investigador chegou ao seu destino. O itinerário pessoal que traçou [o seu modelo de análise] e o meio de transporte que escolheu [o seu método de observação] permitiram-lhe percorrer o mapa, recolhendo os elementos necessários para alcançar o seu objetivo: a resposta à pergunta de investigação e aos objetivos que se propôs atingir. É o momento das conclusões do trabalho, que não seguem uma estrutura rígida, mas que podem obedecer a alguns princípios que auxiliam o investigador a concluir esta etapa.

Uma das estratégias mais correntes para escrever as conclusões é começar com uma retrospectiva do percurso efetuado. Assim, retomando a questão de investigação, o investigador pode lembrar os aspetos principais do seu modelo de análise, assim como as etapas essenciais do método de observação. Deverá ainda voltar aos principais dados obtidos, mostrando as evidências recolhidas mais relevantes e os resultados mais significados. Será o momento para demonstrar, mais uma vez, que o método de observação escolhido permitiu obter os elementos necessários para responder à pergunta de investigação.

Nesta fase das conclusões, é também esperado que o investigador possa refletir sobre a relevância científica do seu trabalho face ao estado da arte. Ou seja, evidenciar quais foram os seus contributos para o campo científico onde o trabalho se inscreve. Providenciou elementos que permitiram preencher uma lacuna no conhecimento sobre determinado fenómeno? Lançou uma nova perspetiva de análise face a um fenómeno que já era conhecido, assim construindo novas dimensões do problema? Identificou um novo fenómeno, inovando no modo de o abordar? No fundo, trata-se de refletir sobre o que torna aquele trabalho importante no campo do conhecimento – não obstante, não precisa de ser uma descoberta sensacional ou uma inovação disruptiva. Gostaríamos todos de marcar o campo científico com investigações de resultados excecionais, mas a ciência também se faz de pequenos passos (e, às vezes, passos atrás) que irão permitir que outros passos maiores, num futuro mais próximo ou longínquo, possam ser lançados. O nosso trabalho poderá ser aqueles pequenos passos que antecedem o salto em altura e temos de nos lembrar que esses pequenos passos são essenciais para o impulso final. A nossa contribuição pode ser essa.

Finalmente, seria também desejável que as conclusões incorporassem uma reflexão sobre as implicações práticas da investigação, ou seja, que retomassem a discussão que deve acompanhar todo o processo de investigação, que é o da sua relevância social. Nem sempre será evidente e traduzível em propostas concretas, mas deverá haver sempre um sentido de contributo social a acompanhar a pesquisa. O investigador deverá, pois, nesta fase fazer um esforço para evidenciar de que modo o seu trabalho pode reverter para uma melhoria social, seja a nível dos conhecimentos, seja a nível das possíveis aplicações.

2.5. A publicação

As conclusões não terminam o trabalho do investigador, antes iniciam todo um novo processo que é o da divulgação da investigação. Sendo um empreendimento de carácter social, a investigação e os seus resultados não acontecem em 'segredo' nem podem permanecer longe dos olhares públicos. Aliás, o trabalho de investigação tem-se tornado cada vez mais público, quer por exigências das instituições financiadoras, quer por pressão das instituições que os promovem (como as universidades), já que assim se justifica também a sua missão.

2.5.1. Falar para a comunidade científica

A divulgação é, pois, cada vez mais, um passo essencial a cada processo de investigação, porque a demonstração da experiência e da qualidade da investigação é uma solicitação cada vez mais frequente para os investigadores. Uma carreira na investigação científica (que também faz parte da carreira de qualquer professor universitário) não se faz sem publicação da investigação realizada, porque é este processo que a valida e atesta a sua qualidade perante a comunidade científica e perante o público em geral.

Esta discussão cruza-se com a reflexão acima apresentada relativamente à relevância científica que se exige aos processos de investigação. Como foi já referido, a forma mais valorizada de divulgação é, atualmente, a publicação em revistas científicas indexadas e, preferencialmente, com fator de impacto. Este processo, para além de divulgar junto da comunidade académica o trabalho realizado, também permite que ele seja validado cientificamente, porque está instalada a prática da revisão por pares. Ou seja, além de mostrar ao universo científico os resultados – o que é essencial para o processo de construção do conhecimento em Ciência –, a publicação também é uma forma de atestar a qualidade do trabalho realizado.

Até aqui, a publicação é um corolário necessário e valorizável da investigação científica. Mas, a partir destes princípios, há mecanismos perversos que se podem instalar. Um investigador muito focado na progressão na carreira poderá sentir a tentação de publicar, publicar muito, o que, muitas vezes, significa publicar sem atender a critérios elevados de qualidade. Publicam-se anualmente em todo o mundo milhares de artigos científicos em todas as áreas da ciência, uma quantidade enorme de artigos

que provavelmente serão lidos por um número insignificante de pessoas. Há muito quem critique esta ‘fast science’, apelando à necessidade de se refletir sobre este modelo que empurra investigadores para um vertiginoso esforço de publicação, apenas porque é preciso publicar.

Esta ânsia de publicar levou também ao aparecimento de um fenómeno preocupante no campo científico denominado de ‘revistas predatórias’. Estas são publicações que se apresentam como sendo científicas e atendendo aos padrões de qualidade científica, mas que, na verdade, publicam qualquer trabalho desde que o investigador pague. Prometem revisão por pares, mas aceitam o artigo poucos dias depois da submissão (porque o tempo também é um fator essencial, sobretudo quando há concursos para lugares a decorrer), o que significa que o processo é, no mínimo, irregular.

Um comentário recentemente publicado na *Nature* afirma que estas publicações são uma ameaça global, não são só para investigadores, mas para o público em geral, particularmente, pessoas sem literacia científica¹. O dilema está na definição exata das publicações que têm estas práticas ilegítimas e não éticas. O problema não está na forma como se apresentam publicamente (porque se apresentam sempre sob uma capa de ‘bom comportamento’) nem na exigência de pagamento – já que muitas publicações de acesso aberto também cobram taxas de publicação. Por isso, a averiguação deste fenómeno é complexa e sem respostas fáceis. O assunto é sensível e tem gerado muita controvérsia². Não existem receitas ‘pronto-a-usar’, mas um investigador precavido deve sempre, antes de enviar qualquer artigo para revistas menos conhecidas ou historicamente importantes na área, fazer uma pesquisa na internet, procurar em fóruns e em listas publicadas de revistas consideradas predatórias. A ânsia de publicar não pode justificar que se aceitem mecanismos ilegítimos e práticas cientificamente condenáveis.

É verdade que é difícil conseguir que um artigo seja aceite pelas revistas mais prestigiadas (nomeadamente as que têm fator de impacto) e que o processo pode ser muito frustrante para o investigador. A não aceitação não significa, muitas vezes, que o trabalho não tem qualidade, mas sim que as linhas editoriais destas publicações privilegiam trabalhos feitos em determinados contextos (como os anglo-saxónicos) ou métodos mais quantitativos. Também é verdade que essas revistas prestigiadas constituem um negócio muito lucrativo para as editoras que vendem subscrições (e consequentemente o acesso à ciência produzida) a preços muito elevados quando, no fundo, nada investiram na investigação em causa – totalmente paga ou pelo investigador ou pela instituição que o financia. O reconhecimento destas circunstâncias não deve, contudo, levar o investigador a demitir-se de cumprir os rigorosos padrões do trabalho científico.

Como referido, não é apenas o pagamento à publicação que constitui o critério para detetar revistas predatórias. De facto, outro fenómeno que está em crescimento,

1 <https://www.nature.com/articles/d41586-019-03759-y>

2 <https://predatoryjournals.com/about/>

também porque impulsionado por entidades financiadoras (como a Fundação para a Ciência e Tecnologia, em Portugal, e a Comissão Europeia), é a publicação em ‘open access’, ou seja, em revistas em acesso aberto e cuja leitura não está sujeita a qualquer subscrição. Os custos de edição e publicação são suportados assim pelo investigador (diretamente ou através das entidades financiadoras), mas este consegue ter um melhor retorno do seu trabalho, porque potencialmente pode chegar mais longe.

Atualmente, e em muitos casos, as revistas internacionais mais prestigiadas continuam a ser publicações ‘fechadas’ em modelo de subscrição paga, permitindo o acesso aberto apenas mediante o pagamento de elevadas taxas de edição por parte do investigador. Mas, mesmo que publicado em revistas cujo acesso é sujeito a pagamento, o investigador consegue disponibilizar o seu trabalho (com permissão da revista editora) através das versões aceites para publicação. Muitas universidades têm criado para isso repositórios abertos das publicações dos seus investigadores de modo a promover uma ciência mais aberta, pública e transparente.

Finalmente, e ainda no domínio da divulgação do trabalho à comunidade científica, não se pode esquecer o papel importante que desempenham os congressos científicos. Em primeiro lugar, porque são uma montra do que mais atualizado há no domínio da investigação, são locais por excelência para qualquer investigador se inteirar do estado-da-arte de determinada área científica, para conhecer novos métodos e para explorar novas abordagens – portanto, para aprender, porque um investigador deve ser alguém disponível para aprender, sempre. Os congressos e outros encontros científicos são, por isso, essenciais em qualquer fase do trabalho científico, desde a fase exploratória à etapa da divulgação.

Os congressos são um palco importante de divulgação da investigação e, contrariamente ao que acontece às publicações, essa divulgação pode ocorrer ainda antes de estar terminada a investigação. Diferentes propostas teóricas ou reflexões sobre inovadoras conceitualizações, resultados preliminares ou até dados inesperados podem constituir comunicações a congresso. Para além de divulgar os progressos do seu trabalho, estes momentos podem ainda ser uma oportunidade para o investigador discutir caminhos, questionamentos e dúvidas que tenha encontrado no seu percurso.

No campo das Ciências da Comunicação, há uma comunidade dinâmica e ativa no que diz respeito à organização de encontros científicos, o que proporciona variadas oportunidades de divulgação e discussão aos investigadores. Para além de conferências mais temáticas e de natureza mais específica, que ocorrem mais irregularmente, existe a conferência bienal da Sopcom. A nível internacional, existem também alguns congressos importantes na área, como a IAMCR e a ICA, e, a nível europeu, a ECREA. No campo lusófono, existem a Ibercom e a Lusocom.

2.5.2. Divulgação à comunidade em geral

Para além do público óbvio, que é constituído pelos seus pares, o investigador pode querer uma divulgação mais ampla do seu trabalho. Aqui podemos distinguir vários

tipos de público – desde o público implicado ao público em geral (ou inadvertido), passando pelo público interessado – o que significa que diferentes estratégias terão que ser usadas. Este objetivo de divulgação cruza-se com a reflexão sobre a relevância social do trabalho de investigação e pode assumir diferentes formas. Ou seja, pode não se tratar apenas de divulgar um artigo científico, mas, a partir dele, criar novos produtos e instrumentos de trabalho. O essencial é adequar a mensagem e os propósitos da comunicação aos diferentes públicos.

Muitas vezes, o trabalho dos cientistas tem implicações políticas. Por isso, pode ser usado para informar processos de decisão a nível de instituições públicas ou outras organizações de natureza social, como sindicatos ou reguladores. Nesse caso, os políticos e dirigentes públicos são um público implicado, que pode ser alcançado por meio de ‘produtos’ mais dirigidos, como é o caso dos *policy papers*. Outro público implicado pode ser constituído, por exemplo, por classes profissionais que integram o fenómeno estudado. O investigador pode, assim, transformar a sua investigação num programa de formação para professores no âmbito da literacia mediática ou num manual de boas práticas para jornalistas na cobertura de assuntos que podem ser sensíveis.

Para o público interessado, ou seja, pessoas que não têm ligação direta à área, mas têm um interesse no assunto, o investigador poderá transformar a sua investigação em conferências não-científicas, proferidas em eventos organizados por associações de natureza cívica, ligadas ao poder local ou até afins. Há ainda as escolas secundárias como potenciais ‘alvo’, já que muitos alunos poderão sentir-se atraídos para as áreas em estudo. Ao nível do específico do público mais jovem, se os resultados da investigação se proporcionarem, o investigador poderá investir em estratégias de gamificação (ou seja, em formato de jogo) ou na produção de materiais de natureza audiovisual, como vídeos ou *podcasts*.

Finalmente, quando se trata do público em geral, o cidadão comum que muitas vezes não tem (ou não sabe que tem) particular interesse na área em questão, será preciso usar canais mais gerais como é o caso dos meios noticiosos ou as redes sociais. No que diz respeito à divulgação através do trabalho dos jornalistas, é preciso ter consciência de que nem toda a investigação científica tem potencial noticioso. O interesse dos jornalistas por temas científicos responde a critérios de noticiabilidade (que não são uma ciência exata), que privilegiam o impacto social da investigação, a notoriedade dos intervenientes e a controvérsia. Chegar aos jornalistas nem sempre é fácil e o envio de *press-releases* reportando os resultados principais da investigação vai competir por um espaço limitado com muitas outras investigações. Contactos pessoais com jornalistas são sempre mais produtivos e os gabinetes de comunicação das instituições são normalmente uma ajuda importante, porque conhecem as dinâmicas noticiosas dos meios.

Finalmente, os investigadores podem ainda tentar chegar ao público em geral através das redes sociais. Estas podem ser uma oportunidade, mas obviamente que comportam riscos dos quais o investigador deve estar consciente. Em primeiro lugar, é preciso perceber que as redes sociais não são um grupo homogéneo e que existem

diferentes públicos entre os utilizadores das diferentes redes. Se o objetivo é comunicar com um público mais jovem, será mais útil um perfil no Instagram ou TikTok do que no Facebook. Por outro lado, é preciso seguir atentamente cada publicação, porque os comentários (sobretudo os negativos) não podem ser ignorados. Tipicamente, funcionam melhor os posts com imagens ou com um discurso que recorra ao humor, mas o essencial será sempre adequar a mensagem aos propósitos da comunicação.

A investigação terminou. O projeto foi concluído. Os resultados foram apresentados e publicados. E agora? Para alguns, foi um percurso que terminou nesse momento. Para outros, é apenas o início de um novo projeto, de uma nova inquietação que se avizinha. Para todos, espera-se, ficou a satisfação e a realização que advém da participação no empreendimento científico, uma das maiores concretizações humanas, que tem por objetivo último tornar as sociedades um lugar mais seguro, mais livre e melhor para todos os cidadãos.

Sugestões de leituras

Coutinho, C. P. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas – Teoria e Prática* (2.ª Ed.). Coimbra: Almedina.

Eco, U. (2015). *Como se faz uma tese em Ciências Humanas*. Lisboa: Editorial Presença.

Flick, U. (2004). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.

Granado, A. & Malheiros, J.V. (2015). *A cultura científica em Portugal*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Sanchez, A. M., Granado, A. & Lobo Antunes, J. (2014). *Redes Sociais para Cientistas*. Lisboa, Portugal: Nova Escola Doutoral, Reitoria da Universidade NOVA de Lisboa.

Wilson, E. O. (2014). *Cartas a um jovem cientista*. Lisboa: Clube do Autor.

Referências

Bourdieu, P. (2003). *Questões de Sociologia*. Lisboa: Século Edições.

Bouter, L. (2008). Knowledge as Public Property : The Societal Relevance of Scientific Research. *Higher Education Management and Policy*, OCDE, Paris

Quivy, R., & Van Campenhoudt, L. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.

Silva, A. S. (1986). A ruptura com o senso comum nas ciências sociais. In A. S. Silva e J. M. Pinto (Org.), *Metodologia das Ciências Sociais*. Porto: Edições Afrontamento.

Silva, A. S. & Pinto, J. M. (1986). *Metodologia das ciências sociais*. Porto: Afrontamento.

Silva, S., & Araújo, E. (2014). Medir o impacto nas ciências sociais. Pontos de referência teóricos. *Holos*, 4, 334-343.

Van Campenhoudt, L. (2003). *Introdução à análise dos fenómenos sociais*. Lisboa: Gradiva.

Wilbertzm J. (2013). Evaluating the societal relevance of research. *Science Shop Language, Culture and Communication*. Gronigen: University of Groningen.

Elsa Costa e Silva

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade | UMinho

elsa.silva@ics.uminho.pt

<https://orcid.org/0000-0002-7215-6384>

3. A ética na investigação em comunicação

A dimensão ética é, discutivelmente, a componente mais importante do processo de investigação. Embora o rigor metodológico e o desenho de investigação sejam igualmente importantes, um projeto de investigação que não cumpra os requisitos éticos coloca em causa o próprio propósito da investigação: a busca do conhecimento para o benefício da humanidade. Neste capítulo, abordamos as dimensões éticas a partir do ângulo dos sujeitos de investigação e da comunidade científica, servindo-nos de documentos fundamentais como o relatório Belmont. No final deste capítulo, a investigadora terá consciência dos principais princípios a acautelar para fazer investigação em ciências da comunicação.

3.1. Responsabilidades éticas perante os sujeitos da investigação.

Em 1939, em Davenport, nos Estados Unidos da América, Wendell Johnson queria descobrir de que forma é que o tratamento e condicionamento psicológico poderiam afetar propensão para a gaguez. Vinte e dois órfãos foram recrutados para esta experiência, metade dos quais receberam terapia da fala positiva, enquanto a outra metade recebeu reforços negativos, como comentários que os criticavam quando cometiam imperfeições na fala. O estudo revelou que o tipo de tratamento tem um impacto no desenvolvimento da fala e alguns dos órfãos que foram sujeitos ao tratamento negativo adquiriram problemas de fala que os acompanharam durante o resto das suas vidas. Este estudo ilustra a necessidade de se acautelarem as devidas precauções éticas para proteger os participantes em investigação nas ciências sociais e comportamentais. Pelas graves consequências deste caso, o estudo de Wendell em Davenport é por vezes conhecido como estudo “Monstro”.

Ao planear um projeto de investigação e selecionar os métodos, as considerações éticas devem estar no centro da reflexão da equipa de investigação. Ao longo do século XX, um conjunto de reflexões, leis e comissões foram implementadas em torno da pesquisa científica para proteger os participantes e as pessoas envolvidas na investigação. Um destes documentos, focado especificamente na investigação com sujeitos humanos, é o Relatório Belmont (1979), produzido pelo Departamento de Saúde, Educação e Segurança Social dos Estados Unidos da América. O relatório identifica três princípios éticos básicos da investigação: respeito pelas pessoas; beneficência; justiça. Em contraponto, apresenta também três linhas de aplicação que colocam em prática estes princípios: consentimento informado; avaliação dos riscos e benefícios; seleção dos sujeitos. As próximas secções abordam as questões éticas associadas à proteção dos participantes guiando-se por estes seis pontos.

3.2. Os três princípios éticos do relatório Belmont

3.2.1. Respeito pelas pessoas

De uma forma bastante abrangente, o princípio do respeito pelas pessoas reconhece que os sujeitos que participam na investigação têm direitos e devem estar defendidos contra uma potencial infração desses direitos. No documento da Comissão Europeia para a *Ética nas Ciências Sociais e Humanidades* (European Commission, 2021, p. 4), refere-se que os direitos dos participantes estão ancorados nos direitos humanos fundamentais. Independentemente do benefício que poderá advir da pesquisa, estes direitos devem sempre estar acautelados no desenho da investigação.

No relatório Belmont (1979), o princípio do respeito pelas pessoas divide-se em duas vertentes: os indivíduos devem ser tratados como agentes autónomos e as pessoas com autonomia diminuída devem ser protegidas. A primeira destas vertentes traduz-se normalmente na participação voluntária dos sujeitos, em fornecer-se informação adequada sobre o que essa participação envolve, e na possibilidade de interrupção dessa participação a qualquer momento. No entanto, participantes como as crianças ou prisioneiros estão normalmente numa condição em que o seu grau de autonomia é reduzido. Os sujeitos de investigação que se encontram nestas condições de autonomia reduzida ou diminuída são frequentemente considerados populações vulneráveis. É importante considerar aqui que a vulnerabilidade não é apenas uma característica de um indivíduo ou de uma população, um participante também se pode encontrar numa situação vulnerável devido às circunstâncias (alguém que acabou de perder o emprego, está embriagado, ou um ex-fumador que participa num estudo sobre anúncios ao tabaco). Tendo em conta esta definição, é questionável se um grupo de órfãos institucionalizados, como os do estudo de Davenport (Tudor, 1939), teria a autonomia para se recusar a participar na experiência sobre terapia de fala. Por vezes, a solução passa por garantir o consentimento para a participação através de pessoas que estão responsáveis por proteger os sujeitos com menor autonomia, como os tutores legais. No caso das crianças, o consentimento para a participação é frequentemente obtido através dos encarregados de educação.

Há, no entanto, situações que a autonomia e consentimento não são lineares. Por exemplo, quando analisa publicações nas redes sociais que estão publicamente disponíveis, a equipa de investigação terá que recolher o consentimento de cada um dos autores das publicações? O que fazer então em estudos de *big data* que envolvem milhões de publicações? Quando a informação é recolhida de uma forma passiva, isso põe em causa a autonomia dos sujeitos? Enquadramentos legais como Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD) da União Europeia procuram acautelar estas questões, considerando fatores como a natureza da informação recolhida (pessoal ou não) ou o propósito com que a informação é recolhida e processada. Um princípio geral a ter em conta nestas situações é o de recolher apenas o mínimo de informação indispensável para a execução do estudo. No entanto, sempre que um estudo envolve recolha de informação online, sobretudo informação pessoal

ou sensível, a equipa de investigação deverá consultar a pessoa responsável pela proteção de dados ou Conselho de Ética da sua instituição, para garantir que todas as disposições éticas e legais são cumpridas.

Para além das normas dispostas na legislação e regulamentos, os três princípios éticos são guias de reflexão para a equipa de investigação. A investigação científica em ciências sociais só é possível através da observação das pessoas e dos seus comportamentos. Estando o participante no centro da investigação, o respeito pela sua pessoa deve ser acautelado com bom senso e consideração.

3.2.2. Beneficência

Uma atitude ética relativamente aos participantes num projeto de investigação não significa apenas respeitar a sua autonomia, mas também olhar pelo seu bem-estar. Neste princípio incorpora-se também a componente de *não fazer mal*, que subjaz a outros domínios, como o juramento de Hipócrates na medicina. Esta ideia é complementada pela preocupação em maximizar os possíveis benefícios que advêm da investigação, enquanto as potenciais consequências negativas devem ser minimizadas. Esta preocupação aplica-se tanto aos participantes do estudo, como à sociedade em geral.

É importante reconhecer-se ainda que o princípio da beneficência determina muitas vezes o curso de uma investigação mesmo antes de a investigadora iniciar o seu projeto. A atribuição de fundos públicos para investigação científica, a definição de prioridades nas equipas de investigação ou a relevância do tema de uma dissertação dependem frequentemente das considerações relativas aos seus potenciais benefícios.

Aparentemente simples, este princípio torna-se complexo na sua aplicação em muitas situações de investigação. Um projeto de investigação focado em campanhas de prevenção de violência doméstica é benéfico para a sociedade. No entanto, se o projeto implica entrevistar vítimas de violência doméstica, há pelo menos o risco potencial de esta entrevista tocar em componentes traumáticos que são desagradáveis para os participantes. A relação entre os riscos individuais e o bem coletivo é delicada e terá sido usada como justificação para estudos como o de Wendell em Davenport (Tudor, 1939). Este problema é ainda mais desafiante em situações em que não é possível antever-se com algum grau de certeza os riscos e benefícios associados à investigação. Por exemplo, no caso da investigação sobre persuasão, as técnicas desenvolvidas tanto podem ser utilizadas por campanhas públicas de sensibilização como por grupos extremistas. Transversais a vários tipos de investigação, as incertezas e consequências negativas da investigação podem ser mitigadas seguindo algumas das recomendações apresentadas adiante, no ponto 3.3.2.

3.2.3. Justiça

O terceiro princípio ético do relatório Belmont será talvez o menos intuitivo, mas por isso mesmo a sua explicação torna-se particularmente relevante. Se o ponto anterior

reconhece que os projetos de investigação têm riscos e benefícios potenciais associados, o princípio da justiça levanta a questão relativa à distribuição destes riscos e dos benefícios. Questões relativas à justiça em projetos de investigação tornam-se particularmente relevantes quando os participantes que acarretam os riscos se encontram, à partida, numa posição de desvantagem e não poderão beneficiar do estudo.

Quando uma plataforma online infringe a privacidade dos seus utilizadores, analisando o seu comportamento para maximizar as suas receitas, esta investigação é desenvolvida de uma forma injusta. Os utilizadores são expostos aos riscos, enquanto os acionistas são os principais beneficiários da investigação. O mesmo acontece quando um docente recorre consistentemente aos seus estudantes para constituir a amostra do seu estudo, mas não lhes oferece qualquer compensação. O docente beneficia da investigação, e é até bem possível que a sociedade em geral possa beneficiar dos resultados dos estudos, mas os estudantes são desproporcionalmente sujeitos aos riscos e à carga de trabalho associados à participação no estudo. Considerações sobre quem participa na investigação, de que forma é compensado pela sua participação e quem beneficia do estudo estão sempre subjacentes ao princípio da justiça.

Exercício

Uma investigadora procura explorar os efeitos que o discurso de ódio online tem em membros de determinados grupos étnicos, de forma a contribuir para um melhor entendimento e prevenção do ódio online. No desenho da sua investigação, organiza três grupos de foco, 2 com minorias étnicas e 1 representativo da população geral, onde mostra aos participantes várias instâncias de ódio online para encorajar a discussão.

Qual o principal princípio ético subjacente à situação descrita acima?

- a) Respeito pelas pessoas
- b) Beneficência
- c) Justiça

b) Beneficência. A principal questão a ser considerada é se os benefícios do estudo justificam expor membros de grupos vulneráveis a conteúdos odiosos que lhe podem causar danos.

3.3. Formas de aplicação dos três princípios

3.3.1. Consentimento informado

O consentimento informado é forma mais reconhecida de se acautelar a autonomia dos participantes num estudo e de garantir que o princípio ético do respeito pelas pessoas é observado. O consentimento dos participantes é exigido por norma na investigação em ciências sociais e deverá, sempre que possível, ser documentado pela equipa de investigação. Neste caso, o adjetivo informado implica que toda a

informação relevante sobre o estudo deverá ser comunicada ao participante, tais como o procedimento da investigação, os objetivos do estudo, os potenciais riscos e benefícios, a identidade da pessoa ou instituição responsável pela investigação, detalhes sobre a entidade financiadora, entre outros. É também neste ponto do processo de recolha de dados que é dada a oportunidade ao participante de colocar questões e pedir esclarecimentos, informando o participante que este pode abandonar o estudo a qualquer momento. Hoje em dia, grande parte das instituições que se dedicam à investigação científica, como as universidades, têm os seus próprios modelos para os formulários de consentimento, onde é especificada a informação que deve ser comunicada aos participantes.

O princípio do consentimento informado procura garantir que é dada aos participantes toda a informação relevante para que estes possam tomar uma decisão quanto à sua participação no estudo. No entanto, há situações em que revelar determinado tipo de informações, como o propósito do estudo, poderá comprometer os resultados desse mesmo estudo. Considere-se, por exemplo, um estudo que procura avaliar a capacidade dos jovens para identificarem desinformação. A equipa de investigação compila um conjunto de notícias falsas e pede a opinião dos participantes sobre as mesmas. No entanto, se a equipa de investigação revelar que o propósito do estudo é avaliar a forma como os jovens processam a desinformação, os participantes poderão estar mais predispostos a identificar notícias falsas do que seria normal, comprometendo a validade das conclusões. Sempre que a equipa de investigação decide omitir ou distorcer algum tipo de informação no processo de consentimento informado, as consequências e potenciais riscos dessa decisão deverão ser considerados cuidadosamente, e deve ser feita uma reflexão sobre se essa omissão ou distorção é realmente necessária para cumprir os objetivos do estudo. Caso esta dissimulação seja posta em prática, os participantes devem ser informados sobre a informação que foi ocultada ou alterada no final da investigação, quando os resultados da investigação já não sejam condicionados. Este esclarecimento pode ser fornecido, por exemplo, no final de uma entrevista, grupo de foco, ou questionário, e é frequentemente apelidado de *debriefing*.

Uma outra particularidade do processo de consentimento informado consiste no facto de que a informação deverá não só ser fornecida ao participante, mas a investigadora deverá certificar-se que o participante compreendeu essa informação. Esta questão é particularmente pertinente para quem possa ter limitações na sua capacidade de compreensão, como crianças ou doentes com certas limitações cognitivas. Por vezes será necessário informar e obter o consentimento de terceiros, nos casos em que as limitações tornam o consentimento informado impossível, mas isso não deve impedir a equipa de investigação de informar o participante na medida do possível. Mesmo quando os participantes não pertencem a grupos que à partida requerem medidas especiais (populações vulneráveis), o processo de obtenção de consentimento informado deverá acautelar aspetos como o tipo de linguagem usada. Nos casos em que os riscos são potencialmente elevados, a investigadora pode mesmo considerar testar a compreensão da informação pelos participantes, para garantir que o consentimento é verdadeiramente informado e consciente.

Por fim, é importante salientar-se que o consentimento que é dado pelo participante na investigação tem de ser voluntário, ou seja, livre de qualquer forma de coerção ou influência indevida. A coerção é facilmente identificável e assume a forma de uma ameaça explícita ao participante, que implica consequências negativas caso este não forneça ou retire o seu consentimento. Em contraste, a influência indevida manifesta-se normalmente de uma forma mais subtil. Este tipo de restrição da autonomia pode manifestar-se em compensações que são desproporcionais para as características do estudo, que levam o participante a dar o seu consentimento e aceitar condições que não aceitaria em circunstâncias normais. A este propósito, importa ainda reforçar que os participantes devem ser, sempre que possível, compensados pela sua participação, sem que isto constitua um benefício em termos de avaliação ética.

Note-se ainda que, quando o participante se encontra numa situação de vulnerabilidade, incentivos que não seriam considerados influência indevida podem passar a sê-lo. Se a oferta de um bilhete de lotaria não constitui um incentivo problemático numa situação normal, poderá passar a sê-lo se o estudo investiga pessoas com um historial de comportamento aditivo em jogos de sorte e azar. Nem sempre é fácil determinar em que circunstâncias é que o consentimento é completamente voluntário. No entanto, a equipa de investigadores deverá ter especial atenção sempre que existe uma relação hierárquica ou de autoridade entre o investigador e os participantes (e.g. adultos e crianças, professores e alunos, médicos e pacientes).

3.3.2. Avaliação dos riscos e dos benefícios

De forma a respeitarem o princípio da beneficência, os investigadores deverão realizar uma avaliação cuidada dos riscos e potenciais benefícios que poderão advir do seu estudo, tanto para os participantes como para a sociedade em geral. Em geral, considera-se que os prováveis benefícios de um projeto de investigação deverão ser superiores aos riscos. No entanto, são raras as vezes em que estes riscos e benefícios podem ser quantificáveis ou estimados com precisão. Para além disso, é necessário considerar que as consequências de uma investigação para o indivíduo e para a sociedade podem assumir várias formas. Apesar de, na área da Comunicação, a maior parte dos riscos serem de natureza psicológica ou social, há também riscos económicos, físicos e legais, entre outros, que não devem ser desconsiderados. Garantias como a confidencialidade e o anonimato dos participantes podem ser usadas como forma de mitigar potenciais consequências negativas. No entanto, ao oferecer estas garantias, o investigador deve assegurar-se que tem as condições técnicas e legais para as oferecer. De nada serve oferecer a um grupo de imigrantes não documentados uma garantia de anonimato, se o enquadramento legal aplicável permite às autoridades aceder aos registos do investigador.

Apesar de se considerar, em termos gerais, que os benefícios potenciais de um projeto deverão ser superiores aos riscos associados, o relatório Belmont refere um conjunto de recomendações que devem ser seguidas: (i) tratamento brutal ou desumano de seres humanos nunca é moralmente justificado; (ii) os riscos devem ser reduzidos

apenas aos essenciais para a execução do projeto, e formas alternativas de cumprir os objetivos devem ser sempre consideradas; (iii) quando um estudo envolve um risco grave de lesões ou danos, a justificação dos riscos deverá ser extraordinária; (iv) quando populações vulneráveis estão envolvidas nos estudos, a necessidade de as envolver deverá ser demonstrada; (v) os riscos e benefícios devem ser documentados adequadamente e apresentados no procedimento de consentimento informado.

3.3.3. Seleção dos participantes

A escolha da amostra e dos participantes de um estudo é o passo que mais claramente se relaciona com o princípio da justiça enunciado anteriormente. Tal como a avaliação dos riscos e benefícios, a justiça em investigação deve ser considerada tanto a um nível individual como a um nível social. A um nível individual, podem acontecer situações de injustiça quando são selecionados para um estudo participantes que já se encontram numa situação de desvantagem à partida e que, por esse facto, se sujeitam mais facilmente a investigações de elevado risco. Esta situação é clara, por exemplo, nos contextos médicos, em que apenas se sujeitam a tratamentos arriscados os indivíduos cuja compensação monetária poderá impactar significativamente a sua vida. No entanto, o mesmo pode acontecer em Comunicação, em situações como, por exemplo, testes da eficácia das imagens perturbadoras nos maços de tabaco. Um indivíduo que se encontra numa situação económica confortável dificilmente se sujeitaria a passar por esta experiência, enquanto alguém que precisa do dinheiro aceita os riscos psicológicos inerentes face ao incentivo monetário. Neste tipo de situações, a investigação poderá estar a reproduzir desigualdades sistémicas.

No entanto, o mesmo raciocínio pode ser aplicado a um nível social e aos benefícios. Se investigações sobre temas de interesse público como o racismo ou a xenofobia recrutam as suas amostras sempre da mesma cidade ou região, os habitantes desse local vão beneficiar de conclusões que estão adaptadas à sua realidade. Em contraste, esses resultados poderão não ser tão válidos para outras regiões do país, onde formas distintas de racismo e xenofobia podem emergir. Ao restringir o âmbito do estudo a uma região, a equipa de investigação está também a restringir os benefícios sociais do estudo a essa mesma região. É certo que limitações em termos de recursos muitas vezes significam que uma investigadora, isoladamente, pouco pode fazer para inverter estas tendências. Ainda assim, uma reflexão sobre a componente da justiça de uma investigação e as suas implicações representa uma prática importante, para que se mantenha uma atitude crítica perante a investigação científica e a sua relação com a sociedade.

3.4. Internet, redes sociais e sujeitos de investigação

Os princípios do relatório Belmont constituem a estrutura base das considerações relativas aos participantes na investigação em comunicação. No entanto, o relatório em si é limitado em alguns aspetos por ter sido desenvolvido numa época em que a investigação não incidia sobre os dados que a internet disponibiliza. Atualmente,

práticas como a análise de sentimentos no Twitter usando inteligência artificial, ou a análise de conteúdo a imagens publicadas no Instagram são comuns, mas o uso deste tipo de dados também tem desafios éticos associados. Neste contexto, o relatório encomendado pela Comissão Europeia a respeito da ética nas Ciências Sociais e Humanidades levanta alguns desafios interessantes, como por exemplo:

- como decidir que o conteúdo que está disponível online pode ser considerado público e pode ser usado em investigação;
- como garantir o consentimento informado ao investigar as redes sociais digitais;
- o risco de consequências negativas ao localizar ou expor o perfil de redes sociais de um utilizador;
- a incerteza sobre se os participantes pertencem a um grupo vulnerável ou são crianças.

Uma vez que alguns destes desafios são relativamente recentes tendo em conta a história da investigação em comunicação, os procedimentos que lhes dão resposta não estão ainda bem definidos. No caso da União Europeia, um bom ponto de partida é o RGPD, que pode ser consultado diretamente ou com o apoio do oficial de proteção de dados da instituição onde se desenvolve a investigação. Em termos gerais, o aspeto mais importante é não esquecermos que os dados recolhidos online são produzidos por ou dizem respeito a seres humanos. Isto implica que os princípios do respeito pelas pessoas, beneficência e justiça devem ser acautelados. Por exemplo, mesmo que o consentimento informado não seja possível, os investigadores devem considerar cuidadosamente se os dados que estão a recolher são sensíveis ou podem ter um impacto negativo nos utilizadores. Mesmo quando determinada informação é acessível publicamente, quando a investigadora a usa e enquadra, poderá estar a expor essa informação a novas audiências, o que tem implicações para os indivíduos aos quais a informação diz respeito. Apesar da natureza distinta da investigação online, procedimentos como o consentimento informado e a participação voluntária devem ser acautelados sempre que possível.

3.5. Responsabilidades éticas perante a comunidade científica

Em 2011, a Universidade de Tilburgo suspendeu o então docente Diederik Stapel por manipulação de dados. Ao longo de vários anos, Stapel fabricou dados de questionários e experiências, criando bases de dados com respostas sem ter sequer entrado em contacto com participantes, ou alterando as respostas para servir os interesses da investigação. À data de publicação deste manual, 58 artigos da autoria de Stapel foram removidos das respetivas revistas por falsificação de dados. No entanto, o facto de que estas práticas aconteceram sem qualquer suspeita ao longo de vários anos mostra que o progresso científico depende em grande medida dos princípios éticos pelos quais a investigadora se rege e do seu sentido de responsabilidade perante a comunidade científica. Embora este assunto possa ser abordado sob múltiplas

vertentes, este capítulo discute a responsabilidade da investigadora segundo os princípios da transparência e da solidariedade.

3.5.1. Transparência

O caso de Stapel demonstra o quanto os resultados da investigação em Ciências Sociais e Humanas dependem da equipa de investigação. Qualquer pessoa pode inventar respostas a uma entrevista ou dados num questionário, sendo que a ausência de estudos de replicação significa que há poucas ocasiões em que a validade das conclusões de um estudo é questionada. No entanto, ao implementar práticas que promovem a transparência científica, com particular ênfase nos métodos de investigação, a comunidade científica defende-se contra abusos como o de Stapel.

Em cada um dos capítulos deste manual dedicados aos métodos e técnicas de investigação é referida a forma como as escolhas metodológicas e os resultados devem ser reportados e disseminados numa publicação científica. Estas instruções não são regras arbitrárias, mas um conjunto de salvaguardas que garantem que os procedimentos seguidos no curso da investigação podem ser verificados, e que os respetivos resultados são lidos no contexto das escolhas da equipa de investigação. As práticas de Stapel representam um caso extremo de manipulação e fabricação de dados, mas no decurso de uma investigação as situações podem ser mais subtis. Considere-se o exemplo em baixo:

“Uma investigadora tem a teoria de que os *trolls* da internet publicam mensagens incivis nas redes sociais para se sentirem superiores. Para verificar se a sua teoria é apoiada pelos dados, decide contactar e entrevistar uma série de utilizadores que publicam comentários incivis. Após uma série de entrevistas, começa a verificar que alguns entrevistados referem uma sensação de controlo e de superioridade, mas que a vasta maioria o faz apenas por entretenimento. Estas afirmações contrariam a teoria inicial da investigadora e implicam uma nova revisão da literatura e enquadramento.”

Após recolher os dados nas entrevistas, a investigadora depara-se com o passo da análise e de reportar os resultados. Se é verdade que as entrevistas corresponderam parcialmente às expetativas iniciais, também emergiram novos dados quanto às motivações dos *trolls* da internet. Neste caso, a investigadora não precisa de fabricar dados para alinhar os dados com a sua narrativa, basta omitir ou focar-se na componente das entrevistas que diz respeito à superioridade. No entanto, será que essa opção é ética? Nestas situações, a investigadora deve perguntar-se qual a decisão que mais contribui para o avanço do conhecimento científico. Ignorar que o entretenimento desempenha um papel importante na disseminação da incivilidade online é omitir uma descoberta importante que pode ajudar investigadores futuros, gestores de comunidades online e legisladores. Mesmo que reportar essa vertente das entrevistas implique uma carga de trabalho adicional em termos de revisão da literatura, a contribuição científica do estudo deve ser privilegiada.

De que forma é que o princípio da transparência garante que não é omitida informação na situação descrita acima? Tanto os métodos de natureza mais qualitativa como os quantitativos exigem que a investigadora clarifique e detalhe os procedimentos que levou a cabo para chegar aos resultados que apresenta. No exemplo acima, a forma como as transcrições das entrevistas são analisadas, como a informação é selecionada, e como essa informação dá origem a conceitos e conclusões teóricas deve ser explicada em detalhe. Isto significa que, mesmo que a investigadora decida ignorar a componente das entrevistas que versa sobre o entretenimento, se comunicar essa decisão na seção dos métodos ou dos resultados de um artigo, garante pelo menos que os resultados sobre o controlo e superioridade não são lidos fora do contexto.

Os erros ao longo do processo de investigação são frequentes. Mesmo com um grande esforço de planeamento e preparação, há fatores que escapam ao controlo da equipa de investigação e que podem comprometer um ou mais aspetos de um estudo. No entanto, raras são as vezes em que estes erros invalidam o propósito ou as conclusões de um trabalho científico. Desde que devidamente comunicados, de uma forma transparente, os erros e limitações permitem a outros investigadores ler o estudo em contexto, e até aprender com estas falhas quando forem desenvolvidos estudos semelhantes. A transparência não deve ser vista como um constrangimento à investigação, mas como uma forma de tornar o desenvolvimento científico mais robusto.

A transparência não diz respeito apenas ao processo de investigação em si, mas também aos aspetos que estão a montante de um estudo. Muitos projetos de investigação apenas são possíveis com os devidos recursos financeiros e humanos. Por vezes, os objetivos de um estudo podem estar relacionados com o âmbito de atuação da entidade financiadora. Noutros casos, a própria posição da investigadora poderá gerar conflitos de interesse com o tema da investigação. Considere-se um estudo financiado por uma rede social online para estudar a presença de discurso de ódio na sua plataforma. Qualquer que seja o resultado final desse estudo, este terá implicações para imagem e reputação da rede social. Se o estudo concluir que não há presença de discurso de ódio, as repercussões serão positivas; caso os resultados revelem uma abundância de discurso de ódio, a entidade financiadora poderá ficar mal vista. O mesmo acontece se a investigação não for financiada pela rede social, mas se um dos membros da equipa de investigação pertencer à empresa que administra essa rede social: há aqui um claro conflito, uma vez que os interesses de um dos investigadores não podem ser dissociados dos objetivos da investigação. Este tipo de associações não inviabilizam a investigação. Pelo contrário, muitos estudos e projetos de investigação extremamente relevantes nunca teriam sido realizados sem o financiamento e colaboração de várias entidades. No entanto, qualquer forma de financiamento ou potencial conflito de interesses deve ser divulgada juntamente com os resultados do estudo. Uma vez mais, a transparência garante que o estudo e as suas conclusões são lidos com o devido contexto.

Por fim, a transparência no processo de investigação é também importante para possibilitar a replicação dos estudos. Embora esta não seja uma prática tão corrente

como deveria, a replicação dos estudos é essencial para assegurar a robustez das conclusões. Caso os estudos de Stapel tivessem sido replicados consistentemente, é provável que as suspeitas de fabricação de dados tivessem emergido mais cedo. É sempre possível que os resultados de um projeto de investigação tenham sido condicionados por um contexto particular ou por algum fator que estava fora do controlo da equipa de investigação. Para reforçar as conclusões (ou refutá-las) um grupo de investigadores distinto poderá ter interesse em replicar os pressupostos, os métodos, a amostra e as técnicas de análise de um estudo, mas tal apenas é possível quando a informação sobre todas estas vertentes está disponível. A transparência em investigação não só contextualiza as conclusões de um estudo, mas permite a outros académicos avançar o conhecimento com base nos processos e métodos de trabalhos anteriores.

A transparência é uma das melhores formas que o investigador tem para defender o seu trabalho, sendo simultaneamente uma forma de respeitar a restante comunidade científica. A principal situação em que limites à transparência devem ser considerados, diz respeito ao princípio da beneficência. Isto acontece quando revelar detalhes sobre o processo de investigação ou os seus participantes pode ter consequências nefastas para os próprios participantes. Estas limitações aplicam-se particularmente quando a investigadora lida com grupos vulneráveis ou clandestinos. Se um projeto de investigação contém entrevistas com traficantes de substâncias ilegais, proteger estes entrevistados pode implicar não só ocultar a sua identidade, mas também a data e local da entrevista e parte das respostas. Não há um princípio de aplicação universal nestes casos, a equipa de investigação e o respetivo comité de ética institucional deverão considerar cuidadosamente de que forma é que os princípios da beneficência e da transparência se relacionam e equilibram.

3.5.2. Solidarietà

A solidarietà pode não ser a primeira palavra que surge na cabeça de alguém quando é referida a ética na investigação em comunicação. No entanto, o princípio da solidarietà na investigação é essencial ao avanço científico e permeia muitos dos desenvolvimentos recentes na investigação, como o movimento de ciência aberta. A colaboração entre investigadores permite expandir o âmbito e a ambição dos projetos de investigação, pensar criticamente sobre o desenho teórico e metodológico e é muitas vezes um requisito formal para candidaturas a fundos de investigação. A publicação de um artigo científico pode ser vista como um ato de solidarietà para com a comunidade académica, uma vez que o investigador partilha o seu conhecimento com o mundo, frequentemente sem qualquer tipo de compensação imediata.

Como referido acima, o princípio da solidarietà também subjaz ao movimento de ciência aberta, que incentiva práticas como o pré-registo online de estudos, partilha de bases de dados, e publicação de trabalhos científicos em regime de acesso aberto, tornando-os acessíveis a qualquer pessoa. Sempre que possível, os investigadores deverão adotar este tipo de práticas que beneficiam a comunidade científica e a

sociedade, a um nível mais abrangente. Para além da ciência aberta, várias atividades essenciais ao trabalho académico dependem da solidariedade e da boa vontade dos investigadores. O sucesso de uma orientação académica depende em grande medida da boa vontade do orientador e do orientando, o processo de revisão por pares depende da boa vontade dos revisores e dos editores, os projetos de colaboração internacional dependem da boa vontade das partes envolvidas (Livingstone, 2003).

A investigação científica tem implicações abrangentes a vários níveis. Os resultados de um projeto de investigação-ação sobre literacia mediática numa localidade podem munir os seus habitantes de conhecimentos e práticas que lhes abrem novas perspetivas de vida e oportunidades profissionais. De igual forma, um estudo que desenvolve recomendações para lidar com a desinformação pode impactar o equilíbrio geopolítico global ao limitar a interferência de terceiros nos processos eleitorais. A investigação científica não é um processo isolado, pelo que beneficia naturalmente da solidariedade entre investigadores. As práticas de manipulação de dados de Stapel não impactaram apenas o próprio, mas também dezenas de orientandos e coautores que publicaram artigos científicos com ele. Mais do que recomendações específicas, ao princípio da solidariedade na investigação científica subjaz uma reflexão sobre colaboração e empatia em todas as etapas do processo, da conceção do projeto à disseminação dos resultados.

Por fim, importa ainda referir que a falsificação de materiais científicos não se cinge à recolha dos dados, mas também se pode estender ao próprio produto científico. O plágio, em que a investigadora faz passar por suas palavras que foram escritas por outros, é uma ofensa tão grave quanto a fabricação de dados, pois coloca em causa tanto a integridade da investigadora como do próprio processo científico. As instituições e as normas de citação podem diferir na forma de atribuição de fontes, no entanto, como regra geral, sempre que são usadas ideias, texto, figuras, tabelas, dados, ou qualquer outro tipo de contribuições de outros num trabalho científico, essas devem ser explicitamente reconhecidas. O mesmo se estende a questões de autoria de trabalho científico, estas devem ser reconhecidas de alguma forma, inclusivamente quando tem origem em modelos generativos de texto de inteligência artificial. Em caso de dúvida, o melhor é optar pela transparência.

3.6. Sugestões de leitura

Beaulieu, A., & Estalella, A. (2012). Rethinking research ethics for mediated settings. *Information, Communication & Society*, 15(1), 23-42.

Israel, M., & Hay, I. (2006). *Research ethics for social scientists*. Sage.

Referências

European Commission (2021). Ethics in Social Sciences and Humanities. Disponível em https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/horizon/guidance/ethics-in-social-science-and-humanities_he_en.pdf

Livingstone, S. (2003). On the challenges of cross-national comparative media research. *European journal of communication*, 18(4), 477-500.

National Commission for the Protection of Human Subjects of Biomedical and Behavioral Research (1979). *The Belmont Report*. Disponível em: <https://www.hhs.gov/ohrp/regulations-and-policy/belmont-report/index.html>

Tudor, M. (1939). [Tese de Doutorado] An Experimental Study of the Effect of Evaluative Labeling of Speech Fluency. University of Iowa.

João Gonçalves

Erasmus University Rotterdam
ferreiragoncalves@eshcc.eur.nl
<https://orcid.org/0000-0002-8948-0455>

Parte II – Métodos e Técnicas de Investigação

A Parte II deste manual introduz uma série de métodos e técnicas de investigação de particular relevância para as Ciências da Comunicação. A escolha do foco de cada capítulo teve em consideração não só a frequência de uso dos métodos e técnicas, mas também a diversidade de paradigmas de investigação, procurando assegurar que o leitor encontra algo que se adequa aos objetivos da sua investigação.

A Parte II inicia-se com uma série de capítulos dedicados à recolha de dados, e termina com capítulos dedicados à análise. O Capítulo 4 (de Sandra Marinho) é dedicado às técnicas de seleção de casos, que fornecem as bases para a constituição de amostras adequadas aos diferentes desenhos de investigação. Seguem-se capítulos dedicados à recolha de dados empíricos: o questionário (Capítulo 5, de Albertino Gonçalves), a entrevista (Capítulo 6, de Sónia Silva), os grupos focais (Capítulo 7, de Rosa Cabecinhas e Paula Lobo) e a observação (Capítulo 8, de Ana Isabel Lopes). Cada um destes capítulos aborda tanto os fundamentos teóricos como as etapas práticas da aplicação destas técnicas, tendo em conta os desafios específicos que se colocam na área das ciências da comunicação.

Na segunda metade da Parte II, o foco recai sobre a análise de dados, iniciando-se com a análise de conteúdo de cariz quantitativo (Capítulo 9, de João Gonçalves), seguida da análise temática, que assinala uma transição para uma vertente mais qualitativa da análise de conteúdo (Capítulo 10, de Deborah Castro e Amanda Paz). Continua com a análise narrativa (Capítulo 11, de Thaís Braga), com a análise visual/semiótica visual (Capítulo 12, de Silvana Mota-Ribeiro) e encerra com o capítulo dedicado à análise estatística (Capítulo 13, de João Gonçalves), que apresenta os principais procedimentos quantitativos para o tratamento e interpretação de dados.

Esta parte do manual visa, assim, fornecer ferramentas conceptuais e operacionais que permitam ao leitor selecionar, aplicar e articular de forma crítica os métodos e técnicas mais apropriados às suas perguntas de investigação e contextos de recolha de dados.

4. Técnicas de seleção de casos (amostragem)

Pode dizer-se que, genericamente, são acionados três tipos de técnicas em investigação: técnicas de seleção de casos, técnicas de recolha de dados e técnicas de análise da informação recolhida. Este capítulo é dedicado às primeiras – as de amostragem – sendo algumas das outras abordadas nos próximos capítulos. De acordo com Baxter & Babbie (2003), o desenvolvimento da amostragem na área das ciências sociais e humanas foi ocorrendo paralelamente à evolução das sondagens no campo da política. Uma breve definição de amostragem caracteriza-a como um processo de escolha de um certo conjunto de indivíduos ou objetos (casos) de uma população (ou universo), para estudar as suas características e assim obter informação sobre toda a população a que eles pertencem (por um processo de generalização). Garantir que este processo é levado a cabo de forma rigorosa é essencial para a qualidade da amostra e, por conseguinte, para a qualidade da informação resultante dos dados recolhidos, que será confrontada com as hipóteses (se as houver) ou permitirá responder à(s) questão(ões) de pesquisa que orienta(m) o projeto. Ou seja, é uma etapa crucial em qualquer investigação. Neste capítulo não vamos aprofundar cada uma das dimensões associadas à amostragem – até porque cada projeto de investigação terá de acautelar procedimentos específicos –, mas antes dar conta da relevância de cada uma delas e das decisões que implicam.

4.1. Amostragem: definição, funções e procedimentos iniciais

Através de um projeto de investigação, procuramos esclarecer problemáticas e responder a questões sobre populações. Contudo, nem sempre é possível – ou sequer necessário – recolher dados de todos os elementos da população-alvo do estudo. O que acontece habitualmente – mas nem sempre, como veremos – é escolher-se um conjunto de casos representativos – e suficientes – dessa população, para serem analisados e, a partir daí, poder-se generalizar – estatisticamente ou não, consoante os objetivos da pesquisa e o tipo de amostragem que se adotou – para a população. Pode, assim, dizer-se que a amostragem serve este fim: permitir que sejam estudadas populações, sem que seja necessário recolher dados de todos os elementos que as constituem, o que implicaria recursos – financeiros e de tempo – para lá dos habitualmente disponíveis.

A decisão sobre o processo de amostragem responde a uma das três questões com que se vê confrontada uma equipa de investigação, ao construir uma metodologia (Quivy & Van Campenhoudt, 2005): observar o quê, ou seja, que dados são pertinentes? Diríamos que os dados pertinentes são os definidos pelos indicadores, na operação de concetualização. Observar em quem, ou seja, qual é campo de análise e quais são as unidades de observação? E observar como, ou seja, que técnicas e instrumentos de recolha de dados são os mais apropriados?

Para se saber, então, em quem observar, é necessário – em primeiro lugar – circunscrever o campo de análise no espaço, geográfico e social, e no tempo. Esta circunscrição pode ocorrer, em termos gerais, em dois formatos: o trabalho poderá ter por

objeto um fenómeno ou um acontecimento particular e, nesse caso, esse objeto define, desde logo, os limites da análise (o período temporal, a zona geográfica, as organizações/casos e os atores envolvidos, por exemplo); ou então, a pesquisa tem por objeto processos sociais de carácter mais ou menos universal e, nesse caso, é necessário fazer escolhas, em função dos objetivos ou das hipóteses (se as houver), dos prazos envolvidos, dos recursos – humanos ou financeiros – disponíveis e das competências e aptidões da equipa de investigação (Quivy & Van Campenhoudt, 2005).

De seguida, há que seleccionar as unidades de observação, os casos que vão ser observados e analisados. À totalidade dos elementos que são objeto de análise chama-se população ou universo, podendo este termo designar um conjunto de pessoas, organizações ou objetos de qualquer natureza (Quivy & Van Campenhoudt, 2005). Mas, uma vez delimitada uma população, nem sempre é possível, ou sequer útil, reunir informações sobre cada um dos elementos que a compõem, ainda que possa acontecer.

A opção por se estudar a totalidade do universo é válida e viável – tipicamente – em duas situações: quando a população-alvo é muito reduzida em número (normalmente, quando se trata de um contexto muito específico e delimitado) ou – no outro extremo – quando se trata de populações grandes, mas a investigação não implica a recolha de dados individuais, bastando dados agregados, estatísticas globais (como, por exemplo, as que – no contexto português – são fornecidas nos Censos e são disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística), ou seja, são trabalhados dados secundários.

Quando a população é muito vasta e é preciso recolher um grande volume de dados por cada unidade a ser observada, então justifica-se a seleção de uma amostra representativa de casos desse universo. Da mesma forma, quando se coloca um problema de representatividade (estatística ou não estatística), ou seja, quando, sobre os aspetos relevantes para a pesquisa, é importante recolher-se uma imagem globalmente conforme à distribuição dessas características na população. Em termos gerais, pode dizer-se que “uma amostra é representativa da população da qual foi selecionada se as características agregadas da amostra forem muito próximas das mesmas características agregadas na população” (Baxter & Babbie, 2003, p. 138).

Importa aqui reforçar uma ideia que – não raras vezes – é alvo de interpretações equivocadas: a representatividade de uma amostra não é necessariamente estatística, ainda que haja circunstâncias em que essa é uma exigência, nomeadamente se os objetivos da pesquisa implicarem inferência (generalização) estatística. Numa boa parte dos casos (na área das Ciências da Comunicação), opta-se por processos de amostragem que conduzem a amostras não estatisticamente representativas, mas sociologicamente representativas. O que é certo é que uma amostra deverá ser “uma réplica em miniatura da população alvo” (Fortin, 2009, p. 202).

Seja qual for a circunstância, o que é relevante é que o processo de amostragem seja conduzido de forma a que se obtenha boas amostras, evitando-se erros que comprometam, por sua vez, a qualidade da recolha de dados e, conseqüentemente, da análise, provocando desvios que coloquem em causa os resultados da investigação.

Neste sentido, Coutinho (2014) define amostra como “um subconjunto da população que terá de a representar, ou seja refletir os seus traços, caso contrário incorremos no chamado erro amostral (quanto maior o erro amostral, menos representativa será a amostra)” (p. 89).

Uma breve nota apenas para esclarecer que, ao longo deste capítulo, usaremos o termo ‘amostra’, mas reconhecemos a existência de uma convenção: tratando-se de indivíduos, habitualmente usa-se ‘amostra’; tratando-se de objetos ou artefactos (por exemplo, textos, fotos, etc.), usamos o termo ‘*corpus*’. Assim, tratamos neste Capítulo 4 das três operações envolvidas do processo de amostragem: (1) identificar a população e aferir a necessidade de selecionar uma amostra; (2) havendo essa necessidade, decidir que tipo de amostragem é o mais adequado; (3) decidir que tamanho deverá ter essa amostra.

4.2. Tipos de amostragem: procedimentos e adequabilidade

Para se obter uma amostra de uma determinada população, há uma pergunta à qual teremos de responder desde logo: os objetivos desta pesquisa implicam a generalização estatística dos resultados? Se sim, então ter-se-á de optar pela amostragem probabilística. Vejamos então em que consiste, de forma muito resumida.

A amostragem probabilística é a que é feita de tal modo que é conhecida (e diferente de 0) a probabilidade que cada indivíduo da população tem de ser incluído na amostra. Isso permite calcular o grau de aproximação (e o risco) em que nos movemos ao generalizar os resultados obtidos na amostra para o total da população (representatividade estatística) (Fortin, 2009). Já no caso da amostragem não probabilística, não conhecemos a probabilidade que cada indivíduo tem de ser incluído na amostra. Esta pode até ser muito representativa (do ponto de vista sociológico) – espera-se que seja -, mas não podemos avaliar os riscos que corremos ao generalizar os resultados da nossa análise da amostra para a população. Neste caso, falamos de representatividade em sentido lato. Ainda que a amostragem não-probabilística não permita inferência estatística, há que ter em conta que essa não é a única forma de inferência científica. E poderá mesmo haver situações em que, efetivamente, acabe por ser a única alternativa disponível (se, por exemplo, não for possível aceder a uma lista da população).

Como veremos a seguir, a decisão entre um destes dois tipos de amostragem obedece, antes de mais, aos objetivos da investigação (nomeadamente o facto de esta exigir ou não generalização estatística), mas há outros fatores a serem tidos em conta, como os recursos disponíveis (financeiros e humanos) e o acesso à informação necessária, nomeadamente listas da população.

4.2.1. Principais tipos de amostragem probabilística

Estando assumido que a investigação requer a generalização estatística dos resultados – e, por conseguinte, uma amostra estatisticamente representativa –, há que escolher o tipo de amostragem probabilística mais adequado aos objetivos e ao plano de investigação.

Amostragem simplesmente aleatória

No caso da amostragem simplesmente aleatória, todos os indivíduos da população têm igual probabilidade de serem escolhidos (sendo possível calcular-se essa probabilidade) e todas as combinações (de determinado tamanho) de indivíduos têm igual probabilidade de ocorrer.

As tiragens são independentes e a escolha é feita aleatoriamente, a partir de uma lista de todos os membros da população, devidamente numerados ou codificados, o que representa uma dificuldade. Nem sempre conseguimos acesso a listas completas do universo e, quando é possível, teremos sempre de as “limpar” e organizar.

No que toca à tiragem, tratando-se de populações grandes, sugere-se o recurso a aplicações informáticas, facilmente acessíveis online (*random number generator*) ou a uma tabela de números aleatórios (Fortin, 2009). Sendo um universo pequeno, o velho método de “papelinhos num saco” resultará. Neste caso, há que ter em conta que o “papelinho” selecionado deverá ser devolvido ao saco antes da tiragem seguinte, caso contrário alterar-se-á a probabilidade, entre os diversos elementos da população, de serem escolhidos.

Para além da dificuldade em obter listas completas e atualizadas, percebe-se que este tipo de amostragem pode revelar-se dispendiosa, em termos de tempo e de recursos humanos e financeiros. Isto porque, depois de obtida a lista de nomes que constitui a amostra, terão de ser exatamente aquelas pessoas a serem contactadas com vista à recolha de informação.

Amostragem sistemática

No caso da amostragem sistemática, os elementos da amostra também são escolhidos de uma lista, tal como acontece com a amostragem probabilística aleatória, mas com uma frequência pré-estabelecida (frequência = N/n , em que N é o tamanho da população e n é o tamanho da amostra). A escolha (aleatória) do primeiro elemento determina assim a tiragem dos outros, pelo que, neste caso, nem todas as combinações de indivíduos têm a mesma probabilidade de ocorrer. Chegando-se ao final da lista sem ter ainda o número suficiente de elementos, retoma-se a lista desde o início.

Tal como no caso anterior, trata-se de uma opção exigente do ponto de vista dos recursos humanos e financeiros e, também aqui, ficamos dependentes da obtenção de listas da população. Acresce outra dificuldade: a possibilidade de ocorrerem erros ou enviesamentos (Fortin, 2009) sistemáticos na tiragem, provocados pela organização

das listas em padrões cíclicos (Baxter & Babbie, 2003). Por exemplo, se, por algum motivo, a lista estiver organizada numa lógica em que há três elementos homens e uma mulher (3|1|3|1|3|1...) e se a frequência de tiragem for quatro, então ficaremos com uma amostra constituída apenas por mulheres. Esta circunstância pode ser ou não relevante (pode ser indiferente o sexo dos participantes), mas há que acautelar este tipo de situações.

Amostragem estratificada

A amostragem estratificada é indicada quando – em função dos objetivos e da natureza da pesquisa – precisamos de garantir que determinadas características (fatores de estratificação) da população estão representadas na amostra (proporcionalmente ou não).

Tal como nos casos anteriores, teremos de partir de uma lista da população, que vai ser organizada em estratos homogêneos, segundo fatores de estratificação, que devem ser variáveis simples e relevantes para o estudo em causa: por exemplo, sexo, idade, profissão, rendimento, religião, área de residência. Poderão ser acionados tantos fatores de estratificação quanto os necessários, para corresponder aos requisitos do estudo. No caso de recorrermos a mais do que um, será um processo sucessivo.

No final deste processo, escolhe-se uma amostra ao acaso – simplesmente aleatória ou sistemática – dentro de cada conjunto homogêneo obtido (ou seja, os elementos que constituem cada estrato ou conjunto são iguais entre si, pelo menos em relação à característica/fator de estratificação em causa). Fica assim garantida a representação de uma ou mais características relevantes para o estudo e é possível fazer-se comparações entre os sub-grupos formados (Fortin, 2009). Este processo está ilustrado na Figura 4.1.

Mas esta representatividade pode ser proporcional ou não, dependendo, mais uma vez, dos requisitos da pesquisa. No caso da amostragem estratificada proporcional, os elementos de cada estrato entram na amostra em percentagem igual à do respetivo estrato na população. Se se tratar de um processo de amostragem estratificada não proporcional, isso já não acontece, sendo esta opção especialmente adequada em situações em que se identificou casos de sub-representação de categorias de características/fatores de estratificação.

Sendo a tiragem final aleatória, deve ter-se em conta as dificuldades mencionadas nos casos anteriores, nomeadamente a necessidade de se ter um conhecimento aprofundado da população em estudo (Fortin, 2009).

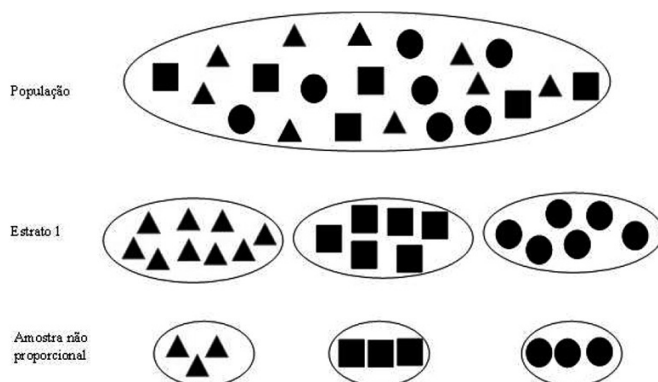


Figura 4.1
Ilustração do procedimento para obtenção de uma amostra estratificada não proporcional, com um fator de estratificação.

Amostragem por conglomerados (ou *clusters*, cachos)

A lógica da amostragem por conglomerados tem na base o princípio oposto ao da amostragem estratificada: em vez de se obter uma amostra diversa, por via da organização da população em estratos homogêneos e posterior seleção de uma amostra aleatória a partir desses estratos, na amostragem por conglomerados a população é organizada em conjuntos heterogêneos e escolhe-se aleatoriamente um ou mais desses conjuntos (ver Figura 4.2). Trata-se aqui de aproveitar o facto de os elementos da população já estarem naturalmente agrupados (Fortin, 2009).

Neste caso – da amostragem por conglomerados – os conjuntos considerados são internamente heterogêneos (devem ser tão diversos quanto possível em relação às características que são relevantes para a pesquisa), mas semelhantes entre si. No caso da amostragem estratificada, acontece exatamente o contrário: os conjuntos são internamente homogêneos, mas heterogêneos entre si.

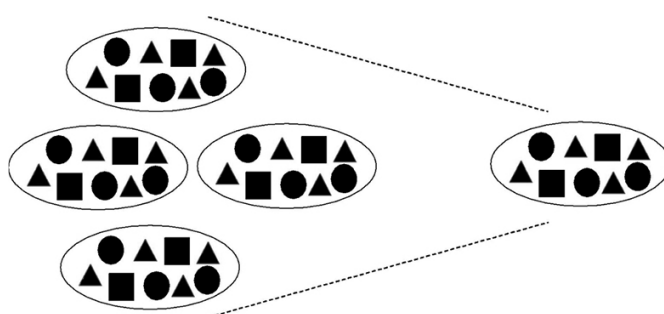


Figura 4.2
Ilustração do procedimento para obtenção de uma amostra por conglomerados.

Em comum têm o facto de a amostra ser obtida por escolha aleatória (de elementos de conjuntos – no caso da estratificada – ou de conjuntos – no caso da amostragem por conglomerados). E todos os elementos da população têm, à partida, igual probabilidade de serem selecionados.

Reforçamos que convém considerar conglomerados formados por elementos o mais diferenciados possível, mas tendo em conta os custos. Exemplos de conglomerados podem ser freguesias ou lugares; escolas, hospitais ou outras instituições; ou até as ruas de uma cidade.

4.2.2. Principais tipos de amostragem não-probabilística

Quando os objetivos de uma investigação não implicam a necessidade de se generalizar estatisticamente os resultados, então pode optar-se pela amostragem não probabilística, que é igualmente representativa – do ponto de vista sociológico – e implica menos custos. Tal como vimos em relação à amostragem probabilística, a escolha de um tipo específico de amostragem não-probabilística depende dos objetivos e desenho da investigação.

Amostragem accidental

Não raras vezes, os estudantes ou investigadores iniciantes confundem a amostragem accidental com a aleatória, quando, na verdade, são exatamente o oposto. Esta confusão advém do uso que, no quotidiano, por vezes se dá ao termo “aleatório” ou “ao acaso”. Mas, no campo da metodologia, são conceitos claramente opostos.

Assim, na amostragem accidental nem todos os elementos têm a mesma probabilidade de serem selecionados para a amostra, precisamente porque essa seleção ocorre ‘por acidente’, “à medida que se apresentam” (Fortin, 2009, p. 208). Por exemplo, se queremos aplicar um questionário aos estudantes de uma turma, comparecemos numa aula e preenchem o questionário os alunos que “por acidente” foram à aula e não têm a oportunidade de o preencher os que “por acidente” faltaram.

Neste caso, como se percebe, não é necessário ter acesso a qualquer lista, já que a amostra vai sendo constituída no momento da recolha.

Amostragem por casos típicos (ou intencional, criterial, por seleção racional)

Na amostragem por casos típicos ou intencional, a seleção dos elementos da amostra já não ocorre por acidente, mas propositadamente: porque – em função do conhecimento que temos sobre o tema que está a ser investigado – somos capazes de identificar casos que são típicos (ou representativos) desse fenómeno ou característica. Ou seja, tem na base o julgamento fundamentado dos investigadores (Baxter & Babbie, 2003).

Nestas circunstâncias, uma equipa de investigação que, por exemplo, está a estudar o uso dos media por parte dos estudantes universitários pode decidir selecionar a Universidade de Aveiro e a Universidade da Beira Interior porque, em relação às características que estão a ser medidas/avaliadas, não tem razões para crer que os estudantes destas universidades sejam significativamente diferentes dos das restantes universidades portuguesas. Ou seja, estas duas universidades seriam típicas ou representativas da população.

Amostragem por quotas

A amostragem por quotas segue o mesmo procedimento da amostragem estratificada (aqui, os fatores de estratificação dão origem a quotas), com uma diferença: os elementos da amostra não são selecionados aleatoriamente, mas sim acidentalmente. Ou seja, as quotas vão sendo preenchidas no momento da recolha. É, por isso, menos dispendiosa e administrativamente mais simples, mas exige um bom conhecimento da população (Fortin, 2009). Também neste caso a amostra pode ser proporcional ou não proporcional em relação à população.

Um exemplo deste tipo de amostragem será uma situação em que a equipa de investigação vai aplicando um questionário (presencialmente, telefonicamente ou via email) de forma acidental, até obter o número necessário de casos para preencher cada uma das quotas previamente identificadas.

Amostragem em bola de neve (ou por redes)

Há autores que consideram que este é um tipo de amostragem acidental (Baxter & Babbie, 2003). Neste caso, a amostra vai-se constituindo por acumulação, tal como a imagem que temos de uma bola de neve a crescer, enquanto rola montanha abaixo. Um primeiro conjunto de casos poderá ser selecionado por casos típicos e os restantes são sugeridos por esses primeiros elementos, com base na sua rede e na sua experiência.

Duas situações típicas de uso deste tipo de amostragem são os estudos de análise de rede (ARS) ou casos em que é difícil identificar possíveis participantes, pela sensibilidade dos temas e pela não existência de cadastros públicos, ou seja, situações em que o universo é de difícil acesso. Por exemplo, numa investigação sobre violência doméstica será provável que a amostra seja constituída por esta via.

O critério da conveniência

Há autores que identificam a amostra por conveniência como um dos tipos de amostra não-probabilística (Baxter & Babbie, 2003). Pela explicação, percebe-se que se trata daquilo que aqui denominamos como amostra por casos típicos ou intencional. No nosso entendimento, não é vantajoso usar-se neste sentido a designação “por conveniência”. Reservamos essa expressão para um critério que – admitimos – poderá ser acionado, quando se trata de amostragem não-probabilística.

Não raras vezes, os projetos de investigação – principalmente quando desenvolvidos no âmbito de um doutoramento ou mestrado – têm de lidar com recursos humanos e financeiros exíguos. Assim, admite-se que, do conjunto de casos representativos da população, se selecione aqueles que são mais “convenientes”. Retomando o exemplo da investigação sobre o uso dos media por parte dos estudantes universitários, estando identificado um conjunto de universidades que constituem casos típicos, admite-se que sejam escolhidas aquelas que, por “conveniência”, fiquem mais perto

da zona de residência da investigadora. Mas trata-se de amostragem por casos típicos, ainda que seja acionado um critério de conveniência.

4.2.3. O caso específico do painel

O painel não é um tipo de amostragem, mas sim uma forma de tratamento da amostra. Trata-se, em termos muito simples, do uso de uma amostra (o mesmo conjunto de casos) ao longo do tempo. Recorre-se à constituição de painéis quando se trata de estudos longitudinais. Um exemplo deste uso é a medição de audiências, que tem por base a monitorização dos mesmos indivíduos/famílias ao longo de um largo período de tempo.

Também neste caso serão sempre os objetivos do estudo e o desenho metodológico a suscitar o recurso a um painel. Este formato tem a vantagem de aferir as mudanças com maior precisão, o que é particularmente relevante em estudos sobre, por exemplo, os efeitos dos media. São um recurso pouco dispendioso, já que se mantém o mesmo conjunto de casos, mas há dificuldades a assinalar: a disponibilidade das pessoas, que, com o passar do tempo, podem cansar-se; a mobilidade dos indivíduos e a própria mortalidade. Tudo isto são condicionamentos que terão de ser devidamente acautelados.

4.3. O plano (ou *design*) de amostragem (amostragem multifásica)

Até aqui, fomos discutindo o processo de seleção de casos, como se o uso de um determinado tipo de amostragem levasse à constituição de uma amostra. Mas, na realidade, serão poucos os casos em que isto acontece. Habitualmente, chegar a uma amostra representativa da população que queremos estudar, implica uma sucessão de fases e de escolhas que, normalmente – em particular no campo das Ciências da Comunicação – envolvem a articulação de etapas de amostragem probabilística e não probabilística (Baxter & Babbie, 2003; Fortin, 2009). Havendo esta combinação, o resultado final será sempre uma amostra não-probabilística.

Os critérios acionados na elaboração do plano, decorrem dos objetivos, da perspetiva teórica que enquadra a investigação e das hipóteses do estudo, que determinam, por um lado, as características/variáveis que terão de estar representadas na amostra ou se, por outro lado, não há características específicas a considerar.

Retomando o exemplo da investigação sobre o uso dos media por parte dos estudantes universitários portugueses, vejamos dois exemplos de um possível plano de amostragem:

Exemplo 1 (situação em que não há características/variáveis específicas a considerar)

Fase 1 – identificar os casos que constituem a população: lista de todas as universidades e politécnicos, públicos e privados em Portugal. Dessa lista, seleccionar aleatoriamente (amostragem probabilística) um conjunto de casos (o número de casos é uma decisão a tomar previamente).

Fase 2 – em cada um desses casos, seleccionar aleatoriamente uma faculdade/escola/instituto (o número de casos é uma decisão a tomar previamente).

Fase 3 – em cada uma dessas faculdades/escolas/instituto, seleccionar aleatoriamente um curso (o número de casos é uma decisão a tomar previamente).

[As fases 2 e 3 podem ser substituídas por uma só fase, em que escolhe os cursos directamente de uma lista de cursos da instituição de ensino, sem ter de se escolher uma faculdade/escola/instituto]

Fase 4 – identificar nesses cursos as UC comuns a todos os alunos (deixando de fora as UC de Opção), contactar os professores e procurar saber quantos alunos costumam frequentar as aulas (para garantirmos o número máximo de respostas) e perguntar-lhes se estariam dispostos a deixar-nos aplicar um questionário aos estudantes numa das suas aulas (amostragem não probabilística por casos típicos).

Fase 5 – ir às respetivas aulas e aplicar o questionário aos estudantes que estejam presentes (amostragem não probabilística acidental). A amostra é assim constituída pelos estudantes que “por acidente” foram àquelas aulas.

Exemplo 2 (situação em que há características/variáveis específicas a considerar)

Neste caso, investigar-se-ia a hipótese (sugerida pela literatura) de que os usos dos media pelos estudantes universitários portugueses seriam explicados pela área científica dos cursos que frequentam.

Fase 1 – identificar os casos que constituem a população: lista de todas as universidades e politécnicos, públicos e privados em Portugal. Dessa lista, seleccionar aleatoriamente (amostragem probabilística) um conjunto de casos (o número de casos é uma decisão a tomar previamente).

Fase 2 – identificar (a partir da literatura) as diferentes áreas científicas a ter em conta (ou seja, estratificar por área científica) e definir quantos estudantes deverão por cada área científica constituir a amostra (pode ser proporcional ou não em relação à população de estudantes por cada área).

Fase 3 – percorrer os espaços das universidades e politécnicos selecionados na Fase 1 (espaços mais frequentados, como bares, cantinas, etc.) e solicitar (de forma accidental) aos estudantes que preencham o questionário, até estarem preenchidas as quotas previamente definidas (o número necessário de estudantes por área científica). A amostra fica assim constituída pelo conjunto de estudantes que participou.

[As fases 2 e 3 constituem um processo de amostragem não probabilística por quotas]

4.4. Quanto ao tamanho da amostra

Uma decisão essencial e muito importante para se garantir a qualidade dos resultados é o tamanho da amostra. Aquilo que pode constituir uma “amostra grande” ou uma “amostra pequena” depende dos objetivos da investigação e do tipo de amostragem a que vamos recorrer (por exemplo, se vamos ou não fazer inferência estatística, ou seja, testes de hipótese – sobre isto, ver o Capítulo 13).

Se queremos reduzir ao máximo o erro amostral³ – e tomando por referência a sua fórmula de cálculo – então podemos dizer que, tecnicamente, quanto maior for a amostra, menor o erro. Populações mais homogêneas também tenderão a produzir amostras com menos erros amostrais (Fortin, 2009). É verdade que “em termos gerais, grandes amostras conduzem a melhores aproximações aos parâmetros da população” (Fortin, 2009, p. 211). No limite, isto poderia levar-nos a – para reduzir o erro – ir aumentando progressivamente o tamanho de uma amostra até estarmos, na verdade, a contemplar quase a totalidade da população. Ora, isto contraria o objetivo da amostragem. O que queremos é encontrar um conjunto de casos substancialmente menor do que o universo, mas suficientemente grande para dar garantias de que as estatísticas (características na amostra) que estão a ser estudadas não se afastam substancialmente dos seus parâmetros (características na população). Ou seja, garantias de um determinado grau de precisão (erro amostral) e de um determinado nível de confiança (ou probabilidade) (Fortin, 2009).

Fortin (2009) propõe um conjunto de fatores que devem ser considerados quando se procura calcular o tamanho de uma amostra: “o objetivo do estudo, a homogeneidade da população ou do fenómeno estudado, os testes de análises estatísticas, mais particularmente, o nível de significância e o poder dos testes, assim como a força do efeito esperado” (p. 211).

³ O erro amostral é a distância máxima (afirmada com determinado nível de probabilidade) a que o parâmetro (característica na população) se poderá encontrar em relação à estatística (característica na amostra). Significa que, ao generalizar de uma amostra para a população, podemos afirmar, dentro da probabilidade referida, que o valor do parâmetro não se afastará da correspondente estatística mais do que a distância indicada pelo erro amostral.

Diversos autores argumentam que mais importante do que o tamanho de uma amostra é a sua qualidade, o cuidado que se colocou na escolha dos elementos que a constituem. Tendemos a concordar com esta perspetiva, mas defendemos que esta questão assume particular relevância em pesquisas que implicam inferência estatística – e recorrem a amostras probabilísticas – e em estudos experimentais. Ainda que estas situações não sejam as mais comuns em Ciências da Comunicação, deixamos a nota de que, nestes casos, deve procurar-se bibliografia específica sobre o cálculo do tamanho de uma amostra e o erro amostral que lhe está associado (entre muitos outros, Blalock, 1979), até porque a dimensão da amostra (ou o que é considerado uma amostra grande ou pequena, em estatística) varia em função, por exemplo, como referimos acima, do tipo de teste que se pretende executar (sobre testes de hipótese, ver o Capítulo 13).

Sem aprofundar demasiado a questão, deixamos esta nota: o cálculo do tamanho de uma amostra, exige, por exemplo, informação apropriada sobre o desvio-padrão da característica/variável a população, à qual – regra geral – não temos acesso. Portanto, ou se procede a um estudo exploratório prévio para obter um valor aproximado (o que vai pesar fortemente no orçamento do projeto) ou se usa uma estimativa ilustrada, a partir de algum estudo semelhante já elaborado.

A título de referência, adaptamos a proposta de Coutinho (2014, p. 99), que sistematiza os tamanhos de amostras para os planos de investigação mais comuns em Ciências Sociais e Humanas (ver Tabela 4.1)

Tipo de Plano	Tamanho de amostra recomendado
Correlacional	Cerca de 30 casos
Regressão múltipla	Pelo menos 15 casos por variável
<i>Survey</i> (inquérito por questionário)	Pelo menos 100 casos Em populações pequenas, o tamanho deverá ser justificado em função da população e do uso do instrumento
Experimental e quase experimental	Cerca de 15 casos por grupo
Etnográfico	30-50 entrevistas
Estudo de caso	Um ou vários casos
Fenomenológico	6 casos
Teoria fundamentada	30-50 entrevistas
Grupos focais	7-10 casos por grupo; pelo menos 4 grupos

Tabela 4.1

Tamanho das amostras por planos de investigação (adaptado de Coutinho, 2021, p. 99).

Em relação à aplicação de questionários, à qual atribuímos uma amostra com o tamanho mínimo de 100 casos, deixamos uma breve nota. Este será o valor mínimo quando se trate de abordagens quantitativas (aquelas em que habitualmente se recorre a este método/técnica), porque não fará sentido usar percentagens (na análise) com valores de n inferiores a 100. Daí que se dê esse valor como referência mínima.

Em estudos qualitativos, em que se recorre a instrumentos de recolha como as entrevistas, a amostra constitui-se muitas vezes pela técnica da saturação teórica. Assim, e de forma muito simples, o investigador vai, por exemplo, entrevistando participantes até deixar de obter informação nova (Robinson, 2014; Hennink & Kaiser, 2022). Ou seja, a saturação é “um momento no trabalho de campo em que a recolha de novos

dados não traria mais esclarecimentos para o objeto estudado” (Minayo, 2017, p. 5). Esta estratégia é habitualmente acionada quando se recorre a amostragem por casos típicos ou por bola de neve, mas pode ser usada com amostragem probabilística (van Rijnsoever, 2017). Originalmente desenvolvido no âmbito da *grounded theory*, este processo de se identificar o ponto de saturação dos dados é exigente e deve ser transparente (O'Reilly & Parker, 2012), pelo que se sugere que os investigadores que queiram prosseguir por esta via procurem bibliografia adicional.

Um contexto específico a levar em conta diz respeito às investigações que são realizadas em contexto online, mesmo quando não têm por objeto de estudo esse contexto. Em ambos os casos, são implementados métodos de investigação ou técnicas de recolha perfeitamente estabelecidas no campo da metodologia de investigação (os questionários online, por exemplo, são cada vez mais comuns, pela facilidade de aplicação). Para além das necessárias adaptações que devem ocorrer na construção e aplicação dos instrumentos (que não são objeto deste capítulo), há aspetos a considerar no que toca ao processo de amostragem (Fricker, 2008) e, em particular, ao tamanho das amostras, como é o caso das taxas de resposta (Wu, 2022; Fosnacht, Sarraf, Howe, & Peck, 2017).

Neste ponto, argumentamos que a qualidade de uma investigação depende muito da qualidade da amostra (ou *corpus*) que é selecionada e que a quantidade de casos também pode contribuir para isso. Mas nem todos os erros de uma investigação são amostrais ou são – sequer – controláveis pelos investigadores. Entre estes erros, podemos considerar, por exemplo, informação errada fornecida pelos participantes, os preconceitos dos entrevistadores (Baxter & babbie, 2003). Não sendo possível eliminar ambos os tipos de erros (amostrais e não amostrais), deve procurar-se um equilíbrio que garanta a qualidade da investigação (Blalock, 1979).

4.5. Sugestões de leitura

Ainda que o conteúdo e bibliografia deste capítulo se apliquem a qualquer tipo de investigação – incluindo a que se desenvolve na área das ciências da comunicação – deixamos aqui um conjunto de referências sobre exemplos de aplicação ao campo dos media e da comunicação.

Connolly-Ahern, C., Ahern, L. A., & Bortree, D. S. (2009). The effectiveness of stratified constructed week sampling for content analysis of electronic news source archives: AP Newswire, Business Wire, and PR Newswire. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(4), 862-883.

De Choudhury, M., Lin, Y. R., Sundaram, H., Candan, K. S., Xie, L., & Kelliher, A. (2010, May). How does the data sampling strategy impact the discovery of information diffusion in social media?. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 4, No. 1, pp. 34-41).

Hendriks Vettehen, P., Nuijten, K., & Beentjes, J. (2005). News in an age of competition: The case of sensationalism in Dutch television news, 1995–2001. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 49(3), 282-295.

Hester, J. B., & Dougall, E. (2007). The efficiency of constructed week sampling for content analysis of online news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(4), 811-824.

- Kim, H., Jang, S. M., Kim, S. H., & Wan, A. (2018). Evaluating sampling methods for content analysis of Twitter data. *Social media+ society*, 4(2), 2056305118772836.
- Koopmans, R. (1998). The use of protest event data in comparative research: Cross-national comparability, sampling methods and robustness. In *Acts of dissent: New developments in the study of protest* (pp. 90-110). Berlin: Editon Sigma.
- Kubey, R., Larson, R., & Csikszentmihalyi, M. (1996). Experience sampling method applications to communication research questions. *Journal of communication*, 46(2), 99-120.
- Lacy, S. et al. (2001). Sample size for newspaper content analysis in multi-year studies. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78(4).
- Lehdonvirta, V., Oksanen, A., Räsänen, P., & Blank, G. (2021). Social media, web, and panel surveys: using non-probability samples in social and policy research. *Policy & internet*, 13(1), 134-155.
- Luke, D. A., Caburnay, C. A., & Cohen, E. L. (2011). How much is enough? New recommendations for using constructed week sampling in newspaper content analysis of health stories. *Communication Methods and Measures*, 5(1), 76-91.
- Naab, T. K., Karnowski, V., & Schlütz, D. (2019). Reporting mobile social media use: How survey and experience sampling measures differ. *Communication Methods and Measures*, 13(2), 126-147.
- Parkin, W. S., & Green, D. A. (2016). Terrorism in the news: The efficiency and impact of sampling methods on data collection and content analysis. *Studies in Conflict & Terrorism*, 39(7-8), 668-686.
- Riffe, D., Lacy, S., & Drager, M. W. (1996). Sample size in content analysis of weekly news magazines. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(3), 635-644.
- Riffe, D., Lacy, S., Nagovan, J., & Burkum, L. (1996). The effectiveness of simple and stratified random sampling in broadcast news content analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(1), 159-168.
- Slater, M. D., Long, M., Bettinghaus, E. P., & Reineke, J. B. (2008). News coverage of cancer in the United States: a national sample of newspapers, television, and magazines. *Journal of health communication*, 13(6), 523-537.
- Song, Y., & Chang, T. K. (2012). Selecting daily newspapers for content analysis in China: A comparison of sampling methods and sample sizes. *Journalism Studies*, 13(3), 356-369.
- Szolnoki, G., & Hoffmann, D. (2013). Online, face-to-face and telephone surveys—Comparing different sampling methods in wine consumer research. *Wine Economics and Policy*, 2(2), 57-66.

Referências

- Baxter, L. A. & Babbie, E. (2003). *The basics of Communication Research*. Wadsworth.
- Blalock, H. (1979). *Social Statistics*. McGraw-Hill.
- Coutinho, C. P. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas*. Almedina.
- Fortin, M.-F. (2009). *O processo de Investigação – da concepção à realização*. Lusociência.
- Fosnacht, K., Sarraf, S., Howe, E., & Peck, L. K. (2017). How important are high response rates for college surveys? *The Review of Higher Education*, 40(2), 245-265.
- Fricker, R. D. (2008). Sampling methods for web and e-mail surveys. *The SAGE handbook of online research methods*. London: SAGE Publications Ltd.
- Hennink, M. & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292 <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523>
- Quivy, R., & Van Campenhoudt, L. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.

Minayo, M. (2017). Amostragem e saturação em pesquisa qualitativa: consensos e controvérsias, *Revista Pesquisa Qualitativa*, 5 (7), 01-12.

O'Reilly, M. & Parker, N. (2012). 'Unsatisfactory Saturation': a critical exploration of the notion of saturated sample sizes in qualitative research. *Qualitative Research*, 13(2), 190-197, <https://doi.org/10.1177/1468794112446106>

Robinson, O. C. (2014). Sampling in Interview-Based Qualitative Research:

Robinson, O. C. (2014). Sampling in Interview-Based Qualitative Research: A Theoretical and Practical Guide. *Qualitative Research in Psychology*, 11(1), 25-41. <https://doi.org/10.1080/14780887.2013.801543>

van Rijnsouwer, F. J. (2017). (I Can't Get No) Saturation: A simulation and guidelines for sample sizes in qualitative research. *PLoS ONE*, 12(7). e0181689. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181689>

Wu, M.-J. (2022). Response rates of online surveys in published research: a meta-analysis, *Computers in Human Behavior Reports*, 7, 100206.

Sandra Marinho

Universidade do Minho | Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
marinho@ics.uminho.pt
<https://orcid.org/0000-0003-2013-229X>

5. Inquérito por questionário

5.1. Pressupostos, potencialidades e limites

O inquérito é uma das técnicas mais emblemáticas das ciências sociais. Figura, também, entre as mais utilizadas (Foddy, 1996, pp. 1-2). Consiste numa interrogação sistemática de um conjunto de indivíduos, normalmente representativos de uma população global, com o objetivo de proceder a inferências e generalizações. Grosso modo, as questões podem incidir sobre factos ou sobre opiniões.

O inquérito permite-nos aceder a um elevado número de informações sobre os indivíduos. Acerca do passado, da intimidade, de práticas atuais dificilmente abertas, por exemplo, à observação. Embora com alguns limites, possibilita o estudo sistemático das atitudes, das opiniões, das preferências, das representações, do sentido subjetivo das ações. Pode ainda sondar-se o que está a acontecer numa sociedade e os efeitos decorrentes.

O inquérito sobressai como a técnica de investigação social mais vocacionada para estudos de grande escala. Aparentemente fácil e simples de aplicar, relativamente rápido, padronizado e rotinizado, proporciona dados comparáveis, generalizáveis e passíveis de análises quantitativas. Entre as técnicas que mais têm beneficiado com as novas tecnologias, faz-se acompanhar da retórica e da simbologia da cientificidade. Disfruta, enfim, dos favores do público e do mercado. Esta conjugação de características explica, em boa parte, o sucesso desta técnica de investigação, que enferma, contudo, de alguns inconvenientes e sérias limitações, pouco reconhecidos, mas nem por isso menos reais.

O inquérito, através do recurso à amostragem, gera um efeito de atomização: as informações recolhidas através das pessoas entrevistadas são obtidas de forma independente dos contextos, das dinâmicas e das redes em que estas se inserem (Bourdieu, 2010).

“Torna-se indispensável proceder a uma crítica das funções das técnicas na prática de investigação. Elas podem conduzir a privilegiar certos objectos de análise em relação a outros: bastará lembrar que muitos inquéritos realizados são de carácter *local* (e não nacional), *atomístico* (e não contextual) e *instantâneo* (e não dinâmico). Daqui resulta que determinadas variáveis relevantes são escamoteadas da análise: aquelas que se situam a nível global, as que têm de ser referenciadas a elementos colectivos (e não puramente individuais) e as que respeitam a processos que ultrapassam o curto prazo ou que remetem para *transformações* do próprio sistema social”. (Lima, 1972, pp. 74-75)

O inquérito depende das respostas das pessoas, cuja veracidade não é nem evidente nem garantida. Este facto introduz um perpétuo coeficiente de incerteza quanto à validade dos resultados, por mais sofisticados que se asseverem a recolha, o processamento e a análise⁴. Pressupõe ainda, amiúde, capacidades que os inquiridos de

4 “Num estudo realizado em Filadélfia, em que os inquiridos eram novamente entrevistados oito a dez anos após a primeira entrevista, verificou-se que, em 10% dos inquiridos, a informação relativa à idade

facto não têm, ou então que delas dispõem de um modo muito desigual, tais como as competências de verbalização e de auto-análise.

Um dos principais desafios para qualquer técnica assente na informação verbal reside na própria questão da linguagem. Um inquérito raramente visa uma população linguisticamente homogénea. Como o demonstrou Mikhail Bakhtine (Bakhtin et al., 1979), a realidade do plurilinguismo atravessa a instituição de uma língua comum. Procurar que todos os inquiridos compreendam, e do mesmo modo, todas as perguntas e lhes respondam na mesma linguagem representa uma (quase) aporia (Gonçalves, 1996). Esta fragilidade agrava-se no caso específico do inquérito, onde a interação verbal resulta relativamente reduzida e a comparação das respostas constitui um dos principais objetivos.

Os dados dependem dos instrumentos de recolha. Esta asserção vale para todas as técnicas, mas assenta sobremaneira ao inquérito. Uma ínfima mudança na formulação de uma pergunta pode acarretar uma disparidade deveras significativa nos resultados⁵. O carácter compósito do inquérito faz com que estes “pequenos erros”, provenientes dos próprios instrumentos, tendam a encadear-se e a avolumar em vez de se diluir ou anular. São, de facto, muitas as ressalvas e as cautelas requeridas pelo inquérito.

Um último reparo⁶: o inquérito não se adequa a todo tipo de investigação. Não é uma técnica particularmente vocacionada, por exemplo, para o estudo da interação social ou das estruturas e dinâmicas de grupos.

5.2. Etapas do inquérito

Seguindo Claude Javeau (1982), podemos decompor o processo do inquérito em catorze etapas:

1. Definição do objeto;
2. Inventário dos recursos disponíveis e necessários;
3. Estudos exploratórios;

oscilava um ou mais anos da primeira para a segunda entrevista [De igual modo, comprovou-se, através de verificações objectivas] que entre 5 a 17% de uma amostra aleatória constituída por mais de 900 residentes de Denver forneceram respostas erradas a perguntas factuais relativas a: estar ou não recenseado e ter ou não votado em determinadas eleições; ter ou não contribuído para um fundo comunitário; possuir ou não cartões de bibliotecas, licença de condução e ainda certas características dos respectivos automóveis. (Foddy, 1996)

5 Merllié, D. (1989). “La construction statistique”. in P. Champagne, Patrick et al (Eds.), *Iniciation à la pratique sociologique* (pp. 115-119). Dunod.

6 Dois argumentos habitualmente esgrimidos a desfavor do inquérito não nos parecem assaz convincentes: o seu custo e a superficialidade dos dados obtidos. Não é líquido que, tudo contabilizado, o inquérito resulte mais dispendioso do que um programa de investigação baseado, por exemplo, na observação ou em entrevistas não estruturadas. Por outro lado, a superficialidade dos resultados não é um característica intrínseca ao inquérito: a superficialidade ou profundidade dos resultados dependem do modo como a técnica é usada.

4. Determinação dos objetivos, das hipóteses e do modelo de análise;
5. Delimitação do universo da pesquisa;
6. Amostragem;
7. Construção do projeto de questionário;
8. Teste ao projeto de questionário (pré-teste, eventualmente, pré-inquérito);
9. Redação definitiva do questionário;
10. Seleção e formação dos entrevistadores;
11. Administração do questionário;
12. Elaboração do ficheiro e introdução dos dados numa base de dados;
13. Análise dos resultados;
14. Redação do relatório final.

O preenchimento do questionário releva de uma situação de interação social que implica um prévio, e na maioria dos casos tácito, “contrato de comunicação”. Importa acordar as regras e os papéis, bem como os objetivos, o quadro, as modalidades e a sequência da ação. Uma vez que a cooperação do entrevistado é incontornável, este precisa de saber: quem lhe pede o quê? Para quê? Porquê a ele? Em que termos? Por outras palavras, o que pode esperar e a que se compromete. Em conformidade com este “contrato”, que subentende um “princípio de cooperação”, o entrevistado *aceita (cor)responder ao questionário nos moldes em que este lhe é apresentado*. Nesta base, raramente ocorre uma rutura de comunicação durante o preenchimento do questionário. “Assim (e caricaturando um pouco) poder-se-á dizer que na relação entrevistador-entrevistado, apenas a obtenção da anuência inicial, do “sim” que introduz a cooperação, é importante. O resto, a resposta às perguntas, é uma questão de mecânica... ou quase” (Ghiglione & Matalon, 1978, p. 133). O entrevistado tende a adotar uma postura de adaptação ao questionário, nem que para tal tenha que dispensar algum esforço e socorrer-se de alguma flexibilidade. Ambos, entrevistador e entrevistado, estão empenhados em salvar faces: a própria e a do interlocutor.

Esta configuração da situação de entrevista para inquérito não levantaria problema se o ato de perguntar fosse inócuo. Mas o questionário está sempre imbuído de pressupostos. Cada pergunta propõe, ao entrevistado, um mundo pré-formatado de respostas possíveis. Um mundo arbitrário e relativo. Resulta sempre possível colocar as perguntas de outra feição, cada alternativa facultando espectros distintos de respostas possíveis, logo resultados diversos. Uma pergunta comporta uma “di-visão” (Bourdieu, 1980) particular da realidade. Aberta ou fechada, ela delimita e configura as respostas. Cabe ao entrevistado lidar com estas pré-construções, poupando-as, na medida do possível, a eventuais críticas e desmontagens. Cumpre, assim, o seu papel e, fazendo-o, concorre para um efeito de validação do questionário.

5.3. A elaboração do questionário

“Os analistas de opinião pública têm vindo a aperceber-se que, em termos relativos, se costuma atribuir demasiada importância aos problemas de amostragem e pouca à construção das perguntas... as diferenças existentes ao nível

da construção de perguntas produzem frequentemente maior variabilidade nos resultados obtidos do que a variabilidade associada à utilização de diferentes técnicas de amostragem...”. (*Gallup*, 1947)

“A elaboração do questionário e a formulação das questões constituem (...) uma fase crucial no desenvolvimento de um inquérito. Não se pode deixar certos aspectos no ar adiando a sua solução para depois das respostas. Qualquer erro, qualquer inépcia, qualquer ambiguidade, repercutir-se-ão no conjunto das operações ulteriores, incluindo as próprias conclusões finais” (Ghiglione & Matalon, 1978, p. 96). “A elaboração do questionário representa a actividade mais exigente e delicada do inquérito. Comporta desafios e compromissos de árdua e problemática resolução. Requer não só uma maestria tecno-metodológica, mas também, e quiçá mais decisivos, um claro domínio do objecto da pesquisa e um conhecimento adequado da população a inquirir. Um bom questionário é, antes de tudo, o que se adapta, pertinentemente, tanto aos objectivos do inquérito, e à problemática que o suscitou, como às características e particularidades da população a que vai ser aplicado”(Gonçalves, 1996, pp. 56-57).

Na redação de um questionário para inquérito sobressaem cinco dimensões nevrálgicas, exigindo todas uma eficiente combinação de imaginação e rigor: a forma; a linguagem; as reações e os efeitos suscitados; a disposição das perguntas; a economia, ou estruturação, do conjunto.

Na fase inicial, convém apontar as perguntas, à medida que vão ocorrendo, de forma provisória e sem perfeccionismos, numa lista que depressa se tornará extensa. Não há que cuidar, por ora, nem da formulação, nem da forma, nem da sequência. Grande parte destas questões não será retida. Por outro lado, por mais “exaustiva” que pareça a lista, algumas questões ser-lhe-ão acrescentadas até ao final. Esta listagem servirá de base para o trabalho que segue. As primeiras questões a eliminar são obviamente aquelas que não podem ser respondidas pelos inquiridos: porque não lhes dizem respeito; porque não possuem a informação pedida; porque a possuem mas a ela não têm acesso por falta de suportes ou porque a tanto não chega a memória ou a consciência; porque não são capazes de verbalizar ou de exprimir a informação; ou ainda, pura e simplesmente, porque a não querem prestar. A presença deste tipo de perguntas num questionário irrita e desmotiva os entrevistados e denuncia a incúria do investigador.

Uma última observação a acrescentar às constantes nas citações acima transcritas. O delineamento do modo de administração deve preceder a redação do questionário. As possibilidades e os constrangimentos de linguagem, forma, tamanho, conteúdo, sequência e apresentação das perguntas diferem consoante se trate, por exemplo, de administração direta ou indireta, face a face, online, por correspondência ou por telefone.

5.3.1. A forma das perguntas

No que se refere ao conteúdo, as questões podem ser de facto ou de opinião. Quanto à forma, podem ser fechadas, abertas ou semiabertas.

As questões fechadas propõem um leque de respostas previamente fixado cabendo ao entrevistado assinalar uma ou várias das opções propostas, consoante se trate de respostas simples ou múltiplas. Quando bem elaboradas, as questões fechadas são fáceis de compreender, preencher, tratar, interpretar e quantificar, não carecendo de análise de conteúdo. Em contrapartida, são maiores os riscos de artificialismo, enviesamento e influência das respostas, de redução dos matizes e de exposição a respostas de fachada. O espectro das respostas previstas deve ser fácil e globalmente apreensível. Deve ser equilibrado; nenhuma resposta deve merecer especial destaque, sendo todas da mesma dimensão, nível e âmbito. Perante a inclinação dos inquiridos pela primeira ou, em menor grau, pela última opção, se não pela intermédia, importa precaver a disposição dos *ítems*. Por razões semelhantes, que se prendem com a tendência de atração pela alternativa positiva, deve ser restrito o recurso a questões dicotómicas.

Nas questões abertas, as respostas não estão fixadas de antemão; o entrevistado é livre de responder do modo e nos termos que lhe aprouver no espaço reservado para o efeito. Quando corretamente elaboradas, as questões abertas permitem obter informações sobre vastos domínios. Ajustam-se à abordagem de temas delicados e tornam-se imprescindíveis sempre que não é possível prever o elenco das respostas possíveis. Em contrapartida, a sua formulação requer especial cuidado e o seu processamento, complexo e moroso, exige, normalmente, o recurso à análise de conteúdo.

Nas questões semiabertas, as principais respostas são previstas tal como numa questão fechada. Mas, para além destas, os entrevistados podem optar por respostas livres, à maneira das questões abertas. As questões semiabertas acabam por reunir tanto as virtudes como os defeitos quer das questões abertas quer das questões fechadas. Apenas três reparos: observa-se uma propensão dos entrevistados, por comodismo, conformismo ou outros motivos, para se limitarem à parte fechada da questão; é despropositada e contraproducente uma pergunta semiaberta em que a maioria das respostas caem na parte aberta da questão; por vezes, a opção por questões semiabertas não passa de um expediente do investigador para se furtar ao trabalho exigido pelo seu fecho completo.

5.3.2. Problemas e cuidados de linguagem

Um inquérito consiste numa interrogação sistemática a uma amostra de indivíduos com um objetivo de generalização (Ghiglione & Matalon, 1978, p. 11). Acontece que, na maioria dos casos, a população a estudar é heterogénea, do ponto de vista social e linguístico. Deparamo-nos, nestas condições, com uma missão complicada. A interrogação sistemática exige que se coloque exatamente a mesma pergunta a todos os

entrevistados visados. O que requer que cada pergunta, termo a termo e no conjunto, “não somente seja compreendida, mas compreendida por todos da mesma maneira” (Ghiglione & Matalon, 1978, p. 109). A heterogeneidade linguística da população torna este desígnio pouco provável. Cada entrevistado interpreta as perguntas a seu modo, mediante a linguagem e a visão do mundo que o caracterizam.

Na redação do questionário, a linguagem afirma-se como a componente mais sensível e mais decisiva. Pudemos comprovar esta dificuldade num questionário, pacientemente rodeado de cuidados, sobre a opinião dos residentes acerca dos emigrantes (Gonçalves, 1996). Numa pergunta, pedia-se aos entrevistados para se pronunciarem sobre o seguinte juízo: “as casas dos emigrantes destoam da paisagem”. Concordavam, à semelhança dos diplomados e contra as nossas expectativas, uma boa parte dos pequenos patrões, artesãos e comerciantes. Investigação posterior revelou que eles interpretavam a frase de uma forma imprevista: as casas dos emigrantes destoavam porque eram bonitas demais para uma paisagem tão feia que não as valorizava.

Constatámos atrás como uma simples e logicamente inconsequente mudança de uma palavra pode provocar uma alteração substantiva ao nível dos resultados. Comprovámos também que, devido ao plurilinguismo, se torna praticamente impossível lograr que todos os inquiridos compreendam e interpretem todas as perguntas do mesmo modo. Esse deve permanecer, paradoxalmente, o objetivo do sociólogo.

Quando uma pergunta é interpretada de modo diverso pelos entrevistados, então estes não respondem, de facto, à mesma pergunta, mas a perguntas distintas. Desmorona-se, assim, um dos principais pré-requisitos do inquérito: a interrogação sistemática, ou seja, a exigência de todos responderem às mesmas perguntas. Nestas circunstâncias perde, inclusivamente, algum sentido a categorização posterior das respostas, fatalmente ferida de confusão e desajuste.

A redação de um questionário não é um exercício literário. É, antes de mais, um ato de comunicação. Deve, na medida do possível, aproximar-se das categorias linguísticas e mentais da população a inquirir, o que pressupõe um mínimo conhecimento prévio dos mundos linguísticos e culturais envolvidos. A linguagem deve ser, do ponto de vista do entrevistado, o mais corrente possível. E o mais padronizada no caso de uma pluralidade linguística e cultural.

As questões querem-se claras e curtas, sem necessidade de complementos ou de esclarecimento adicionais. Pela sua própria índole valorativa, é de evitar o abuso de advérbios e adjetivos. A evitar também os parênteses e comentários, que tornam as perguntas longas, palavrosas, enviezadoras, cansativas e difíceis de compreender. Evitar ainda palavras polissémicas ou fortemente conotadas. Não empregar termos suscetíveis de bloquear a comunicação: gíria sociológica, termos técnicos, siglas, abreviaturas... Formular na positiva e na voz ativa os *itens* e as questões. Não cair no erro técnico porventura mais usual nos questionários: as perguntas duplas ou múltiplas que comportam várias questões para uma única resposta. Enfim, embora o questionário não seja um exercício literário, deve, mesmo assim, procurar ser agradável e cativante, nomeadamente para quem responde.

“Um mesmo sentido muda consoante as palavras que o exprimem. Os sentidos recebem das palavras a sua dignidade, em vez de lha darem a elas” (Pascal, 1998, p. 28). Um questionário veicula pressupostos e obedece a uma ordem. Mas é, antes de mais, composto por palavras. Um dos propósitos mais originais do inquérito consiste, precisamente, em “medir com palavras” (Juan, 1999, p. 159). Mas, como sublinha Pascal (1998), nunca se deve subestimar a força das palavras.

A substituição, num questionário, de uma mera palavra ou expressão por outra sinónima ou similar pode acarretar consequências insuspeitas ao nível das respostas. O caso mais comentado refere-se às palavras *proibir* e *permitir*, cujo uso alternativo deveria, logicamente, proporcionar distribuições inversas ao nível dos resultados. Atente-se na Figura 1, um exemplo datado dos anos 1940.

Figura 1

Resultados de uma experiência com as palavras *proibir* e *permitir* como alternativas. Fonte: Rugg, 1941.

VERSÕES DA PERGUNTA	Sim	Não	Totais
Pensa que os Estados Unidos deviam <i>proibir</i> discursos públicos contra a democracia?	54	46	100
Pensa que os Estados Unidos deviam <i>permitir</i> discursos públicos contra a democracia?	75	25	100

É difícil encontrar uma equação lógica para estes resultados: 75% dos inquiridos estimam que os discursos públicos contra a democracia deviam ser permitidos, mas, por outro lado, 54% consideram que deviam ser proibidos! Além da eventual atração pela resposta positiva (*sim*), há a considerar uma provável reação alérgica à palavra *proibir*. Mas passemos a um segundo exemplo com palavras aparentemente menos conotadas: *sair* e *ficar*. Num estudo sobre as respostas a diferentes formulações de uma pergunta destinada a medir, em 1975, a atitude dos Britânicos face à adesão ao Mercado Comum Europeu, constatou-se que “enquanto a formulação: “Você aceita a recomendação do Governo de que o Reino Unido *deve sair* do Mercado Comum?” registou uma diferença de 0,2% entre as posições “a favor” e “contra”, a formulação: “Você aceita a recomendação do Governo de que o Reino Unido *deve ficar* no Mercado Comum?”, a diferença entre respostas “a favor” e “contra” foi de 18,2%”(Foddy, 1996, p. 5). Neste caso, a discrepância observada poderá derivar de conotações relacionadas com a inércia.

5.3.3. Reações e efeitos indesejados

As diversas questões provocam, naturalmente, reações por parte dos entrevistados, algumas indesejadas, porque diminuem a qualidade e a validade dos resultados. Entre estas, a reação de prestígio, com as consequentes respostas de fachada, é uma das mais comuns. O entrevistado responde não segundo aquilo que ele é, faz, sente ou pensa, mas segundo aquilo que acha que deve ser, fazer, sentir ou pensar, num desígnio de conformidade ou de apresentação de uma boa imagem.

As perguntas tendenciosas, veiculando hipóteses implícitas ou outras fontes de desequilíbrio interferentes nas respostas, geram, para além da distorção dos resultados, uma impressão de parcialidade conducente a reações de fecho, evasão ou conformidade⁷. Perguntas há que, pela forma ou pelo conteúdo, chocam os entrevistados provocando reações de desagrado ou de angústia. Outras, pelo grau de exigência e falta de interesse, suscitam desnorte e enfado. Outras, desconfiança. Particularmente sensíveis, costumam ser as perguntas de teor mais íntimo e pessoal, com o seu cortejo de reações de defesa, desconfiança e fecho.

Que fazer? Em primeiro lugar, detetar as questões suscetíveis de serem acompanhadas por tais reações. Verificar em seguida se são prescindíveis. Por último, afiná-las no sentido de minimizar os efeitos indesejados diagnosticados.

No caso de perguntas responsáveis por reações de prestígio, pode, por um lado, sondar-se formulações alternativas passíveis de atenuar os efeitos e, por outro, prever, estratégica e parcimoniosamente, algumas perguntas de recorte para testar a coerência das respostas e captar a propensão do entrevistado para este género de reação.

As questões personalizadas, geradoras de contração defensiva, devem ser colocadas no corpo, e não no início, do questionário. Muitas vezes, é possível despersonalizá-las, assim como recorrer a questões indiretas, sem perda significativa de informação. Podem ainda diluir-se ou decompor-se num conjunto de sub-questões de foro menos pessoal. A abordagem progressiva, mediante afunilamento, também pode ser uma solução.

5.3.4. A sequência das perguntas

Não são só a forma e o conteúdo das perguntas que podem influenciar as respostas, a sua disposição também o pode fazer.

Sobejamente conhecido é, neste domínio, o efeito de halo ou de contágio que (a resposta a) uma dada pergunta pode exercer sobre as que lhe sucedem. Os pensamentos e os sentimentos provocados, ou a simples porfia de coerência, predispõem, contagiam, as respostas seguintes. Acontece, por vezes, que a mera inversão de duas perguntas proporciona resultados sensivelmente diferentes. Nestas circunstâncias, convém ver se é possível alterar as questões ou disseminá-las de forma a evitar ou contornar este tipo de efeito.

A influência da sequência das perguntas não se esgota nos efeitos de contágio. Importa atender ainda à sua localização. As perguntas mais difíceis ou de carácter mais íntimo devem ser colocadas no corpo do questionário, quando o entrevistado já se encontra “cativo”, e não no princípio, quando este ainda está expectante e reticente. No início, introduzem-se as perguntas factuais, mais abrangentes e menos exigentes. Se o questionário for longo, as últimas perguntas querem-se leves e agradáveis.

⁷ Nestas situações, o entrevistado tende a desprender-se do questionário, a boicotá-lo ou, pelo contrário, a conformar-se adotando a perspectiva pressentida.

A sequência das perguntas não precisa de ser lógica. Deve obedecer, isso sim, a uma ordem psicológica, a do entrevistado. Convém que o encadeamento dos temas e das questões faça sentido e pareça natural aos olhos de quem responde. O enfiamento das questões deve ainda ser programado de modo a gerir a motivação e a atenção dos entrevistados, mantendo-os motivados e interessados durante toda a entrevista.

A ordem das perguntas não deve gerar excessiva monotonia. As séries de perguntas fechadas ganham em ser entrecortadas, de vez em quando, por questões abertas, mais fadadas para a interpelação e a auto-estima do entrevistado. Às questões mais difíceis e exigentes devem seguir-se algumas mais leves, assim como às mais enfadonhas, algumas mais estimulantes e mais atraentes.

A transição entre perguntas e assuntos deve ser acautelada recorrendo, se necessário, a pequenos textos, indicações, símbolos e remissões. Estes cuidados não devem ater-se aos conteúdos mas estender-se também às mudanças de lógicas das respostas (Gonçalves, 1996, p. 60). Enfim, um erro deveras grosseiro consiste em colocar o entrevistado perante perguntas que não lhe dizem respeito, que não se lhe aplicam. Importa arquitetar um bom sistema de remissões seguindo os fluxogramas respeitantes a cada perfil de entrevistado. O ajuste e a fluidez do questionário são qualidades imprescindíveis.

As palavras dispostas de maneira diferente dão um sentido diferente, e os sentidos dispostos de maneira diferente dão efeitos diferentes (Pascal, 1998, p. 20). O questionário é composto por sequências de perguntas, de itens e de sentidos, o busílis residindo na evidência pascaliana de que a sua disposição não é isenta de efeitos.

São inúmeros os problemas relativos à ordem das perguntas num questionário. Vamos cingir-nos a apenas dois, ambos elucidativos da impotência do sociólogo em lhes aportar uma solução cabal:

- o supramencionado efeito de halo, ou de contágio, entre perguntas;
- a sequência das opções de resposta nas questões fechadas.

Sabe-se que a resposta a uma pergunta pode ser influenciada pelo rasto das antecedentes ou pela previsão das seguintes. Por vários motivos: lógicos, axiológicos, afetivos, emotivos... Tanto se tem escrito sobre este risco, que dispensamos demorar-nos sobre os seus contornos. Limitar-nos-emos a comentar dois ou três exemplos particularmente esclarecedores, para retirar, depois, algumas ilações acerca das contingências da arte de perguntar.

Os autores de questionários preocuparam-se, desde muito cedo, com as implicações do ordenamento das perguntas. Promoveram, inclusivamente, experiências quase replicando a administração de questionários alternativos para comparação dos respectivos resultados. Uma experiência clássica remonta à Segunda Grande Guerra, antes da entrada dos Estados Unidos no conflito (Rugg & Cantril, 1944). O questionário incluía as seguintes perguntas:

- A – Pensa que os Estados Unidos devem autorizar os cidadãos americanos a alistar-se no exército alemão?
- B – Pensa que os Estados Unidos devem autorizar os cidadãos americanos a alistar-se no exército britânico ou francês?

Comprovou-se que a distribuição das respostas diferia consoante a pergunta que era colocada em primeiro lugar (ver Figura 2).

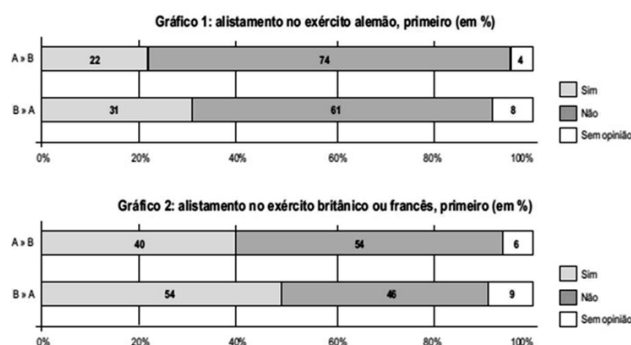


Figura 2
Efeitos da ordem das perguntas na resposta.

Quando a pergunta respeitante ao exército alemão precede, a proporção de respostas negativas aumenta, independentemente do alistamento considerado: treze pontos percentuais no caso do exército alemão, oito no caso do exército britânico ou francês.

Este é o exemplo de efeito de contágio mais célebre na literatura técnica da Sociologia. Mas podíamos multiplicar os exemplos. Todos alertam para a probabilidade de este efeito ocorrer entre perguntas ou grupos de perguntas. Sabe-se, ainda, que a sua incidência varia consoante os entrevistados, mormente o seu grau de instrução (Schuman & Presser, 1996, pp. 30-31). Uma complicação adicional a não descurar, uma vez que a maioria dos inquéritos abrange populações heterogêneas.

Que reter deste relance? Existem sempre riscos de contágio num questionário. Os investigadores conhecem, aliás, vários procedimentos para os contornar ou minimizar. Não se sabe, contudo, ao certo, na redação de um questionário concreto, onde, como e até que ponto podem sobrevir esses efeitos de contágio. Menos se sabe, ainda, sobre o modo como variam consoante os inquiridos. Nestas circunstâncias, cumpre-nos fazer o possível, e apostar no resto!

Na redação de um questionário, é preciso ordenar as opções de resposta previstas nas questões fechadas. Também aqui se insinuam efeitos perversos. Na maioria dos casos, a primeira modalidade de resposta a aparecer resulta mais atraente, mas os favores podem recair sobre a última ou sobre a intermédia. Embora com intensidade variável, podem até repartir-se pelas três posições. Uma longa tradição de estudos confirma este leque de tendências.

A atração pelas opções de resposta que surgem em primeiro lugar parece explicar, por exemplo, o facto “de, questionados sobre o nível de rendimento, os inquiridos tenderem a escolher categorias mais baixas quando o escalonamento é ascendente do que quando é descendente” (Foddy, 1996, p. 7). Mas esta primazia não constitui uma regra. Os exemplos seguintes mostram-nos quanto o problema é complexo.

No primeiro caso, relativo à obtenção do divórcio (Schuman & Presser, 1996, p. 65), é a última opção de resposta que resulta beneficiada (ver Figura 3).

Figura 3
Distribuição dos resultados segundo duas sequências alternativas de opções de resposta.

VERSÕES DA PERGUNTA	Mais fácil	Mais difícil	Manter-se	Totais (n)
A obtenção do divórcio neste país devia ser mais fácil, ser mais difícil ou <u>manter-se como está</u> ?	22,6	36,2	41,2	464
A obtenção do divórcio neste país devia ser mais fácil, manter-se como está ou <u>ser mais difícil</u> ?	25,6	45,7	28,8	219

Qui2=10,28 p<,01

No segundo caso, respeitante aos problemas do país, não se verifica uma relação significativa entre a posição das opções de resposta e os resultados obtidos. Na Figura 4 (Schuman & Presser, 1996), as oscilações observadas nas cinco versões não desenham um padrão claro, a ordem é menos relevante.

Quadro 1
Distribuição dos resultados segundo cinco sequências alternativas de opções de resposta.

<i>Pergunta:</i> <i>Da seguinte lista, qual é, na sua opinião, o problema mais importante com que se debate actualmente o país?</i>
<i>A – O crime e a violência</i>
<i>B – A subida dos preços</i>
<i>C – A falta de empregos</i>
<i>D – A baixa qualidade dos dirigentes políticos</i>
<i>E – A quebra da moralidade na população em geral. (Schuman & Presser, 1996: 63)</i>

Figura 4
Distribuição dos resultados segundo cinco sequências alternativas de opções de resposta.

Alternativas	Sequência das alternativas				
	ABCDE	BCDEA	CDEAB	DEABC	EABCD
A. O crime e a violência	16,8	14,8	17,8	21,6	25,2
B. A subida dos preços	22,1	28,7	21,2	13,8	15,1
C. A falta de empregos	31,0	29,5	36,4	36,2	31,1
D. A baixa qualidade dos dirigentes políticos	15,9	7,4	10,2	8,6	12,6
E. A quebra da moralidade na população	14,2	19,7	14,4	19,8	16,0
Totais	100,0 (110)	100,0 (120)	100,0 (122)	100,0 (114)	100,0 (124)

Qui2=21,07; p>,05 Fonte: Schuman & Presser, 1996: 63

Estas experiências alertam-nos para o problema, mas pouco nos ajudam na sua resolução, ou seja, não aliviam as incógnitas associadas à disposição concreta de uma dada pergunta. Resulta alguma opção de resposta inflacionada? Qual ou quais? A primeira, a última, a central? Até que ponto? Com que flutuações consoante as diversas categorias de entrevistados? Tudo indica que isso depende das perguntas, dos itens e dos entrevistados. Quem quiser realizar um inquérito não tem maneira de se furtar a esta valsa de eventualidades.

5.3.5. A economia e a apresentação do questionário

O questionário é precedido por uma pequena introdução que apresenta a iniciativa, os promotores e os objetivos. Nela se esclarece o papel do entrevistado, se apela à sua colaboração e se cativa a sua confiança.

A organização visual do questionário é importante. A composição gráfica merece uma preocupação ao mesmo tempo estética e funcional. O questionário quer-se arejado, “agradável ao olho” (Javeau, 1982, p. 88) e de fácil manipulação, orientação, leitura e preenchimento. Funcional, elimina ou reduz tudo o que prejudique o seu uso durante o preenchimento ou, posteriormente, aquando do processamento e da análise dos dados. Neste capítulo, existem muitos erros técnicos a evitar: perguntas sem espaço suficiente para a resposta; fracionamento de uma pergunta por mais do que uma página; deficiências na ligação entre os *itens*; sinaléticas e grafismos inapropriados...

Existe todo o interesse em pré-codificar os questionários comportando perguntas fechadas, “categorizáveis”. O esforço é amplamente recompensado aquando da introdução dos dados na base de dados e da respetiva análise. No caso de questionários administrados online, várias plataformas de questionários incluem já a conversão das respostas dos inquiridos em códigos numéricos que podem ser lidos por programas de análise estatística.

Quanto ao tamanho do questionário, normalmente aferido pelo tempo que leva a preencher, não existem receitas padrão. O tamanho ideal é aquele que compatibiliza o caudal de informações a obter com a disponibilidade, interessada e atenta, dos entrevistados. Neste quadro, a duração aconselhável varia consoante as condições de administração, o tipo de questionário, o tema e o interesse dos entrevistados. Um questionário administrado na rua ou via telefone tem menos margem de duração do que aquele que é preenchido na residência dos inquiridos. Rodolphe Ghiglione e Benjamin Matalon estimam que “um questionário composto maioritariamente por questões fechadas não deveria ultrapassar os 45 minutos quando o preenchimento ocorre em boas condições, ou seja, no domicílio da pessoa ou num local tranquilo (...). No entanto, quando o tema ‘toca as pessoas’, o questionário pode ser mais longo, sem, contudo, ultrapassar uma hora” (Ghiglione & Matalon, 1978, p. 100). Mais estritos, Renate Mayntz, Kurt Holm e Peter Hubner (1975, p.145) indicam “como mais ou menos correcta uma duração de 30 minutos, embora com a reserva de que a duração conveniente varia conforme o tipo de questionário e o interesse dos inquiridos”. Deve ainda ter-se em consideração que, no caso dos questionários online, o tempo de atenção dos inquiridos é normalmente mais reduzido e a taxa de resposta pode reduzir-se bastante quando a duração do questionário ultrapassa os 10 minutos.

5.3.6. O pré-teste do questionário

Antes da redação definitiva do questionário, convém testá-lo, atividade que, normalmente, proporciona benefícios significativos. Trata-se de o submeter ao parecer de outras pessoas e de o examinar à luz da prática. O pré-teste propriamente dito

consiste em passar o projeto de questionário a um número reduzido, mas heterogêneo, de pessoas semelhantes às que vão ser inquiridas. O número de entrevistas a abranger num pré-teste depende da nossa exigência, da heterogeneidade do universo e da complexidade do questionário. Sob o olhar atento do entrevistador, as pessoas selecionadas respondem ao questionário numa situação próxima da prevista para o inquérito, sendo, em seguida, alvo de uma entrevista centrada em torno de aspetos como a linguagem, o modo como foi compreendido, interpretado e aceite o questionário, o interesse e a motivação, a adequação das questões face às informações pretendidas, a existência de efeitos indesejados, a eficiência das indicações ou outras dificuldades sentidas. O pré-teste contribui ainda para uma estimativa do tempo necessário ao preenchimento do questionário e, portanto, para o ajustamento do seu tamanho⁸.

Ainda antes de passar à redação definitiva do questionário, um último conselho prático, moroso mas frutífero, dado por Arthur Kornhauser e Paul B. Sheatsley. Expor cada pergunta a uma bateria sistemática de interrogações:

“é necessária esta pergunta? Qual a sua utilidade? O assunto exige uma pergunta separada, ou pode ser integrado noutras perguntas? Este ponto já está adequadamente incluído nas outras perguntas? A pergunta é desnecessariamente minuciosa e específica para os objectivos do estudo?... Há necessidade de várias perguntas sobre o assunto desta pergunta? Deve subdividir-se a pergunta?... A pergunta abrange adequadamente o campo? Há necessidade de material afim para interpretar as respostas?... As pessoas têm a informação necessária para responder à pergunta? É um assunto que podem descrever adequadamente? A pergunta exige respostas que a pessoa não pode dar ou não pode dar com precisão? Esse aspecto está dentro da experiência da pessoa? É uma lembrança distante, apagada ou difícil? É uma experiência não analisada ou não verbalizada? Está sujeita a grandes erros de observação ou recordação? A pergunta solicita opiniões sobre assuntos tão desconhecidos pela pessoa que sua opinião não tem o sentido aparente?...”. (Kornhauser & Sheatsley, 1975, pp. 619-643)⁹

5.4. A administração dos questionários

Existem várias possibilidades de administração dos questionários conforme o tipo, os recursos e os objetivos do inquérito e a população destinatária. A administração pode ser direta ou indireta, consoante é o entrevistado ou o entrevistador quem lê as perguntas e anota as respostas. Pode decorrer no domicílio do inquirido, na rua, em lugares públicos (por exemplo, cafés, cantinas, salas de espera), no local

⁸ Nalguns casos, o pré-teste é transformado num autêntico pré-inquérito. O número de entrevistados é maior e não se trata apenas de simular a administração do questionário mas também a subsequente análise, o que permite proceder a uma primeira seleção das variáveis.

⁹ Eis um pequeno excerto de uma longa lista de “perguntas a colocar às perguntas” que se estende por 25 páginas.

de trabalho... O preenchimento pode ainda processar-se na presença ou na ausência de entrevistador, por contacto face a face, por distribuição, online, telefone ou correspondência.

A modalidade de contacto também varia significativamente. Quando existe uma base de amostragem (amostras probabilísticas) o contacto pode e deve ser precedido por uma carta, mensagem de *email* ou telefonema. Nas amostragens acidental e por quotas, o contacto faz-se no momento, normalmente mediante porta-a-porta, na rua ou em lugares públicos. Nestes casos, os entrevistados devem seguir indicações precisas quanto à seleção e abordagem das pessoas a entrevistar (critérios, itinerários, quotas, apresentação, motivação, esclarecimentos). Na administração via telefone, importa proceder a uma planificação adequada dos horários.

Nem todos os tipos de questionário se prestam às diferentes modalidades de administração. Na rua, em espaços públicos ou por telefone, os questionários não podem ser longos nem exigir demasiado do ato do preenchimento. Os efeitos da sequência das perguntas não são os mesmos na administração direta e indireta. Na primeira, o entrevistado pode proceder a uma ou várias leituras prévias e responder de forma salteada. Quando a administração ocorre na ausência do entrevistador, os questionários devem ser claros e precisos no que toca às perguntas, ao preenchimento e a outros esclarecimentos. Via telefone, o questionário deve ser curto, coloquial e fluído (e não pode recorrer à visualização). Nos questionários distribuídos é preciso cuidar do processo de recolha. Se a administração é feita por correspondência, para além do investimento acrescido na motivação, convém facilitar o reenvio (envelope já preenchido e selado) e repetir, com tacto, os apelos. Online deve ter-se em consideração a acessibilidade do questionário para, por exemplo, dispositivos móveis como *smartphones*.

Muitos inquéritos recorrem a equipas de entrevistadores. Estes devem ser criteriosamente selecionados, com perfis adequados ao tema em estudo e ao público destinatário, e adquirir uma formação, que abarque não apenas as técnicas de entrevista e o modo de administração, mas também a problemática, os objetivos, o plano de amostragem, o questionário, a população a inquirir e, inclusive, a análise e o destino dos dados.

Este capítulo debruçou-se sobre o planeamento, desenho e aplicação do questionário, um dos métodos mais frequentes em investigação em ciências da comunicação. Embora as alternativas digitais à aplicação do questionário em papel ou por telefone se tenham multiplicado (Google Forms, Qualtrics, SurveyMonkey, entre muitos outros), os princípios enunciados neste capítulo aplicam-se independentemente do meio e do canal de disseminação.

Importa recordar que o questionário também comporta reflexões éticas específicas (e.g., anonimato e agregação de dados) e que se integra no processo de investigação mais abrangente (capítulos X e Y). Após a leitura deste capítulo, recomenda-se a leitura do capítulo X relativo ao tratamento estatístico dos dados.

5.5. Sugestão de leituras

Andres, L. (2012). *Designing & doing survey research*. SAGE Publications, Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781526402202>

Batista, B., Rodrigues, D., Moreira, E., & Silva, F. (2021). Técnicas de recolha de dados em investigação: Inquirir por questionário e/ou inquirir por entrevista. *Reflexões em torno de Metodologias de Investigação: recolha de dados*, 2, 13-36. Universidade de Aveiro.

Referências

Bakhtin, M. M., Voloshinov, V. N., Jakobson, R., & Yaguello, M. (1979). *Le Marxisme Et la Philosophie du Langage Essai d'Application de la Méthode Sociologique En Linguistique*.

Bourdieu, P., Chamboredon, J. C., & Passeron, J. C. (2010). *Le métier de sociologue: Préalables épistémologiques. Contient un entretien avec Pierre Bourdieu recueilli par Beate Kraus* (Vol. 1). Walter de Gruyter.

Bourdieu (1980). L'identité et la représentation. *Éléments pour une réflexion critique sur l'idée de région, Actes de la recherche en sciences sociales*, 35, 63-72.

Foddy, W. (1996). *Como Perguntar: Teoria e prática da construção de perguntas em entrevistas e questionários*, Oeiras, Celta. Edição original: 1993.

Gallup, G. (1947). The quintamensional plan of question design. *The Public Opinion Quarterly*, 11(3), 385-393.

Ghiglione, R., & Matalon, B. (1978). *Les enquêtes sociologiques: théories et pratique*. Paris: A. Colin.

Gonçalves, A. (1996). *Imagens e clivagens: Os residentes face aos emigrantes* (Vol. 22). Edições Afrontamento.

Javeau, C. (1982). *L'enquête par questionnaire. Manuel à l'usage du praticien*. Éditions de l'Université de Bruxelles.

Juan, S. (1999), *Méthodes de recherche en sciences sociohumaines*, PUF.

Kornhauser, A. & Sheatsley, P. B. (1975). Construção de questionário e processo de entrevista (pp. 613-65). In: Selltitz, J. & Deutsch, C. *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo: EPU, Edusp.

Lima, M. P. (1972). O inquérito sociológico: problemas de metodologia. *Análise social*, 9(35/36), 558-628.

Mayntz, R., Holm, K., Hübner, P., & Muniz, J. N. (1975). *Introducción a los métodos de la sociología empírica*. Alianza editorial.

Pascal, B. (1998), *Pensamentos*, Publicações Europa-América.

Rugg, D. (1941), Experiments in wording questions II, *Public Opinion Quarterly*, 5, 91-92.

Rugg, D., & Cantril, H. (1944). The wording of questions. *Gauging public opinion*, 23-50.

Schuman, H. & Presser, S. (1996), *Questions & Answers in Attitude Survey. Experiments on Question Form, Working, and Context*, Sage Publications.

Albertino Gonçalves

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade | UMinho

albertino@ics.uminho.pt

<https://orcid.org/0000-0002-5673-0497>

João Gonçalves

Departamento de Media e Comunicação, Erasmus Universiteit Rotterdam

ferreiragoncalves@eshcc.eur.nl

<https://orcid.org/0000-0002-8948-0455>

6. Inquérito por entrevista

6.1. A entrevista: como podemos defini-la?

Uma entrevista é, antes de mais, uma interação social (Warren, 2012). No contexto da investigação, a entrevista extravasa as fronteiras do diálogo para se tornar numa conversa propositada entre duas ou mais pessoas, na qual se produz uma discussão sobre um tema específico, com o objetivo de facilitar a recolha de dados úteis à pesquisa (Duarte, 2004; Fraser & Gondim, 2004; Gil, 2008; Oakley, 2017; Rosa & Arnoldi, 2014). Nesta interação, as participantes assumem os papéis de entrevistadora e entrevistada(s), sendo que a primeira pretende obter dados e a(s) segunda(s) assume(m) a posição de fonte de informação privilegiada (Guerra, 2006) e procuram, em conjunto, dar sentido à realidade em estudo (Batista, Matos, & Nascimento, 2017).

Muito utilizada nas Ciências Sociais e também nas Ciências da Comunicação, a técnica da entrevista cobre uma grande diversidade de objetivos e de contextos de investigação e afigura-se como ferramenta particularmente útil quando existe a necessidade de conhecer o que um certo grupo de pessoas pensa e como interpreta uma série de eventos (Aberbach & Rockman, 2002). Assim, a sua utilização nos Estudos de Comunicação tem assumido diversos propósitos, tal como mostra Oakley (2017):

Recentemente, apenas numa semana, fui entrevistada sobre questões de trabalho nos média, participei em duas entrevistas por telefone sobre as minhas novas preferências online e completei inúmeros questionários sobre produtos para cavalos, sobre os meus hábitos de compra e sobre as minhas perceções dos candidatos às presidenciais dos EUA (...). (Oakley, 2017, p. 28)

Todas as situações apresentadas têm em comum o facto de procurarem entender as atitudes, as preferências ou os hábitos de um determinado grupo de pessoas. Enquanto técnica de recolha de dados a entrevista é, então, bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que os indivíduos sabem, creem, sentem, ambicionam, fazem ou fizeram (Gil, 2008). Uma vez que as pessoas falam a partir de uma variedade de contextos, este procedimento é valioso para recolher informação útil e relevante para ajudar a compreender diferentes pontos de vista.

Neste capítulo, e estando conscientes de que as entrevistas também podem ser tratadas de forma quantitativa – nomeadamente sob a forma de questionários, cuja técnica é apresentada no capítulo 5 – centramo-nos na sua vertente qualitativa. Justificamos esta opção com a evolução da própria técnica (tal como veremos em seguida, na secção da história), que tem vindo a aproveitar as potencialidades da subjetividade dos indivíduos para perceber, através dos seus depoimentos, os seus valores e as suas crenças, bem como a forma como observam e vivenciam o seu meio social (Batista et al., 2017). A entrevista é, portanto, uma técnica que vai além da descrição dos comportamentos, os quais pretende compreender. Assim, deixa de lado a procura das causas de determinado fenómeno social para se concentrar no significado que lhe é atribuído pelos atores sociais (Guerra, 2006).

6.2. Quando é que o uso da entrevista é adequado?

A entrevista é uma técnica muito utilizada nas Ciências da Comunicação, por dois motivos principais: (1) porque facilita a obtenção de dados referentes aos mais diversos aspetos da vida social; (2) e porque se apresenta como uma técnica flexível, já que a investigadora tem à sua disposição várias formas de conduzir a conversa, seja num encontro presencial, por telefone, através de videochamada ou mediante o uso do email. Gil (2008) afirmou, até, que a entrevista pode ser descrita como a técnica por excelência na investigação social, atribuindo-lhe valor semelhante ao tubo de ensaio na Química e ao microscópio na Microbiologia, pois a sua flexibilidade permite que se adapte a diversos objetos de pesquisa. Todavia, é preciso ter em conta que o tipo de entrevista selecionado deve obedecer aos objetivos do estudo, bem como às possibilidades de contacto oferecidas pela informante. Além disso, esta técnica não é adequada a todas as situações de investigação.

A entrevista é adequada quando é necessário mapear e compreender práticas, atitudes, valores, crenças de universos sociais específicos, relativamente bem delimitados. Nestes contextos, as entrevistas permitem recolher informação sobre a forma como os sujeitos percebem a sua realidade, a qual possibilitará à investigadora descrever e compreender os significados atribuídos por esses sujeitos. A entrevista visa, então, a compreensão parcial de uma realidade circunscrita num tempo e num contexto social e histórico específico e exige um elevado grau de interpretação do grupo de pesquisa, para que os resultados do estudo ultrapassem as fronteiras da descrição e possibilitem a compreensão de determinado fenómeno social.

A entrevista exploratória

Designa-se de exploratória, a entrevista que é aplicada como técnica preliminar da investigação (Fraser & Gondim, 2004; Guerra, 2006; Quivy & Campenhoudt, 1995).

É geralmente utilizada quando se inicia a fase empírica do estudo e tem como objetivo descobrir novos pontos de vista de um fenómeno ainda desconhecido para:

- 1) Complementar as pistas de trabalho sugeridas pela revisão da literatura;
- 2) Facilitar o apuramento da pergunta de partida;
- 3) Permitir a formulação mais precisa dos conceitos do estudo;
- 4) Simplificar a construção do modelo de análise;
- 5) Apoiar na definição da metodologia de investigação.

Este tipo de entrevista tende a favorecer a conversa com informadores privilegiados, como por exemplo outros investigadores especializados nas temáticas em estudo ou peritos na matéria, que poderão também ajudar na construção de hipóteses explicativas do fenómeno em estudo (caso a investigação em curso implique a formulação de hipóteses).

A entrevista não é adequada quando o estudo se inscreve num contexto no qual o anonimato dos informantes precisa de ser preservado, mas estes podem ser facil-

mente reconhecidos pelo seu depoimento ou pela sua integração em determinado grupo. Devido ao menor número de entrevistadas que tendem a ser contactadas (por comparação, por exemplo, com a aplicação de questionários), corre-se maior risco de ser possível identificar as informadoras, quebrando a sua confidencialidade. Assim, quando o objeto de investigação está ligado a questões como a violência, a saúde, os litígios, as crises organizacionais, ou os assuntos relacionados com a infância, a investigadora deve procurar outros meios de realizar o seu trabalho, correndo o risco de não conseguir recolher os dados de que necessita (Duarte, 2004).

Também não é a técnica mais adequada quando o princípio da investigação incide na generalização de comportamentos mediante a representatividade estatística. A investigação qualitativa e as metodologias compreensivas, nas quais se insere a entrevista, assentam na compreensão dos sentidos da ação social e não na explicação das causalidades ou na procura de regularidades para o funcionamento da sociedade. Assim, a questão que se coloca na análise compreensiva não é a definição de uma imensidade de sujeitos estaticamente «representativos», mas sim uma pequena dimensão de sujeitos «socialmente significativos» reportando-os à diversidade das culturas, opiniões, expectativas e à unidade do género humano. Dito de outra forma, a interrogação que se coloca é a da representatividade social de um pequeno número de indivíduos (...). (Guerra, 2006, p. 20). Além disso, a entrevista também não é adequada em investigações que procuram o teste de hipóteses pré-estabelecidas, uma vez que as relações entre variáveis que podem explicar o funcionamento social são colocadas no contexto de descoberta. Ou seja, a investigadora procura criar conceitos, teorias ou modelos explicativos ao longo do seu estudo, mas não está interessada em provar hipóteses previamente estabelecidas. No capítulo 1 desta obra o leitor encontra informação adequada sobre as diferentes metodologias e paradigmas de investigação.

Assim, a entrevista tende a ser uma técnica utilizada quando se deseja conhecer melhor e com mais pormenor determinada realidade, do ponto de vista dos seus atores. Frequentemente, a investigação incorpora outras fontes de informação para que os seus resultados estejam mais bem sustentados e sejam, por isso, mais fortes.

No sentido de ajudar a compreender a utilização adequada do contexto da entrevista, tomem-se os seguintes exemplos:

(1) Uma investigação sobre as práticas de responsabilidade social de uma determinada organização na qual a investigadora procura: (1) analisar o tipo de ações socialmente responsáveis que são adotadas; e (2) compreender as decisões estratégicas que justificam a adoção do comportamento de responsabilidade social.

Numa primeira fase de estudo, a investigadora poderia recolher e analisar uma série de documentos (relatórios de sustentabilidade, planos estratégicos, website, discursos, vídeos de promoção, etc.), com a pretensão de identificar as práticas de responsabilidade social adotadas pela organização. Todavia, para compreender os objetivos e as estratégias que justificaram a implementação dessas ações, seria necessário entrevistar os líderes organizacionais responsáveis pelo desenho das políticas de

responsabilidade social, no sentido de compreender as motivações que justificam aquelas decisões.

(2) Uma investigação centrada na utilização dos média sociais pelos indivíduos entre os 30 e os 40 anos, da zona do Grande Porto. Após a realização de um inquérito por questionário, as investigadoras concluíram que o LinkedIn é a plataforma mais utilizada por este grupo e pretendem explorar este hábito de consumo. Numa segunda etapa do seu projeto podem, então, optar pela realização de entrevistas, tendo por base as vantagens associadas à triangulação metodológica (capítulo 1).

Todavia, tendo em conta que a entrevista é uma técnica que privilegia a recolha de informação em profundidade e que, por isso, não costuma abranger um grande número de casos, deve ser tido em conta o princípio da saturação teórica, para que os dados obtidos possam ser ilustrativos do grupo que se está a estudar (consultar capítulo 4, sobre seleção de casos). Ou seja, não sendo uma opção viável entrevistar todos as pessoas entre os 30 e os 40 anos, residentes no Grande Porto, que utilizam mais o *LinkedIn*, as investigadoras devem garantir que fazem entrevistas até que deixam de encontrar informações novas sobre o objeto de estudo. Por outras palavras, o ponto de saturação é atingido quando as entrevistadas começam a repetir os mesmos conteúdos. É nesse momento que a equipa de investigação deve parar de recolher material empírico, pois já se encontra em condições de estender os resultados ao seu universo de trabalho (Batista et al., 2017; Beitin, 2012; Elo et al., 2014; Fraser & Gondim, 2004; Guerra, 2006).

Exercício 1

A utilização da entrevista como técnica de recolha de dados é adequada nas seguintes situações? Porquê?

- 1) A investigação pretende descrever o ambiente de comunicação informal de uma organização.
- 2) A investigação centra-se na análise e compreensão das estratégias de comunicação implementadas em determinada organização.
- 3) A investigação procura testar a hipótese de que as mulheres de 65 anos de uma determinada região preferem ver determinado programa televisivo.
- 4) A investigação visa compreender como é que um grupo de pessoas percebe uma determinada campanha publicitária.
- 5) A investigação pretende compreender o envolvimento de um grupo de consumidores com determinada marca.

- 1) Não, a observação não participante (capítulo 8) seria uma técnica mais adequada, já que se pretende fazer uma descrição dos comportamentos dos indivíduos e não averiguar as motivações por trás desses comportamentos.
- 2) Sim. A entrevista em profundidade com os líderes da organização seria uma boa opção pois, como afirmam Gioia and Chittipeddi (1991), a

compreensão dos fenómenos de gestão e de estratégia pressupõe o conhecimento dos significados atribuídos pelos membros da organização. Além disso, trata-se de um universo de estudo bem delimitado.

- 3) Não. A entrevista não é útil para testar hipóteses.
- 4) Sim. A entrevista é uma técnica de recolha de dados adequada quando o objetivo do estudo é compreender práticas e percepções dos indivíduos.
- 5) Sim. A entrevista é uma técnica apropriada quando a investigadora procura entender os construtos que os entrevistados criam para formar as suas opiniões e crenças sobre uma determinada situação, um produto ou um problema específico.

6.3. Breve história da entrevista

Para compreender e aplicar corretamente a entrevista num projeto de investigação, é importante perceber o contexto em que esta técnica surgiu e se desenvolveu. De acordo com Oakley (2017), na Era Antes de Cristo já os Egípcios utilizaram a entrevista como forma de determinar o status social e económico da sua população. Os Romanos, por seu turno, recorreram à mesma técnica para reunirem material exclusivo capaz de reconstruir a história das Guerras do Peloponeso.

Ainda assim, a história da entrevista como técnica de investigação aplicada às Ciências Sociais data de pouco mais de um século (Batista et al., 2017). A sua primeira utilização pode ser encontrada no ano de 1886, quando Booth estudou as condições sociais e económicas dos habitantes de Londres (Fraser & Gondim, 2004; Platt, 2012). A partir dessa altura, a entrevista passou a ser utilizada tanto na investigação quantitativa como na qualitativa, em particular nas pesquisas de opinião que foram impulsionadas pela criação, em 1935, do Instituto Americano de Opinião Pública e na prática médica, com o objetivo de obter informações pormenorizadas sobre os doentes como forma de lhes atribuir subsídios (Fraser & Gondim, 2004).

Desde então, a entrevista foi sofrendo mudanças e nem sempre foi descrita e utilizada da mesma forma. As transformações científicas que se fizeram sentir em diferentes períodos da história justificaram diferentes visões da entrevista como técnica, ao longo dos anos.

De acordo com Platt (2012), o livro *An Introduction to Social Research*, publicado em 1929 por Howard W. Odum e Katharine Jocher foi um dos primeiros livros gerais sobre métodos de investigação nas Ciências Sociais. Nesta obra, a entrevista era distinguida do questionário e era descrita como uma forma de garantir informação sobre a própria entrevistada ou sobre organizações que esta conhecia. A utilização desta técnica tinha três objetivos principais: (1) corroborar as evidências de outras fontes; (2) contar uma história de vida; (3) ou obter cooperação do informante.

Ao longo da década de 30, a entrevista foi utilizada como uma fonte de informação chave e esperava-se que a entrevistadora fosse uma pessoa capaz de conduzir uma conversa com o mínimo de questões possível, para que os indivíduos pudessem

contar as histórias à sua maneira. Nesta época, não havia muita preocupação com a confiabilidade ou validade dos resultados e existiam poucas regras que definiam a melhor maneira de conduzir uma entrevista (Platt, 2012).

A partir dos anos 60 começaram, contudo, a sentir-se as primeiras transformações. Em 1965, a publicação do livro *Research Methods in Social Relations*, veio fazer a distinção entre entrevistas estruturadas e semiestruturadas. Além disso, a entrevista foi descrita como a técnica mais apropriada para revelar informações sobre assuntos complexos e para investigar os significados das opiniões das pessoas. Nesta obra apresentavam-se, já, alguns princípios para a postura adequada da entrevistadora, que deveria ser capaz de criar um ambiente amigável e confortável para o informante, ao mesmo tempo que mantinha a entrevista focada nos seus assuntos de interesse, evitando desvios. Foi também nesta altura que as pesquisas de mercado ganharam ênfase, sob o princípio da quantificação das respostas e da necessidade de precisão. Privilegiava-se, por isso, a criação de questionários rígidos e a análise quantitativa dos dados obtidos, com o principal objetivo de testar hipóteses pré-estabelecidas (Platt, 2012; Rosa & Arnoldi, 2014). De acordo com Guerra (2006):

Tradicionalmente, as entrevistas eram concebidas essencialmente como estudos exploratórios e estruturadas em função do questionário – considerado o método por excelência –, sendo essencialmente utilizadas em três situações: como estudos prévios para «fechar» perguntas no questionário, como aprofundamento exploratório perante problemáticas ainda desconhecidas, levantando novas interrogações para pesquisas futuras, ou como exemplificação mais colorida de determinados nós problemáticos. (...) Nessa tradição, a entrevista era definida como a «obtenção de informação mediante uma conversa de natureza profissional» e, porque subjugadas ao onnipresente questionário, ele sim representativo, nunca foi pensada com rigor e regras sistemáticas de aplicação e aferição. (p. 28)

Os anos 70 assistiram, contudo, ao desenvolvimento das metodologias qualitativas e ao crescimento do paradigma compreensivo. Diversos investigadores, principalmente da Sociologia, vieram propor a substituição da procura de regularidades e leis do funcionamento da sociedade, pela importância dos significados atribuídos pelos atores sociais (Guerra, 2006). O interesse da investigação passou a estar também nos sentidos da ação social e não apenas na explicação das suas causas.

A este respeito, em 1968, Gideon Sjoberg e Roger Nett escreveram a obra *A Methodology for Social Research*, na qual afirmaram que os cientistas que utilizavam a entrevista estruturada tinham a intenção de testar um conjunto de hipóteses já existentes e não estavam preocupados, por isso, com a descoberta em si. De acordo com estes autores, a padronização aumentava consideravelmente a confiabilidade, mas tinha a grande desvantagem de impor categorias pré-estabelecidas às entrevistadas, dificultando a sua livre expressão e a descoberta de fatores contextuais importantes para o estudo (Platt, 2012; Warren, 2012). Como resultado, a partir desta época, começaram a enfatizar-se as metodologias qualitativas mediante os princípios da

descrição e da indução, bem como da importância do estudo das percepções pessoais e da compreensão do comportamento a partir das perspetivas dos sujeitos (Rosa & Arnoldi, 2014).

A partir dos anos 70, a entrevista tornou-se, então, uma prática estabelecida no âmbito da investigação, com metodologias cada vez mais sofisticadas e mais próximas do carácter qualitativo. As informantes deixaram de ser vistas como parte uma amostra objetiva e os questionários passaram a privilegiar um guião semiestruturado, cuja dinâmica flexível permitia a realização de entrevistas em profundidade, nas quais entrevistadora e entrevistada eram como partes iguais na conversa (Platt, 2012). O papel da investigadora deixou de se assemelhar ao de um robô treinado para seguir um questionário rígido, para se basear em práticas de interação que possibilitam a exploração de informação que é relevante para o estudo. As atitudes tornam-se, então, elementos de interesse, a par dos dados factuais.

6.4. Os pressupostos, as vantagens e as desvantagens da entrevista

Todos os métodos e técnicas de investigação têm alcances e limites delimitados. Para que os seus resultados sejam confiáveis, a investigadora deve estar consciente dos pressupostos da técnica escolhida para recolher os seus dados e deve, também, conhecer bem as suas vantagens e desvantagens para que garanta a articulação com o seu objeto de estudo.

No caso da entrevista discutem-se, em seguida, os seus pressupostos principais, bem como as vantagens e desvantagens da sua utilização.

6.4.1. O debate em torno da ausência de objetividade

Um dos pressupostos principais da entrevista, e talvez aquele que também dá origem a mais críticas, é o seu foco na intersubjetividade do conhecimento. Tratando-se de uma técnica que está mais interessada no significado que é atribuído pelos atores dos fenómenos sociais em estudo e que, por isso, está menos preocupada com a causalidade ou a regularidade desses acontecimentos, não se centra no princípio da objetividade. Tal como afirma Guerra (2006), “não estamos perante indivíduos isolados pelo individualismo metodológico, mas perante atores que agem tendo em conta a percepção dos outros e batizados por constrangimentos sociais que definem intencionalidades complexas e interativas”(p. 9).

Todavia, algumas críticas que são dirigidas à entrevista prendem-se, precisamente, com a ausência de objetividade e, consequentemente, com a sua conceção como uma técnica de recolha pouco confiável e pouco rigorosa. De acordo com Duarte (2004), é possível que a desconfiança em relação a este instrumento se deva à ausência de um relato completo dos procedimentos que a investigadora adota quando utiliza a entrevista como a técnica de recolha de dados na sua investigação

qualitativa. Ainda que este seja um procedimento muito presente em artigos científicos e em teses de mestrado e doutoramento, raramente se faz acompanhar de uma explicação adequada face aos princípios teóricos e metodológicos que contextualizam e justificam o seu uso. O porquê da entrevista, a quem foi feita, como foi feita, quando e em que condições, são esclarecimentos que ajudam o leitor a perceber a importância da entrevista naquele contexto de estudo e, consequentemente, a atribuir-lhe o valor científico que realmente tem, já que exige o mesmo rigor do que qualquer outra técnica de investigação. Para tal, Duarte (2004, p. 219) concorda que a investigadora deve explicar sempre:

- a) As razões pelas quais se optou pelo uso daquele instrumento;
- b) Os critérios utilizados para a seleção das entrevistadas;
- c) O número de informantes;
- d) O quadro descritivo dos informantes, que seja útil à investigação (por exemplo a idade, a profissão ou outro);
- e) A forma como decorreram as situações de contacto (como é que as entrevistadas foram convidadas a dar o seu depoimento e em que circunstâncias as entrevistas foram realizadas);
- f) O guião da entrevista (que deverá estar anexado ao estudo);
- g) Os procedimentos de análise (anexando, sempre que possível, a cópia de uma transcrição).

6.4.2. O debate em torno da ausência da representatividade estatística e generalização: o critério da saturação

Da mesma forma que a objetividade científica não deve ser a pretensão dos estudos que utilizam a entrevista como técnica, também a ideia da representatividade da amostra e da generalização dos factos deve ser afastada.

Na investigação qualitativa não se pretende quantificar opiniões, mas explorar e compreender os diferentes pontos de vista do contexto em estudo (Fraser & Gondim, 2004). Nas palavras de Guerra (2006), a questão central que se coloca não é a definição de um número de sujeitos estaticamente representativos da população, mas antes uma pequena dimensão de indivíduos que sejam socialmente significativos para objeto de estudo. Assim, as informantes devem ser selecionadas de acordo com a relevância das informações que podem fornecer para responder à questão e objetivos da investigação (Maxwell, 2013), percebendo de que forma podem ser úteis no complemento dos dados já existentes. O número de entrevistadas não é importante, mas sim a sua capacidade de permitir o aprofundamento dos assuntos.

Para que a investigadora perceba o momento a partir do qual pode parar de entrevistar, porque já não vai encontrar novas informações, existe o critério da saturação, que já aqui referimos. Tal como lembram Fraser e Gondim (2004), num ambiente social específico o espectro de opiniões é limitado e, geralmente, a partir de um pequeno número de entrevistas começa a perceber-se o esgotamento de respostas,

nomeadamente quando as informantes começam a repetir os mesmos dados. Quando isso acontece, o ponto de saturação é atingido e já não é necessário recolher mais dados, pois já se torna possível identificar uma estrutura de sentido comum, ou seja, a investigadora está em condições de analisar e compreender as representações socialmente partilhadas sobre o seu objeto de estudo (Batista et al., 2017; Beitin, 2012; Fraser & Gondim, 2004; Guerra, 2006). Chama-se a este procedimento a representatividade social, segundo Guerra (2006), segundo a qual se pode falar em generalização dos dados para o contexto social em estudo.

Não faz sentido falar em testes de hipóteses, porque a investigação qualitativa parte do pressuposto que a formulação de conceitos, de teorias e de hipóteses se concretiza num contexto de descoberta permanente.

6.4.3. Os tipos de entrevista

Tal como existe uma grande diversidade de contextos e de objetivos de investigação que justificam a utilização das entrevistas, também existem diferentes tipos de entrevista, com formas de conceção e estrutura diferenciadas. De acordo com Gil (2008) a entrevista é, de facto, uma das técnicas de recolha dados mais flexível de que dispõem as Ciências Sociais.

Nesta secção exploramos os tipos de entrevistas em três sentidos: (1) de acordo com a modalidade individual ou de grupo; (2) tendo em conta a estruturação do guião; (3) a partir da forma de interação.

Ainda que as entrevistas individuais sejam mais comuns, a investigação qualitativa também utiliza **entrevistas de grupo**. Esta modalidade é especialmente indicada para estudos cuja temática seja de interesse público ou represente uma preocupação comum e que, por outro lado, não exijam um grande aprofundamento dos dados (Batista et al., 2017; Beitin, 2012; Fraser & Gondim, 2004; Gil, 2008). Assim, no contexto da Comunicação, temas relacionados com os média ou com as novas tecnologias podem fazer-se valer deste tipo de entrevista.

É importante, no entanto, notar que as entrevistas de grupo e os grupos focais são técnicas de recolha de dados distintas. Nas entrevistas grupais, o objetivo é apreender as opiniões e o comportamento de cada indivíduo no seio de grupo. Já nos grupos focais, que são tratados em detalhe no capítulo 7, aquilo que interessa à investigadora são as visões coletivas que surgem a partir do momento em que as pessoas em grupo passam a estar sujeitas aos processos psicossociais que ocorrem neste contexto e influenciam na formação de opiniões. Ou seja, a investigadora serve como mediadora e interessa-se pelos dados que resultam das dinâmicas de grupo. Em síntese, no grupo focal é o grupo que é tido como unidade de análise, ao contrário da entrevista que se centra no estudo do comportamento de cada indivíduo no contexto de grupo (Moura & Rocha, 2017).

Por outro lado, a **entrevista individual** é adequada quando o objetivo da investigação é conhecer, em profundidade, a visão e os significados atribuídos por determinadas pessoas. É uma modalidade muito utilizada na construção de biografias, de histórias de vida, mas também em estudos de caso (Batista et al., 2017; Beitin, 2012; Fraser & Gondim, 2004; Gil, 2008). No âmbito das Ciências da Comunicação, é uma técnica muito recorrente nos estudos de caso que têm como objeto de investigação determinadas organizações, cuja compreensão está muito dependente do entendimento das perspetivas apresentadas pelos líderes ou por outros colaboradores da empresa ou instituição. Normalmente, neste tipo de investigação, a utilização da entrevista tende a ser acompanhada de outras fontes de informação, como pode ser o caso da análise de vários tipos de documentos.

A escolha da entrevista individual ou grupal deve ser um resultado dos objetivos do estudo e da pergunta de investigação a que se procura responder. Todavia, a modalidade selecionada também pode depender das condições das próprias informantes, nomeadamente da sua disponibilidade espaço-temporal (Batista et al., 2017).

A par da modalidade grupal ou individual, também se podem definir diferentes tipos de entrevista em função do seu nível de estruturação. Em geral, as investigações tendem a utilizar três: a estruturada, a semiestruturada ou a aberta ou não estruturada (Batista et al., 2017; Moura & Rocha, 2017; Oakley, 2017)

A **entrevista estruturada** situa-se no domínio da investigação quantitativa, na qual a entrevistadora usa um procedimento específico e padronizado para todos os informantes, que são geralmente muitos. Utiliza-se, portanto, um questionário rígido, que incentiva um alcance limitado de respostas e desincentiva a interpretação da entrevistada. As questões colocadas são sempre as mesmas, com a mesma abordagem e a mesma linguagem, na mesma ordem, que é previamente estabelecida e não pode ser alterada. À entrevistadora cabe assumir um papel de elemento neutro, da qual se espera uma atitude objetiva, capaz de facilitar a obtenção de dados precisos e factuais que possam ser codificados em categorias pré-estabelecidas (Batista et al., 2017; Fraser & Gondim, 2004; Oakley, 2017; Rosa & Arnoldi, 2014).

As vantagens da entrevista estruturada estão relacionadas com a sua rapidez, com a facilidade de preparação das entrevistadoras, que adotam procedimentos padronizados, e com o facto de possibilitarem a análise estatística dos dados. Por outro lado, não permite o aprofundamento dos assuntos, já que se centram num conjunto de questões padronizadas (Gil, 2008), e por isso não costuma ser utilizada na investigação qualitativa.

A **entrevista semiestruturada**, por seu turno, é muito utilizada nos estudos qualitativos. É um tipo de interação que privilegia o uso de um guião que pode combinar perguntas de resposta aberta e fechada, mas cujo objetivo principal é guiar uma conversa em vez de limitar o seu decurso. Neste tipo de entrevista, a informadora é incentivada a falar livremente sobre os assuntos da investigação, e as questões não têm uma ordem pré-estabelecida e podem, além disso, não ser todas colocadas ou até dar origem a outras perguntas. Na verdade, as questões são apenas um guia de

tópicos que a investigadora utiliza para conduzir a conversa aberta e garantir a sua continuidade de acordo com os temas em estudo. Tal como afirma Patton (1990), a principal vantagem da entrevista semiestruturada é o facto de permitir a expressão individual dos pensamentos e experiências dos participantes conservando, ao mesmo tempo, o foco nos temas em estudo. Como resultado, a equipa de investigação obtém dados mais ricos e pode, ainda, descobrir evidências surpreendentes (Daymon & Holloway, 2011).

No contexto da entrevista semiestruturada, a elaboração do roteiro/guião é uma etapa importante. Quando bem preparado, este guião facilita a ligação entre a revisão da literatura e a fase empírica da investigação: por um lado, é um reflexo dos conceitos debatidos na fundamentação teórica e, por outro, deve facilitar a elaboração e antecipação de categorias de análise dos resultados (Fraser & Gondim, 2004).

A **entrevista aberta**, por sua vez, caracteriza-se pela ausência de questões previamente estabelecidas. A entrevistada é convidada a falar livremente sobre o tema em estudo. As perguntas são raras e quando são feitas procuram dar mais profundidade às reflexões do informador. Este é o tipo de interação que se utiliza para fins exploratórios, quando a investigadora procura detalhar as suas questões de investigação, bem como detalhar os conceitos em estudo (Gil, 2008).

Por fim, no que respeita à forma de interação, as entrevistas devem ser realizadas de forma **presencial e em tempo real**. Excecionalmente, e se esta condição não se revelar possível, o investigador pode, desde que fundamente bem a sua opção, recorrer ao uso de plataformas como o Skype ou Zoom que, permitem a realização de videochamadas.

Os canais de comunicação mediada revolucionaram a investigação, porque diluíram as fronteiras espaciais e permitem que os informantes pertençam a qualquer lugar do mundo. Assim, se uma investigadora que estuda questões de literacia mediática, considerar que é relevante para o seu trabalho entrevistar um perito internacional, pode fazê-lo a partir de sua casa. Só precisa de obter a confirmação da participação e mostrar disponibilidade para realizar a entrevista num horário que seja conveniente ao informante. Além disso, a investigadora pode poupar tempo e recursos financeiros, já que não precisa de se deslocar para fazer a sua entrevista.

Ainda assim, não obstante estas vantagens, a interação face-a-face continua a ser, talvez, a mais utilizada no contexto da entrevista qualitativa. Mais uma vez, a opção pela forma de interação também deverá estar coordenada com os objetivos da investigação e com a disponibilidade das informantes.

6.4.4. Vantagens e desvantagens da entrevista

Tendo em conta os pressupostos e princípios até aqui apresentados sintetizam-se, em seguida, as vantagens e desvantagens da entrevista.

Vantagens:

- possibilita a investigação em profundidade e a obtenção de uma grande quantidade e diversidade de informação;
- possibilita a análise do comportamento não verbal como os gestos e a entoação;
- adapta-se a diferentes objetivos de investigação, porque trata-se de uma técnica bastante flexível;
- oferece informação contextual valiosa;
- a relação intersubjetiva da entrevistadora com a(s) entrevistada(s) facilita uma melhor compreensão dos significados, dos valores e das opiniões dos atores sociais, bem como da forma como entendem os seus contextos;
- a forma de interação direta e espontânea proporciona à investigadora a realização de esclarecimentos imediatos junto dos seus informantes e o respetivo esclarecimento e aprofundamento de pistas de trabalho que possam surgir no momento;
- oferece grande flexibilidade, pois a entrevistadora pode esclarecer o significado das perguntas e adaptar-se mais facilmente às pessoas e às circunstâncias em que se desenvolve a conversa;
- não pressupõe habilidades de escrita ou de leitura por parte da entrevistada.

Desvantagens:

- está dependente da disponibilidade de participação das informadoras;
- podem ser dadas respostas falsas, determinadas por razões conscientes ou inconscientes;
- pode quebrar o anonimato das informantes, se estas pertenceram a um grupo facilmente identificável no relato dos resultados;
- a entrevista presencial implica a deslocação da entrevistadora ao local de encontro da entrevistada;
- é uma técnica que implica grande disponibilidade do tempo da investigadora para a sua preparação, condução e análise;
- a transcrição das entrevistas é um processo complexo e muito demorado;
- pressupõe treino e técnica por parte da investigadora que conduz as entrevistas.

Tendo em conta as desvantagens que aqui se listaram, adverte-se para o facto de que a entrevista é uma técnica tanto mais proveitosa e valiosa quanto mais acompanhada de outras fontes de evidência. Assim, e embora a entrevista possibilite a recolha de material exclusivo e útil à investigação, a sua análise ficará mais completa se a investigadora a relacionar com as informações obtidas com outras fontes de evidência, como a análise documental ou a observação.

Tome-se novamente atenção ao exemplo 1 acima apresentado, no qual se pretendia: (1) analisar o tipo de ações socialmente responsáveis que são adotadas; e (2) compreender as decisões estratégicas que justificam a adoção do comportamento de responsabilidade social. Para cumprir estes objetivos, a equipa de investigação combinou a utilização da análise documental (relatórios de sustentabilidade, planos estratégicos, website, discursos, vídeos de promoção, etc.), que facilitou a identificação das práticas de responsabilidade social adotadas pela organização, com as

entrevistas aos líderes organizacionais, no sentido de compreender as motivações e os objetivos que justificam aquelas decisões.

Esta utilização de múltiplas fontes de evidência, permite identificar diferentes perspetivas do fenómeno em estudo e torna os resultados mais fortes e mais fiáveis, já que são reforçados pela análise de vários materiais.

Antes de se iniciar a explicação dos passos que se devem seguir para realizar entrevistas qualitativas, bem como dos desafios que estão relacionados com esta aplicação prática, é altura de testar os conhecimentos até agora apreendidos com o exercício 2.

Exercício 2

As seguintes afirmações são verdadeiras ou falsas? Porquê?

- | | <u>Verdadeiro</u> | <u>Falso</u> |
|---|-------------------|--------------|
| 1) A entrevista é adequada para investigação que objetiva a generalização dos factos. | | |
| 2) A entrevista estruturada é mais indicada para análises quantitativas. | | |
| 3) A entrevista em grupo é adequada quando o objetivo da investigação é conhecer, em profundidade, a visão e os significados atribuídos por determinadas pessoas. | | |
| 4) A entrevista está mais interessada na análise da causalidade e regularidades dos acontecimentos. | | |
| 5) A entrevista centra-se na intersubjetividade do conhecimento. | | |
| 6) Na entrevista semiestruturada, o guião deve ser preparado para conduzir uma conversa aberta e garantir a sua continuidade de acordo com os temas em estudo. | | |
| 7) A entrevista deve ser acompanhada pela análise de outras fontes de evidência. | | |
| 8) A entrevista é adequada quando o anonimato das informantes precisa de ser preservado. | | |
| 9) A entrevista exploratória é uma fase preliminar da investigação. | | |
| 10) A saturação indica o momento em que a investigadora deve parar de fazer novas entrevistas. | | |
| 11) A entrevista é uma técnica pouco flexível. | | |
| 12) A entrevista é uma técnica que implica uma boa preparação e uma grande disponibilidade de tempo por parte da entrevistadora. | | |

- 1) Falso. Na investigação qualitativa, não se pretende quantificar opiniões, mas antes explorar e compreender os diferentes pontos de vista do contexto em estudo. Assim, a questão central que se coloca não é a definição de um número de sujeitos estatisticamente representativos da população, mas antes uma pequena dimensão de indivíduos que sejam socialmente significativos para objeto de estudo.
- 2) Verdadeiro. A entrevista estruturada usa um procedimento específico e padronizado para todos os informantes, com o objetivo de facilitar a obtenção de dados precisos e factuais que possam ser codificados em categorias pré-estabelecidas.
- 3) Falso. A entrevista de grupo é adequada para estudos cuja temática seja de interesse público ou represente uma preocupação comum e que não exija um grande aprofundamento dos dados.
- 4) Falso. A entrevista é uma técnica que se interessa pelo significado que é atribuído pelos atores dos fenómenos sociais e, por isso, está menos preocupada com a causalidade ou a regularidade desses acontecimentos.
- 5) Verdadeiro. As investigadoras que utilizam esta técnica estão interessadas em compreender a forma como as suas informantes constroem as suas realidades individuais, nos seus contextos sociais.
- 6) Verdadeiro. A entrevista semiestruturada é um tipo de interação que privilegia o uso de um guião que pode combinar perguntas de resposta aberta e fechada, mas cujo objetivo principal é guiar uma conversa em vez de limitar o seu decurso.
- 7) Verdadeiro. A combinação de múltiplas fontes de evidência permite identificar diferentes perspetivas do fenómeno em estudo e torna os resultados mais fortes e mais credíveis.
- 8) Falso. Devido ao pequeno número de entrevistadas que tendem a ser contactadas, corre-se maior risco de ser possível identificar os informadores e quebrar o seu anonimato.
- 9) Verdadeiro. A entrevista exploratória tende a ser utilizada quando se inicia a fase empírica do estudo e tem como objetivo descobrir novos pontos de vista e novas pistas de trabalho.
- 10) Verdadeiro. A saturação indica o momento em que as informantes começam a repetir os mesmos dados e começa a perceber-se o esgotamento das respostas disponíveis. Nessa fase, já se torna possível identificar uma estrutura de sentido comum e, por isso, não é necessário recolher mais dados.
- 11) Falso. A entrevista é bastante flexível, porque se adapta a diferentes objetos de investigação e porque pode ser feita de várias formas e assumir diferentes níveis de estruturação. A escolha do tipo de entrevista deve ser feita de acordo com o assunto e com os objetivos do estudo.
- 12) Verdadeiro. A condução de uma entrevista implica um bom planeamento e uma boa preparação da entrevistadora. Além disso, é uma técnica que implica grande disponibilidade de tempo para a sua preparação, condução e análise, tal como se discutirá na próxima secção.

6.5. Fazer entrevistas: preparação, condução e análise

6.5.1. A preparação da entrevista

Antes de partir para a realização de entrevistas, a investigadora deve ter em conta três princípios fundamentais: (1) a utilização desta técnica deve ser adequada ao temas e aos objetivos do estudo, já que, como acima se discutiu, a entrevista, como qualquer técnica, não serve todos os propósitos de investigação; (2) a qualidade da entrevista depende do planeamento e da preparação da entrevistadora; (3) a entrevista é um processo complexo e não tão simples como pode parecer à primeira vista.

Assim, no âmbito da preparação que é necessária, **o primeiro passo é a criação de uma revisão da literatura** sobre o tema em estudo. Tal como afirmam Daymon & Holloway (2011):

A revisão de literatura de um projeto de investigação qualitativa é uma síntese contínua, uma análise crítica e uma avaliação de textos relevantes - atuais e de referência - para a pergunta ou tema do estudo. Com base na revisão de literatura, a investigadora desenvolve um argumento coerente sobre a importância e a contribuição do seu próprio estudo; portanto, a revisão de literatura é uma componente importante da investigação (...) e não é concluída, mas continua a ser atualizada durante todo o período de recolha de dados. (...) Constitui a base do projeto de investigação. (Daymon & Holloway, 2011, p. 39)

O referencial teórico ajuda a compreender a realidade em estudo e é fundamental para auxiliar na construção do guião da entrevista. Mas, antes disso, e retomando uma obra de referência na investigação em Ciências Sociais, o *Manual de investigação em Ciências Sociais* de Quivy e Campenhoudt (1995), a revisão de literatura ajuda a investigadora a **construir um modelo de análise** que pode ser muito útil para a preparação da entrevista já que, por um lado, ajuda na definição das questões a colocar e, por outro, funciona com uma espécie de pré-categorização dos temas que devem ser discutidos na análise dos resultados. A construção prévia de um modelo de análise (Quivy & Campenhoudt, 1995) é útil para simplificar e estruturar as informações apresentadas e discutidas na revisão da literatura, de forma a que seja possível examiná-las na fase de recolha e análise dos dados. Para criar este modelo, a investigadora deve ter por referência os conceitos que compõem o estudo e que foram discutidos no seu referencial teórico.

Tome-se como referência uma investigação que procura analisar o sistema de comunicação de uma fábrica de sapatos de pequena dimensão, focando-se em dois aspetos principais: (1) nas práticas de comunicação existentes; (2) e nas características de liderança e comunicação da gerente da empresa. A tabela 1 exemplifica a operacionalização de conceitos (ou concetualização), um dos procedimentos da criação de um modelo de análise, que poderia ser criada, em função de uma revisão de literatura sobre o assunto.

Conceito	Dimensões	Indicadores
Sistema de comunicação	Práticas de comunicação	Canais de comunicação mais utilizados
		Fluxos de comunicação predominantes
	Capacidades de comunicação e de liderança da gerente	Utilidade dos procedimentos de comunicação
		Estratégias de motivação e envolvimento dos colaboradores
		Dificuldades de interação e comunicação

Tabela 1

Exemplo de operacionalização de um conceito, de acordo com Quivy e Campenhoudt (1995).

Depois de criado o modelo de análise, o passo seguinte será a **definição da pessoa ou pessoas a entrevistar (quem e quantos) e de tipo de entrevista a realizar**, tendo presente o assunto, os objetivos e a questão de investigação. Nesta fase, de acordo com Rosa & Arnoldi (2014), é preciso responder às seguintes questões:

- 1) Quem tem informação relevante sobre o objeto de estudo?
- 2) Quem é mais acessível física e socialmente?
- 3) Quem está mais disposto a informar?
- 4) Quem será capaz de comunicar informação com precisão?

No exemplo que seguimos, o facto de se tratar de uma organização de pequena dimensão, com apenas 13 trabalhadores, levou as investigadoras a optar pela realização de entrevistas semiestruturadas e individuais com a totalidade dos colaboradores. No caso de ser uma organização de grande dimensão, a investigadora poderia optar por entrevistar funcionários até atingir o ponto de saturação. Todavia, é preciso ter em conta que algumas pessoas do grupo podem não aceitar participar na investigação devido ao desinteresse; à falta de tempo; ao receio de serem reconhecidas pelas respostas; ou ao medo de que a informação dada possa trazer consequências negativas para si próprio. Este é um dos riscos principais da entrevista: a recusa de participação das informantes.

Depois de definido o grupo de entrevistadas, é preciso **realizar o primeiro contacto, para convidar cada informante a participar na entrevista, e preparar o guião** com as questões/ temas de discussão.

Na realização deste primeiro contacto, a entrevistadora deve ter presente a ideia de que está a criar a primeira (e a mais marcante) impressão junto das informadoras. Portanto, facilitar desde o início uma atmosfera de cordialidade e simpatia é de extrema importância para o sucesso da entrevista (Gil, 2008). Para isso, devem ser tidos em conta os cinco procedimentos que se apresentam de seguida:

- 1) a investigadora deve começar por apresentar-se a partir dos seus principais dados biográficos e profissionais, referindo a sua instituição de origem;
- 2) a entrevistada deve perceber, desde o primeiro momento, que a sua participação é um convite e que pode desistir em qualquer altura (ver questões éticas na investigação – capítulo 4);
- 3) o tema e os objetivos de investigação devem ser dados a conhecer, bem como a forma de apresentação dos resultados, garantindo-se a confidencialidade, sempre que necessário;

- 4) a entrevistada deve ter conhecimento dos benefícios que resultam da sua participação e da sua relevância para o estudo e deve, ainda, ter conhecimento da forma como foi selecionada para o processo de entrevista;
- 5) a investigadora deve dar a conhecer os modos em que a entrevista será conduzida, o tempo esperado para a sua realização (que idealmente não deve ser superior a três horas) e deve solicitar autorização para gravar a conversa.

A preparação do guião (que pode acontecer antes ou depois do primeiro contacto com as entrevistadas¹⁰) deve, naturalmente, ter em conta o tipo de entrevista escolhido para a investigação. Se for uma entrevista estruturada o guião será rígido e padronizado para todas as participantes. Se, e tal como no exemplo que se está a seguir, for de carácter semiestruturado, as questões devem ser mais gerais, de forma a guiar a investigadora, mas privilegiando a liberdade de discussão das entrevistadas. Neste tipo de entrevista não importa a ordem das questões nem se são todas respondidas ou se outras novas são adicionadas. O importante é que o assunto que levou à conversa seja discutido com um elevado grau de profundidade. Veja-se o seguinte exemplo de guião:

Tabela 2
Exemplo de guião
de entrevista
semiestruturada.

Unidade de estudo: fábrica de sapatos X

Objetos de análise: (1) práticas de comunicação existentes; (2) características de liderança e comunicação do gerente da empresa.

Data e hora da entrevista:

Local:

Questões

1. Como é que a gerente costuma comunicar com as colaboradoras?
2. Como é que as colaboradoras comunicam com a gerente?
3. Que ferramentas/ canais de comunicação mais se utilizam para comunicar?
4. Considera que os momentos de comunicação e interação entre todos os elementos da fábrica são suficientes?
5. Costuma sentir-se motivada na concretização das tarefas do projeto?
 - 5.1. Se sim, o que costuma deixá-la mais motivada? Se não, o que acha que contribui para a desmotivação?
6. Acha que a forma como a gerente interage contribui para facilitar a explicação dos objetivos de trabalho?
7. Considera que os momentos de interação entre todos, bem como os suportes de comunicação, são adequados às necessidades quotidianas?
8. Quais são as principais dificuldades de comunicação que encontra na interação com a gerente e com as colegas?

¹⁰ A ordem de procedimentos que caracterizam a fase de preparação da entrevista não é rigorosa. Neste capítulo defende-se que a criação de um modelo de análise pode ser muito útil, em particular para investigadoras inexperientes. Contudo, há investigadoras que estruturam o guião logo depois da revisão da literatura ou mesmo durante esse processo. Por outro lado, há ainda estudiosas que preferem preparar o guião logo depois da criação do modelo de análise e outras que, por seu turno, optam por definir primeiro as pessoas a entrevistar e contactá-las, para depois perceber se precisam de adaptar o roteiro em função das suas participantes. Todas estas opções são válidas, desde que devidamente justificadas e alinhadas com o tema e com os objetivos da investigação.

Embora não existam regras estabelecidas para a criação dos guiões, já que estes são diferentes de acordo com a tipologia de entrevistas, existem algumas recomendações a ter em conta na sua preparação:

- 1) As questões devem ser elaboradas de forma a que a entrevistada as consiga entender bem;
- 2) As perguntas mais simples devem ser feitas em primeiro lugar, deixando-se as mais complexas ou as mais sensíveis para uma fase posterior, na qual a entrevistada já se sente mais descontraída e integrada no processo;
- 3) As questões não devem deixar as respostas implícitas (exemplo: “Não concorda que o gerente da fábrica deveria ser mais empático?”) (consultar capítulo 5 sobre a correta formulação de questões).

No sentido de facilitar o entendimento das etapas que se devem ter em conta na **preparação da entrevista**, criou-se o esquema da figura 1.

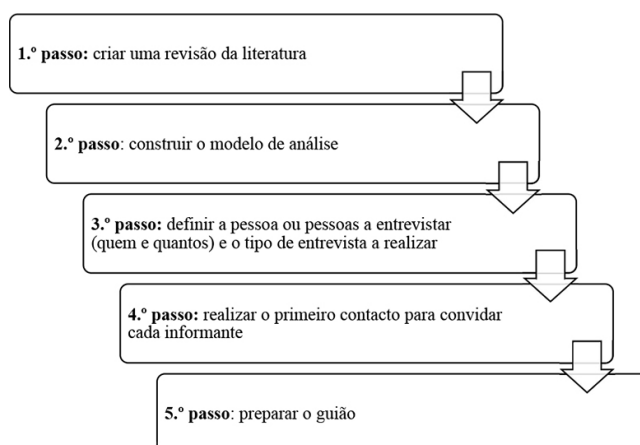


Figura 1
Exemplo de guião de entrevista semiestruturada.

6.5.2. A condução da entrevista

Depois de devidamente preparada, a entrevista está em condições de ser concretizada. De acordo com Batista et al. (2017), uma boa entrevistadora é aquela que sabe ouvir de forma ativa, demonstrando à interlocutora que está interessada no seu discurso e nas suas emoções, ao mesmo tempo que é capaz de colocar novas questões, confirmando que ouve e compreende o seu interlocutor.

A postura da entrevistadora é fundamental ao longo de toda a conversa. Assim, a interação deve ser construída num ambiente amigável e de confiança, no qual a investigadora ouve a sua informante de forma neutra, mas interessada e atenta, não discordando das suas opiniões nem interferindo nas suas respostas (Batista et al., 2017; Gil, 2008). Para isso, a entrevistadora precisa de enviar, continuamente, sinais de entendimento e compreensão (Bourdieu, 1997).

De acordo com Rosa e Arnoldi (2014), existem algumas técnicas que podem ajudar a entrevistadora a dinamizar a conversa e a conduzi-la de acordo com os temas da investigação:

- 1) A tática da animação: inclui gestos e afirmações positivas que incentivam a entrevistada a continuar a falar;
- 2) A tática da reafirmação e da repetição: consiste na obtenção de informação adicional mediante a repetição de palavras referidas pela entrevistada ou através da formulação de perguntas diretas;
- 3) A tática da recapitulação: incentiva a entrevistada a relatar, de novo, algumas ideias;
- 4) A tática do esclarecimento: permite à entrevistadora pedir informação mais detalhada sobre determinada afirmação ou opinião;
- 5) A tática da alteração do tema: é utilizada quando o entrevistador sente que os resultados não foram alcançados e, por isso, tentar debater novos temas que levem aos objetivos esperados.

A fase final da entrevista também é muito importante, porque é o momento em que a investigadora deve agradecer e colocar-se à disposição para esclarecimentos adicionais. Deixar uma impressão positiva facilita a concretização de entrevistas posteriores, caso sejam necessárias.

No que respeita à condução da entrevista, é aconselhável que esta seja gravada na íntegra (sempre com autorização prévia da entrevistada), fazendo-se acompanhar de algumas notas de campo que registem o contexto no qual a entrevista se concretiza (local da entrevista, gestos da entrevistada, entoação, tom de voz, etc.), quando tal for necessário para os propósitos da investigação.

É ainda sugerido que a entrevista se realize num local cómodo à entrevistada. De acordo com Guerra (2006), o controlo do espaço da entrevista coloca a entrevistada mais à vontade e permite-lhe, também, uma melhor gestão do tempo.

6.5.3. A análise da entrevista

A análise das entrevistas começa com a sua **transcrição**. Embora não seja obrigatória, é aconselhada, principalmente quando a investigadora é menos experiente (Daymon & Holloway, 2011; Guerra, 2006). É certo que é um processo demorado e complexo, mas facilita a posterior análise de dados. Idealmente, deve ser a própria entrevistadora a fazer a transcrição da conversa (Bourdieu, 1997; Duarte, 2004), não deixando passar muito tempo depois da sua realização, para que se consiga recordar dos pormenores e, mais facilmente, transcrevê-los para o papel.

Bourdieu (1997) e Guerra (2006) elaboraram algumas recomendações que são úteis ao processo de transcrição:

- 1) Quando as entrevistadas falam na primeira pessoa, a transcrição deve ser integral ao que foi dito;
- 2) Numa primeira fase deve transcrever-se aquilo que se entende na audição, fiel ao que foi dito, deixando espaços brancos no conteúdo que não se percebe, para preencher posteriormente;
- 3) Na segunda fase, deve rever-se a gravação para preencher os espaços vazios;

- 4) Numa terceira e última etapa a investigadora deve editar o texto de forma a que se torne num discurso inteligível, colocando a pontuação correta e suprimindo elementos inúteis. A transcrição 'à letra' do discurso oral não garante um discurso inteligível e, por isso, Bourdieu (1997) lembra que é dever da investigadora simplificar a legibilidade do texto, aliviando-o de frases confusas, de redundâncias verbais ou tiques de linguagem.

Depois da transcrição, o passo seguinte é a **análise**. Existem diversas maneiras de analisar o conteúdo das entrevistas e a sua definição depende sempre dos objetivos da investigação. No caso deste capítulo, utilizaremos o exemplo da análise de conteúdo temática (que pode ser consultada em detalhe no capítulo 10), que é uma das mais utilizadas na entrevista e consiste numa análise descritiva mediante a categorização das entrevistas num conjunto de temáticas definidas (Duarte, 2004; Guerra, 2006).

No caso do exemplo que se tem vindo a seguir, essas temáticas já foram previamente definidas no modelo de análise (tabela 1: canais de comunicação utilizados; fluxos de comunicação predominantes; utilidade dos procedimentos de comunicação; estratégias de motivação e envolvimento dos consumidores; e dificuldades de interação e comunicação). Assim, o passo seguinte será a categorização dos textos das entrevistas de acordo com cada um destes temas, tal como mostra o exemplo da tabela 3¹¹.

No exemplo que se segue (no qual se colocou apenas uma parte das temáticas e das entrevistas), o processo de categorização é feito manualmente. Todavia, existe software de análise qualitativa, como é o caso do Atlas.ti, o NVivo ou o MAXQDA.

Para fazer a análise de forma manual, a melhor maneira é criar uma tabela com as temáticas na coluna esquerda, seguida de uma coluna para cada entrevista da esquerda para a direita, tal como mostra a tabela 3.

11 As afirmações da tabela não são reais e servem apenas como exemplo. Por uma questão de espaço e organização colocaram-se apenas duas temáticas e três entrevistas na exemplificação, mas na situação real a tabela estender-se-ia até às 13 entrevistas.

Tabela 3

Exemplo de categorização das entrevistas por temáticas.

Temáticas	Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3
Canais de comunicação utilizados	"Temos uma reunião semanal para planejar as tarefas e depois vamos conversando uns com os outros nas pausas de almoço ou lanches. Também recebemos alguns emails."	"(...) conversamos muito durante o dia, quando estamos a trabalhar. Também temos algumas reuniões com a chefe."	"Às vezes recebemos emails que dizem os novos clientes que temos. A gerente passa na fábrica muitas vezes e pergunta como estamos."
Estratégias de motivação e envolvimento dos consumidores	"No aniversário recebemos um bônus e um par de sapatos à escolha. E temos muitos jantares ao longo do ano."	"Gosto dos dias em que podemos trazer os nossos filhos à fábrica. Eles ficam felizes. Também gosto dos convívios que fazemos às vezes."	"Temos vários jantares ao longo do ano, para conviver. A chefe deixa-nos sempre sair se precisarmos de ir ao médico ou se tivermos alguma urgência com a família."

A investigadora deve produzir sinopses para cada temática/entrevista. As sinopses são sínteses dos discursos que contêm a mensagem essencial para cada temática e são reproduzidas de forma fiel ao que disseram as entrevistadas. O seu objetivo é reduzir os dados existentes ao conteúdo essencial das entrevistas; permitir uma visão abrangente de todas as conversas; facilitar a comparação de todos os contactos; e ter a percepção da saturação da informação (Guerra, 2006).

Com a construção desta tabela, a investigadora consegue ter uma visão geral dos dados recolhidos e começar a **apresentar e discutir as descobertas** da sua investigação, descrevendo novos pontos de vista de um determinado contexto social. Para o fazer, parte para a interpretação dos fragmentos dos discursos das entrevistas, previamente organizados em torno de categorias, cruzando esse material com a revisão de literatura. Tal interpretação dá origem a um novo texto, que articula as declarações das informantes, promovendo uma espécie de diálogo entre elas, mediante a aproximação das respostas similares e a contraposição das opiniões distintas, de modo a identificar concordâncias e contradições. É assim que a investigadora compreende e descreve um determinado contexto social, à luz das visões dos seus atores (Duarte, 2004).

A figura 2 sintetiza as diferentes etapas e respetivos passos a seguir para preparar, realizar e analisar entrevistas.

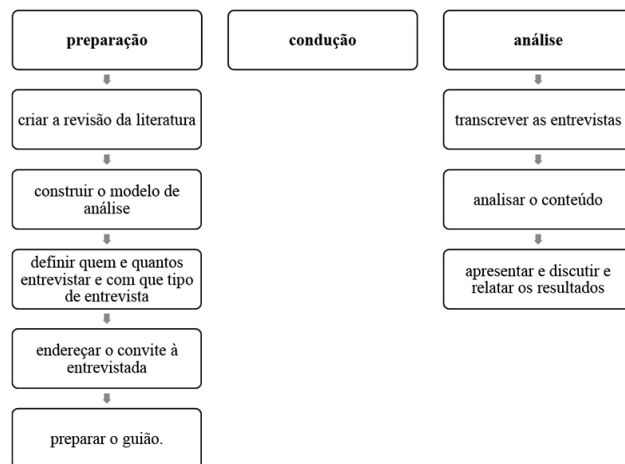


Figura 2
Fases da entrevista.

Como é possível perceber-se, a entrevista é uma técnica flexível que serve muitos propósitos nos Estudos da Comunicação. Trata-se de uma técnica que pode ser aplicada a diversos contextos de investigação e que permite a análise, em profundidade, de determinado contexto ou fenómeno social, tendo como ponto de partida as visões dos seus atores. Todavia, é uma técnica que requer muito tempo e que exige alguma preparação por parte do grupo de investigação.

Este capítulo detalhou todos os passos para preparar e realizar uma investigação que utilize a entrevista como procedimento de recolha de dados, desde a decisão do uso da técnica à análise e apresentação dos resultados. No entanto, a leitura dos restantes capítulos dedicados à investigação qualitativa, elucidará o leitor sobre a melhor estratégia para a sua investigação, seja para determinar o método certo ou para desenhar um estudo com a combinação de múltiplas fontes de evidência, incluindo a entrevista.

Em seguida, apresentam-se um conjunto de referências bibliográficas para todos os leitores que desejem aprofundar o conhecimento e a prática da entrevista.

6.6. Sugestão de leituras

Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. Oxon: Routledge.

Figueira, A. (2017). *Nivelar os pratos da balança – Estudo da Comunicação Organizacional como fator de sustentabilidade nas parcerias estratégicas entre organizações solidárias e empresas*. (Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação), Universidade do Minho, Braga.

Guerra, I. C. (2006). *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo*. Cascais: Principia.

Gubrium, J. F., Holstein, J. A., Marvasti, A. B., Gubrium, J. F., Holstein, J. A., & Marvasti, A. B. (Eds.). (2012). *The SAGE Handbook of Interview Research*. Sage Publications.

Ruão, T. (2008). *A Comunicação Organizacional e os Fenómenos de Identidade: a aventura comunicativa da formação da Universidade do Minho, 1974-2006*. (Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação), Universidade do Minho, Braga.

Referências

- Aberbach, J. D., & Rockman, B. A. (2002). Conducting and Coding Elite Interviews. *Political Science and Politics*, 35(4), 673-676.
- Batista, E. C., Matos, L. A. L. d., & Nascimento, A. B. (2017). A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, 11(3), 23-38.
- Beitin, B. K. (2012). Interview and Sampling: How Many and Whom. In J. F. Gubrium, J. A. Holstein, A. B. Marvasti, & K. D. McKinney (Eds.), *The SAGE Handbook of Interview Research* (pp. 243-253): Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1997). Compreender. In P. Bourdieu, A. Accardo, G. Balazs, S. Beaud, E. Bourdieu, P. Bourgois, S. Broccolichi, P. Champagne, R. Christin, J. P. Faguei, S. Garcia, R. Lenoir, F. Oeuvarard, M. Pialoux, L. Pinto, A. Sayad, C. Soulié, & L. Wacquant (Eds.), *A Miséria do Mundo*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. Oxon: Routledge.
- Duarte, R. (2004). Entrevistas em pesquisas qualitativas. *Educar*(24), 213-225.
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngäs, H. (2014). Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *SAGE Open*, 1-10. <https://doi.org/10.1177/2158244014522633>
- Fraser, M. T. D., & Gondim, S. M. G. (2004). Da fala do Outro ao Texto Negociado: Discussões sobre a Entrevista na Pesquisa Qualitativa. *Paidéia*, 14(28), 139-152.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo Editora Atlas
- Gioia, D. A., & Chittipeddi, K. (1991). Sensemaking and Sensegiving in Strategic Change Initiation. *Strategic Management Journal*, 12(6), 433-448.
- Guerra, I. C. (2006). *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo*. Cascais: Principia.
- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative research design: An interactive approach* (3 ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Moura, F. A., & Rocha, L. L. F. (2017). Memória e história: entrevista como procedimento de pesquisa em Comunicação. *Revista Comunicação Midiática*, 12(2), 161-176.
- Oakley, A. (2017). Interviewing. In B. S. Brennen (Ed.), *Qualitative Research Methods for Media Studies* (pp. 27-60). Nova Iorque: Routledge.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative research and evaluation methods* (2 ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Platt, J. (2012). The History of the Interview. In J. F. Gubrium, J. A. Holstein, A. B. Marvasti, & K. D. McKinney (Eds.), *The SAGE Handbook of Interview Research* (pp. 9-26): Sage Publications.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1995). *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Rosa, M. V., & Arnoldi, M. A. (2014). *A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para validação dos resultados*. São Paulo: Grupo Autêntica.
- Warren, C. A. B. (2012). Interviewing as a Social Interaction. In J. F. Gubrium, J. A. Holstein, A. B. Marvasti, & K. D. McKinney (Eds.), *The SAGE Handbook of Interview Research* (pp. 129-142): SAGE Publications.

Sónia Silva

Faculdade de Letras da Universidade do Porto
scmsilva@letras.up.pt
<https://orcid.org/0000-0002-8166-9851>

7. Grupos focais e investigação-ação. Potencialidades, limites e dilemas

Os grupos focais constituem uma técnica de pesquisa flexível e multifacetada, que oferece amplas potencialidades no quadro da investigação em ciências sociais e humanas e, particularmente, no campo das ciências da comunicação e da investigação-ação. Esta técnica, também designada por entrevista de grupo ou grupos de foco, pressupõe a moderação por parte da investigadora¹², que lança os temas que serão discutidos e confronta os participantes com os eventuais materiais-estímulo que servirão de base à interação grupal. Assim, os grupos focais são mais do que a soma de várias entrevistas individuais e não são uma alternativa mais fácil ou rápida às mesmas. Mais do que o discurso de um dado indivíduo, pretende-se auscultar o discurso social num dado contexto e analisar o modo como os participantes constroem a realidade social em interação. O desenvolvimento de grupos focais é precisamente um meio que permite a emergência destas significações sociais acerca de um determinado tema/problema. Neste capítulo, faremos uma breve referência à história desta técnica de investigação e um enquadramento sobre os seus pressupostos, assim como as suas potencialidades e limites, ilustrando com exemplos recentes de pesquisa.

7.1. Grupos focais: em que consistem?

Os grupos focais consistem em uma técnica de recolha de dados de natureza qualitativa que pode ser utilizada isoladamente, como técnica única, ou em articulação com outras técnicas complementares (de cariz mais qualitativo ou mais quantitativo) em função dos objetivos de investigação, do(s) tema(s) em análise e do contexto de pesquisa.

De uma forma geral, podemos definir os grupos focais como uma “técnica de investigação que recolhe dados através da interação grupal sobre um tema determinado pelo investigador” (Morgan, 1996, p. 130). O carácter distintivo desta técnica prende-se com o facto de esta se constituir enquanto uma interação grupal da qual resulta uma discussão acerca de um determinado tópico/tema e incluir, necessariamente, uma pessoa que assume a função de moderadora, que lança os temas que serão discutidos pelo grupo, que está atenta à interação grupal e que encoraja ativamente a troca de ideias entre os participantes. Os grupos focais constituem uma boa ilustração da máxima da *Gestalt* segundo a qual “o todo é mais do que a soma das partes”, isto é, os grupos focais poderão dar-nos informação mais rica e matizada do que a soma de várias entrevistas individuais e não são uma alternativa mais rápida ou mais fácil, pelo contrário, trata-se de uma técnica de pesquisa particularmente exigente.

De certa forma, pode ser comparável a uma entrevista de profundidade realizada em grupo (Daymon & Holloway, 2010), mas tem a vantagem de possibilitar a realização de

12 Por uma questão de legibilidade do texto e uma vez que este capítulo decorre da nossa experiência enquanto investigadoras, optámos por referir os termos “moderadora” ou “moderadoras” e “investigadora” ou “investigadoras” no feminino, apesar de as normas da língua portuguesa implicarem o uso dos termos no masculino para designar genericamente homens e mulheres. Ao usarmos estes termos no feminino pretendemos incluir todas as pessoas, reconhecendo que a diversidade de género não deve ser restrita ao binarismo masculino versus feminino.

um grande número de entrevistas num espaço de tempo mais reduzido do que no caso de uma sequência de entrevistas individuais e permite, principalmente, observar a dinâmica de interação entre os diferentes participantes. É uma técnica particularmente útil na investigação que aborda temas complexos do ponto de vista social e que envolve crenças e/ou ideologias profundamente enraizadas num dado contexto cultural.

A diferença mais significativa entre um grupo focal e uma entrevista de profundidade é, sem dúvida, a possibilidade de observar as conversas e os comportamentos que se geram entre os vários membros do grupo que, ao contrário da moderadora, não têm como função adotar um papel isento de moderação e, por esse motivo, vão exprimindo os seus pensamentos e opiniões, catalisando, em muitos casos, debates profícuos em torno da construção e negociação de determinadas ideias e significados disseminados na sociedade.

7.2. Contextualização histórica e epistemológica da utilização da técnica de grupos focais na investigação científica

Os grupos focais têm uma história mais longa do que a sua própria nomeação, pois há muito tempo que são usados enquanto técnica de ensino, técnica de pesquisa e técnica de intervenção. No entanto, as primeiras publicações científicas sobre a sua utilização enquanto técnica de pesquisa datam de há cerca de um século. Os autores que se distinguiram como pioneiros no uso dessa técnica tinham em comum a preocupação com a interdisciplinaridade ou transdisciplinaridade – nomeadamente envolvendo antropologia cultural, ciências da educação, psicologia social e sociologia – com objetivos de intervenção e transformação social, o que implica uma atenção particular à pessoa e à sua circunstância - o contexto ou campo social –, inaugurando aquilo que hoje é frequentemente nomeado como metodologias participativas, metodologias feministas ou metodologias decoloniais.

No domínio da psicologia social, destacam-se os trabalhos pioneiros de Kurt Lewin, nos anos trinta e quarenta do século passado, que conduziu um vasto programa de investigação sobre a mudança de atitudes e comportamentos, nomeadamente os comportamentos alimentares durante a Segunda Guerra Mundial, num contexto em que a escassez de carne implicou a fomentação de dietas alternativas. Lewin (1947) demonstrou as potencialidades das dinâmicas de grupo nos processos de mudança social rápida, aspetos que foram aplicados posteriormente em contexto organizacional e também ao nível da propaganda, publicidade, jornalismo, governança, intervenções educativas, psicoterapia, entre outras.

No campo dos estudos sobre comportamento organizacional, os grupos focais obtiveram particular popularidade a partir da década de 1940, nomeadamente no que respeita à investigação e consultoria nas áreas de gestão, formação e desenvolvimento profissional, tendo posteriormente sido usados também como técnica de socialização e também como técnica de recrutamento e seleção. Em contexto

organizacional, os grupos focais têm sido usados para explorar questões como a liderança, a motivação ou a comunicação, o clima e a cultura organizacional, a mudança organizacional ou a gestão de crises. Dentro deste grupo de investigações, podem-se distinguir dois tipos de abordagens: por um lado, as abordagens que se centram no desenvolvimento de competências e satisfação pessoal em contexto laboral; e por outro, as análises preocupadas com a questão da eficácia organizacional e adaptação às contingências e aos mercados (Feijó, 2017). O facto de grandes empresas usarem “dinâmicas de grupo” como técnicas de gestão orientadas para a eficiência organizacional, levou a que os grupos focais sejam, por vezes, instrumentalizados como uma mera técnica de gestão de recursos humanos, com objetivos de controlo social. No entanto, os grupos focais têm enormes potencialidades enquanto técnica de intervenção para a transformação social, como exemplificaremos mais à frente.

É aos sociólogos Robert Merton e Patricia Kendall (1946) que se atribui a prática mais formal ou sistemática desta técnica a que deram o nome de “focused interviewing” (Breakwell et al., 2006). Ao longo da década de 1950, verificou-se um aumento considerável da utilização dos grupos focais em estudos de mercado realizados no contexto de pesquisas de *marketing* e, de facto, foram, e ainda são, um método privilegiado em estudos de prospeção de mercado para avaliar a reação de consumidores e suas preferências face a potenciais produtos ou serviços (Anderson, 1990; Denscombe, 2007; Patton, 2002; Wisker, 2001).

Todavia, os grupos focais, provaram-se muito úteis para analisar temas das ciências sociais e a realização de grupos focais tornou-se uma prática frequente na década de 1980 e uma técnica particularmente popular na área das ciências sociais. Nos anos 90, houve um aumento exponencial de trabalhos científicos publicados em que a técnica de grupos focais era empregada e esse crescimento prosseguiu na viragem do século (Breakwell et al., 2006).

Os grupos focais também têm sido utilizados em projetos de investigação-ação junto de grupos desfavorecidos ou subalternizados, nomeadamente no quadro de projetos de desenvolvimento comunitário e consciencialização política. Por exemplo, os projetos enquadrados na chamada “pedagogia de libertação” (Freire, 1978), no sentido de educar e apetrechar grupos desfavorecidos ou oprimidos com as ferramentas necessárias para a sua emancipação social. Paulo Freire (1978) designa como metodologias de ensino participativas e métodos de “pesquisa dialógico”, que passam pela interação e diálogo em grupo, orientado por princípios inerentes às chamadas epistemologias da libertação (Chaparro & de Andrés, 2022).

O facto de o diálogo e a partilha de experiências durante os grupos focais, poderem funcionar como impulsionadores de um processo de mudança pessoal e coletiva, constitui uma das mais-valias desta técnica, que pode ter um carácter transformador para a própria pessoa que está a exercer o papel de moderadora.

No campo da psicoterapia, os grupos focais têm sido amplamente usados enquanto técnica no quadro da psicoterapia sistémica, nomeadamente na psicoterapia de

grupo e familiar. No campo da saúde pública e na área da psicologia comunitária e ambiental, os grupos focais têm sido uma ferramenta essencial para a investigação sobre comportamentos de risco e sobre estratégias de adaptação em situações de grande adversidade, que exigem mudanças comportamentais rápidas, como a situação que vivemos em contexto de pandemia de COVID-19.

As informações recolhidas nos grupos focais podem ser bastante úteis para a definição de políticas de saúde ou estratégias de intervenção culturalmente delicadas, relacionadas com a alteração de práticas comportamentais enraizadas no sentido de reduzir vulnerabilidades individuais e/ou societais, como, por exemplo, a fomentação de comportamentos ambiental e socialmente responsáveis.

Os grupos focais têm sido usados nas mais variadas áreas das ciências da comunicação, desde o jornalismo (Lobo & Cabecinhas, 2013; Magalhães et al., 2015), relações públicas, marketing e publicidade (Daymon & Holloway, 2010; Greenbaum, 1998; Grunig, 1990; Stewart & Shamdasani, 2017), a comunicação intercultural (Pereira et al., 2019), etc. Os grupos focais constituem uma técnica particularmente útil nos estudos sobre identidades sociais (por exemplo, sobre os significados sociais da “masculinidade” ou da “portugalidade”), os processos de discriminação social (nomeadamente, sexismos, racismos e outros ismos; Santos et al., 2014), as representações sociais (por exemplo, imagens construídas por jovens sobre “heróis nacionais” ou sobre determinado acontecimento da história; Feijó & Cabecinhas, 2009), assim como de dinâmicas de grupo (relacionadas com comportamentos de dominação ou de contestação à ordem dominante), entre inúmeros outros assuntos, como veremos nas secções seguintes.

7.3. Potencialidades e desafios na utilização da técnica de grupos focais em diferentes contextos de investigação

Uma das principais forças dos grupos focais é o facto de esta técnica nos permitir explorar de uma forma aprofundada questões complexas relacionadas com as motivações que estão por trás de determinados comportamentos, através da análise das dinâmicas de grupo que surgem no contexto das conversas entre participantes (Morgan & Krueger, 1993). Esta dimensão de análise vai bastante além do mecanismo de pergunta/resposta da entrevista tradicional pois engloba uma vertente de interação argumentativa, relativamente livre, que vai fluindo entre os indivíduos que participam no grupo e que pode assumir diferentes dinâmicas bastante úteis na análise de diversos fenómenos sociais complexos.

Ou seja, como referimos anteriormente, as conversas que se desenvolvem no âmbito de grupos focais são mais do que a mera soma de um conjunto de entrevistas separadas. Isto acontece porque, rapidamente, a moderadora deixa de ser a única a fazer perguntas e as pessoas começam a colocar questões entre si, a tecer comentários ao que vai sendo dito, a fazer críticas com maior ou menor intensidade, esforçando-se,

frequentemente, por explicar os seus pontos de vista umas às outras, ou mesmo por fazer prevalecer as suas opiniões. Os participantes do grupo podem assumir comportamentos de concordância e discordância, confrontação ou provocação, que são importantes catalisadores do debate de ideias e que a moderadora, em linha com a isenção que o seu papel requer (Dawson et al., 1993; Morgan, 1997), não tem a mesma margem para fazer.

Contudo, a moderadora, mesmo quando tenta ser o mais isenta possível, acaba de alguma forma por ser vista como representante de um dado grupo social. Por exemplo, por mais imparcial que a moderadora de um grupo focal sobre sexismo tente ser, o simples facto de ser mulher pode levar a ser percebida como estando de um determinado lado (Lobo & Cabecinhas, 2013).

Estas diferentes dinâmicas de grupo que podem surgir no âmbito de um grupo focal, fornecem dados valiosos para a compreensão da formação e negociação de significados e pontos de vista numa lógica social.

Outra grande força dos grupos focais prende-se com a vertente da investigação-ação. A confrontação de um grupo de pessoas com determinadas questões (como por exemplo, temas associados a questões de género, a relações raciais, a assimetrias na distribuição de poder, a questões relacionadas com a poluição e a pegada ambiental, entre outros) e as conversas que daí surgem, serve mais do que o propósito da recolha de perspetivas e opiniões sobre os temas em análise e funciona também como um importante contexto de reflexão coletiva em torno dos conceitos debatidos, conceitos esses que, frequentemente, são tomados como “dados adquiridos”, isto é, estão de tal forma enraizados na cultura do grupo, que não costumam ser questionados.

Desta reflexão surgem, por vezes, mudanças de ponto de vista ou a atenuação de posições mais extremas. No contexto de um grupo focal, não é raro observar-se pessoas que entram no debate agarradas a um determinado ponto de vista para, ao longo do grupo focal, irem ajustando, moderando ou, mesmo, alterando, essa perspetiva inicial em função das linhas de argumentação que vão sendo apresentadas, das informações que vão sendo fornecidas tanto pela moderadora como pelos restantes participantes e até mesmo, pelo simples facto, de as pessoas reconhecerem que nunca tinham refletido verdadeiramente sobre o fundamento das suas opiniões e o porquê de pensarem daquela determinada forma.

Este exercício de questionamento de significados e crenças é, em si mesmo, uma forma de atuação/ativismo junto da comunidade, na medida em que não é só a investigadora que sai do grupo focal provida dos pontos de vista e das dinâmicas de interação dos participantes, mas, em alguns casos, também acontece que os participantes deixam o grupo focal enriquecidos com propostas de formas alternativas de pensar um determinado problema social e/ou novas possibilidades de interpretação de significados que nunca tinham questionado antes. Alguns exemplos desta vertente de investigação-ação dos grupos focais serão dados mais à frente.

Apesar da grande utilidade desta técnica na abordagem de temas sociais complexos, é preciso notar que existem algumas situações em que a utilização de grupos focais não é recomendada. Por exemplo, se queremos analisar as relações de poder entre dois grupos associados a diferentes posições hierárquicas. Imaginemos que pretendemos analisar a existência de mecanismos de discriminação na progressão na carreira dentro de uma determinada área profissional. Poderíamos escolher uma empresa para analisar esta problemática e realizar um conjunto de grupos focais onde exploraríamos os critérios e razões para a progressão e/ou não progressão na carreira das pessoas que trabalham na organização, tendo em conta não só o tipo de função desempenhada e o nível hierárquico, mas também questões profissionais/sociais mais amplas.

Contudo, não podemos esquecer que, para que as conversas entre os participantes de um grupo focal se desenvolvam “naturalmente”, as pessoas envolvidas não devem, em qualquer circunstância, sentir que podem vir a ser prejudicadas pelo facto de exprimirem as suas ideias. Neste caso, um grupo focal que juntasse membros da administração e funcionários com posições hierárquicas mais baixas dificilmente produziria uma conversa baseada nas perspetivas destes últimos, já que, muito possivelmente, se sentiriam constrangidos a dirigir críticas aos seus superiores hierárquicos.

Uma situação deste tipo pode ser contornada através da realização de grupos focais de composição distinta. Por exemplo: a realização de grupos focais constituídos apenas por pessoas com cargos semelhantes. Ainda assim, a realização de grupos focais com pessoas que trabalham juntas todos os dias e que são convidadas a questionar a justiça dos critérios de progressão na carreira dentro da sua empresa, comporta um risco demasiado elevado de comprometimento da honestidade das opiniões apresentadas. A probabilidade de obtermos discursos “artificiais” aumenta em função do facto de, apesar do sigilo garantido pela moderadora, o participante estar consciente de que está a proferir as suas opiniões na presença de outras pessoas, suas colegas de trabalho, que poderão não oferecer as mesmas garantias de confidência. Neste tipo de contextos, em que os participantes podem sentir que a expressão dos seus pensamentos pode dar origem a consequências negativas na sua vida pessoal, podemos dizer que o grau de fiabilidade dos pontos de vista expressos é consideravelmente reduzido, pelo que se deve ponderar a utilização de outras técnicas.

No exemplo anterior, debatemos como em determinadas circunstâncias pode não ser aconselhável a realização de grupos focais com pessoas situadas em diferentes posições hierárquicas em termos profissionais, mas tal precaução é válida também para outros casos em que o estatuto social das pessoas em interação é percebido como extremamente assimétrico.

Por exemplo, se pretendemos estudar o idadismo, é conveniente não misturar no mesmo grupo crianças, adolescentes e adultos, não só pelas assimetrias de poder, mas também pelo tipo de linguagem e vocabulário usado em situações “naturais” de interação. A opção, mais uma vez, poderá passar por organizar diferentes grupos

focais, “homogêneos” do ponto de vista do grupo etário ou geração, usando em cada situação uma linguagem adaptada a cada grupo.

O mesmo se poderá dizer para situações que envolvam processos de mudança comunitária que requerem a participação de pessoas de diferentes classes sociais e grupos profissionais. As pessoas que não tiveram acesso à educação formal e que exercem profissões às quais é atribuído baixo estatuto social podem sentir-se intimidadas e retrair-se em uma interação grupal que envolva pessoas com um estatuto social percebido mais elevado e/ou que usam uma linguagem que não compreendem. Em tais situações, a entrevista individual poderá ser mais apropriada.

O facto de a moderadora falar de determinada forma e usar determinado vocabulário, rapidamente leva a que seja percebida como *insider* ou *outsider* a determinado grupo, o que poderá ter consequências muito significativas na interação. O facto de a moderadora ser vista como uma *insider* pode ser uma vantagem, mas também uma desvantagem: pode mais facilmente conquistar a confiança dos participantes e a interpretação dos resultados pode beneficiar do conhecimento prévio das circunstâncias e experiências vividas. No entanto, também pode condicionar enormemente o diálogo, nomeadamente quando os participantes não se sentem identificados com o seu grupo de pertença, o que poderá colocar sérios entraves ao fluir do diálogo.

Na verdade, na maior parte dos casos, a moderadora é simultaneamente *insider* e *outsider*, dependendo da “identidade” que for tornada saliente durante a interação. Ora, frequentemente as pessoas são recrutadas para participar em determinado grupo focal em função de determinada pertença grupal ou identidade social inferida (sexo, idade, profissão, habilitações literárias, país de origem) e a “identidade” percebida da moderadora pode ter um peso enorme no desenvolvimento da interação. Em alguns casos, um determinado sotaque, uma expressão verbal ou um gesto podem determinar que uma identidade “invisível” se torne “visível” e altere a dinâmica da interação. Tal torna-se particularmente crítico quando a pesquisa envolve assuntos “sensíveis” (por exemplo, migrações “clandestinas”) e “minorias invisíveis” que poderão ser voluntária ou involuntariamente reveladas na interação.

Resumindo, a técnica dos grupos focais apresenta enormes vantagens, nomeadamente a flexibilidade: a moderadora pode adaptar o seu vocabulário e a ordem das questões em função do contexto. Pretende-se que o desenrolar do debate propicie um diálogo aberto, fluido, entre os participantes, o que proporciona à investigadora acesso a múltiplos sentidos que caracterizam o comportamento social. As conversas espontâneas conduzem a uma dinâmica própria que pode proporcionar resultados inesperados e assim ajudar no desenvolvimento de novas perspectivas teóricas ou modelos de intervenção. Os grupos focais proporcionam a percepção da amplitude e diversidade de experiências, opiniões e dilemas no quotidiano, assim como a compreensão da forma como as pessoas, em conjunto, (re)constróem e dão significado às suas vivências e à realidade social envolvente.

No que toca às limitações, destacamos as dificuldades inerentes à organização e condução dos grupos. Por exemplo, um dado participante pode reclamar a autoridade para representar o ponto de vista dos outros e tentar conduzir o debate e a conversa pode desviar-se para assuntos que não são os prioritários na “agenda” da investigadora, podendo ser difícil refocar o grupo no assunto principal em análise. Além disso, as pressões implícitas de desejabilidade social podem condicionar fortemente o diálogo assim como os fenómenos de polarização em grupo.

Colocam-se também importantes desafios ao nível da interpretação do discurso dos participantes. Este não deve ser dissociado do contexto do debate e das características do grupo específico em interação, ou seja, os “resultados” obtidos não permitem a generalização.

7.4. Implementação prática: do planeamento à execução

A organização de grupos focais requer um planeamento logístico considerável quando comparada com outros tipos de entrevista.

Desde logo, é necessário conciliar a disponibilidade dos elementos do grupo e da moderadora (ou moderadoras) o que nem sempre é fácil, dado que o tempo de realização de um grupo focal dificilmente será inferior a uma hora, podendo ser bastante mais longo em função do número de elementos e do grau de participação dos mesmos. Por este motivo, os participantes devem ser contactados atempadamente.

Na realização dos convites para a participação num grupo focal a investigadora deve explicitar os objetivos da realização do mesmo e, nomeadamente, o âmbito temático da investigação (Dilshad & Latif, 2013).

A literatura nesta área recomenda que um grupo focal deva ter entre seis a dez ou doze participantes (Anderson, 1990; Denscombe, 2007; Macintosh, 1981; Morgan, 1997; Patton, 2002; Ritchie et al., 2013; Stewart & Shamdasani, 2017), mas existem exemplos de investigações realizadas com grupos mais pequenos, de quatro pessoas (Kitzinger, 1995), ou maiores (Goss & Leinbach, 1996), de quinze pessoas.

O **número de pessoas por grupo focal** deverá levar em conta o grau de envolvimento dos participantes com o tema ou o potencial de desenvolvimento do tema em foco. Quanto mais elevados forem estes dois fatores, maior será a probabilidade de os participantes estarem dispostos a falar durante muito tempo sobre o tema, o que poderá prolongar bastante a duração do grupo focal e dificultar a possibilidade de garantir que todos os participantes têm oportunidade de exprimir as suas perspetivas numa proporção equilibrada. Por outro lado, se se tratar de um tema controverso e o grupo for composto por um número elevado de elementos, a investigadora poderá ter mesmo dificuldades em manter as suas funções de moderação no debate.

O **local de realização do grupo focal** é outro aspeto que deve ser cuidadosamente ponderado. Dentro do possível, deve ser um local *prático* para todos os participantes,

neutro do ponto de vista de eventuais associações positivas ou negativas aos temas em análise (Powell & Single, 1996), *isento de ruídos de fundo* que dificultem a gravação ou a compreensão das intervenções de todas as pessoas presentes, *confortável* em termos de temperatura ambiente, luz e instalações para que as pessoas não sintam pressa de sair e *privado*, isto é, um local onde a possibilidade de haver interrupções de terceiros seja muito baixa.

Um aspeto muito importante a ter em conta é tentar proporcionar aos participantes uma interação em situação de igualdade. Se as pessoas estiverem sentadas à volta de uma mesa retangular, algumas pessoas ficarão imediatamente em posição de vantagem na interação enquanto outras são remetidas para as margens.

Cadeiras iguais para todas as pessoas e uma mesa redonda será o ideal, pois proporciona linhas de comunicação simétricas. Quando não há mesa redonda podemos simplesmente dispensar a mesa, mas isso costuma causar algum desconforto quando as pessoas estão habituadas a ter uma mesa para escrever ou poisar os braços. Por outro lado, a falta de mesa pode acarretar dificuldades na gravação (onde vamos colocar os gravadores?) e a realização de pequenos exercícios de papel e lápis, que são frequentemente requeridos no início da interação. As chamadas cadeiras de auditório, com uma parte para escrever, costumam ser uma solução viável, mas é importante a sala dispor de “cadeiras para canhoto”, pois o facto de uma pessoa canhota estar sentada cerca de duas horas em cadeiras que são ergonómicas só para destros coloca a pessoa canhota em situação de desvantagem.

No entanto, há situações em que tais questões de mesas e cadeiras simplesmente não se colocam. Por exemplo, se estamos a realizar uma investigação em contextos rurais desfavorecidos, a situação de conforto exige pelo menos a sombra de uma árvore. O facto de optarmos por realizar o grupo focal à sombra de uma árvore, num salão de igreja, na junta de freguesia ou outra autoridade local, posiciona e projeta uma determinada identidade da própria moderadora. Se a moderadora estiver sentada em uma cadeira enquanto os participantes estão no chão, tal reifica imediatamente uma hierarquia entre investigadora – investigado, minando assim todo o processo.

Conforto significa também ter água para beber e algo para comer, sobretudo nos casos em que as pessoas tiveram de deslocar-se para participar no grupo focal. Em alguns contextos, espera-se que o tempo das pessoas seja pago ou haja alguma recompensa material por participar na investigação, mesmo quando isso não está anunciado, o que poderá causar dissabores quando as pessoas perderam um dia de trabalho sem qualquer gratificação para participar, por exemplo, em estudos sobre dinâmicas sociais em situações de deslocação forçada devido a grandes obras públicas no interior de Moçambique (Feijó, 2017).

No decorrer do grupo focal **a moderadora** assume um papel muito importante na organização e condução do debate. Segundo alguns autores, é importante que a moderadora seja alguém capaz de adotar um comportamento que permita aos participantes sentirem-se suficientemente seguros e/ou confortáveis para exprimirem as

suas opiniões com sinceridade. Este tipo de comportamento inclui evitar a realização de qualquer tipo de julgamento (seja por palavras, expressões faciais ou gestos), respeitar os participantes e as suas opiniões, manter a mente aberta em relação ao que é dito, mostrar paciência e flexibilidade, saber liderar um debate e observar atentamente os participantes (Dawson, Manderson & Tallo, 1993; Morgan, 1997).

No início da realização do grupo focal, é aconselhável a recolha de um conjunto de dados sociodemográficos sobre os participantes (idade, profissão, etc.) que permita uma caracterização inicial da amostra. Estas informações podem variar em função dos propósitos da investigação.

No caso de grupos focais muito grandes, recomenda-se que os participantes sejam convidados a preencher um pequeno formulário antes do início do debate. Tratando-se de um número reduzido de elementos, estas informações podem ir sendo pedidas pela moderadora e ficar gravadas para posterior transcrição.

Quanto ao **tipo de perguntas** que se coloca no contexto de um grupo focal, estas devem ser questões abertas e de natureza “qualitativa”. Devem evitar-se questões de resposta “sim” ou “não”. A moderadora deverá encorajar as pessoas a explicar, o mais claramente possível, as motivações que consideram estar por trás das suas opiniões e pontos de vista, no entanto, não numa ótica do “porquê?” mas sim numa perspetiva de “pode explicar melhor?” (Anderson, 1990).

No que respeita ao **número de perguntas** a realizar num grupo focal, devemos ter em atenção que as respostas tendem a ser bastante mais demoradas do que numa entrevista tradicional, devido ao número de pessoas que vão responder à mesma questão.

Por outro lado, no início de um grupo focal, é normal que as pessoas se sintam um pouco contidas, especialmente quando estão entre desconhecidos. Por este motivo, as primeiras questões de um grupo focal têm, normalmente, como função “quebrar o gelo”, ou seja, gerar um grau de à-vontade entre moderadora e participantes que possa ser suficiente para que as informações dadas sejam o mais honestas possível.

As atividades de “quebrar o gelo” podem, por exemplo, consistir em uma tarefa de associação livre de palavras sobre determinado tema, fazer um desenho ou escolher uma fotografia para ilustrar um determinado fenómeno (Cabecinhas, 2009; Carvalho et al., 2011).

O segundo conjunto de questões será, então, formulado em função dos propósitos da investigação que se está a realizar.

Dilshad & Latif (2013) aponta como referência um conjunto de cinco a seis questões abertas no total. De um modo geral, será importante que o “guião” da entrevista caiba em uma página, para que a moderadora possa visualizar o guião na totalidade a cada momento.

Outra decisão importante a tomar é o **número ideal de grupos focais a realizar**. Este número varia em função dos objetivos da investigação e, de acordo com Gondim (2003, p. 154), “o indicador deve ser a saturação das alternativas de resposta. Dito de outro modo, quando os grupos não são capazes de produzir novidades nas suas discussões é sinal de que se conseguiu mapear o tema para os quais a pesquisa foi dirigida”.

Já Morgan (1996) aponta como referência para um projeto científico que utilize a técnica de grupos focais, a realização de entre quatro a seis grupos focais. O autor considera que este número será suficiente para recolher toda a informação necessária, até ao ponto de “saturação”, isto é, quando deixa de emergir informação nova e a moderadora já consegue começar a prever o que vai ser dito nos grupos focais seguintes. No entanto, é importante ter em conta que tal número diz respeito a uma pesquisa que decorre em determinado contexto específico. Por exemplo, caso a investigação tenha como objetivo comparar diferentes contextos culturais, poderá ser necessário fazer esse número de grupos focais em cada um desses contextos (por exemplo, reações face ao novo acordo ortográfico em diferentes países de língua portuguesa, Carvalho et al., 2014).

Prevalece algum consenso na literatura em relação à utilização do mesmo conjunto de questões em todos os grupos focais, no entanto, este pressuposto não tem um carácter obrigatório. Existe a possibilidade de ir adicionando ou retirando perguntas ou temas em função da observação dos seus efeitos nos grupos, à medida que estes vão sendo realizados. Aqui, a investigadora pode tirar partido da sua própria aprendizagem na abordagem das questões e decidir fazer ajustes de grupo focal para grupo focal.

Contudo, a uniformização de um conjunto de questões tem como vantagem a diminuição do grau de variação dos temas das conversas e o aumento da possibilidade de estabelecer comparações diretas na análise dos resultados dos grupos. Esta vantagem é particularmente útil quando a investigação tem como objetivo comparar as perspetivas de diferentes categorias de participantes (Merton et al., 1956/1990).

Convém salvaguardar, contudo, que, mesmo quando se tem como ponto de partida um conjunto fixo de questões, a moderadora pode, com base nas suas experiências, ir variando a forma como aborda temas, modificando a ordem em que as questões são introduzidas, entre outras pequenas alterações que lhe pareçam benéficas para o decorrer das conversas. Por outro lado, as próprias dinâmicas argumentativas que emergem nos diferentes grupos focais podem fazer variar o curso do debate e os temas abordados.

A **composição dos grupos focais**, no que respeita à escolha dos participantes, também deve ser cautelosamente pensada em função dos temas a debater e dos objetivos da investigação. Em geral, presume-se que, para assegurar que ocorra um certo grau de interação entre as pessoas, convém escolher participantes que tenham algumas características em comum, contudo, se alguns autores advogam a vantagem de utilizar grupos de participantes bastante “homogéneos” (Dawson et al.,

1993; Morgan, 1997), outros consideram que os grupos “heterogêneos” podem ser mais produtivos em termos de resultados (Anderson, 1990, Khan et al., 1991). Mas, como referimos na secção anterior, todos nós pertencemos a diferentes grupos e temos diferentes identificações sociais, por isso, quando nos referimos a grupos “homogêneos” estamos a referir-nos a grupos percebidos como homogêneos numa dada dimensão, que é considerada particularmente relevante para a pesquisa em questão: por exemplo, em uma investigação sobre questões de género nas notícias, será importante realizar grupos só com homens e outros só mulheres, mas também grupos mistos (Lobo, 2011).

Os participantes devem ser selecionados pela investigadora de acordo com as suas características e o seu grau de envolvimento com a problemática em análise. Este tipo de amostragem seletiva e intencional (*purposive sampling*) é considerada a mais adequada para a técnica de grupos focais (Dawson et al., 1993; Morgan, 1997; Patton, 2002). A amostragem aleatória não faz sentido neste caso, dado que os participantes podem não ter quaisquer pontos de referência que lhes permita debater os temas escolhidos o que invalidaria de imediato a relevância da realização do grupo focal.

Em muitos casos, a amostragem aleatória não só não faz sentido, como é impossível. Por exemplo, se desejarmos fazer uma investigação sobre racismo que envolva amostras aleatórias de grupos racializados em Portugal, tal será impraticável pois os censos portugueses não permitem a identificação “étnico-racial”¹³, o que coloca dificuldades acrescidas a este tipo de investigação. A inexistência de dados estatísticos oficiais referentes à identificação racial e étnica tem colocados sérios entraves à pesquisa nesta área em Portugal e também à definição de políticas públicas com o objetivo de promover maior equidade e justiça social na sociedade portuguesa. Embora o tema tenha ganhado recentemente maior visibilidade mediática e reconhecimento a nível governamental, mudanças efetivas poderão ainda demorar.

O **recrutamento** dos participantes para os grupos focais deve ser realizado com bastante antecedência pois, habitualmente, é um processo demorado. A ideia é sempre procurar pessoas com as características que consideramos mais adequadas ou úteis à investigação que está a ser desenvolvida.

13 Não cabe aqui discutir diversas questões importantes no que toca aos conceitos subjacentes à forma como habitualmente são designados diversos grupos humanos em termos de “género”, “idade”, “classe”, “raça”, “grupo étnico”, etc., e suas articulações com as assimetrias de poder (para uma discussão ver Cabecinhas, 2017). Neste sentido, aqui limitamo-nos a usar a designação presente no debate sobre o tema na esfera governamental, nomeadamente no Despacho n.º 7.363/2018, que institui a criação do Grupo de Trabalho *Censos 2021 – Questões Étnico-Raciais*. De referir que a recomendação do referido grupo de trabalho para a inclusão de uma questão sobre o grupo *étnico-racial* nos censos de 2021 foi vetada pelo Instituto Nacional de Estatística. De referir ainda que, embora a luta anti-racista tenha uma longa história em Portugal (e.g. Domingues, 2022), o racismo só se tornou um tópico incontornável da agenda mediática e política há escassos anos atrás. Em finais de 2020, o Conselho Nacional de Educação no quadro da *Recomendação sobre Cidadania e Educação Antirracista*, recomenda “a recolha de dados sobre raça e etnia na caracterização de aluna/os dos vários níveis e sistemas de ensino” (2020, p. 5), sem especificar como tal poderá ser operacionalizado. Estamos, portanto, face a recomendações que visam colmatar a falta de dados estatísticos considerados fundamentais, mas sobre os quais não há consenso quanto ao tipo de categorização e ao modo de operacionalização.

Pode utilizar-se a técnica do “boca-a-boca”, isto é, começar por contactar as pessoas que têm as características que pretendemos e que estão mais ao nosso alcance, por diferentes razões, e, posteriormente, pedir a essas pessoas contactos de outras com características semelhantes (Burgess, 1996). Também se pode fazer a divulgação da necessidade de participantes para os grupos através de pessoas que têm acesso privilegiado a muitos elementos de grupos sociais que podem constituir-se como participantes relevantes para os grupos focais que queremos realizar ou fazendo apelos através de posters ou panfletos em locais chave (Holbrook & Jackson, 1996). Atualmente, a publicação de *posts* nas redes sociais ou em grupos online particularmente associados aos públicos que pretendemos abordar, também pode ser um método muito eficaz.

Em muitos casos¹⁴, pode ser bastante difícil conseguir a participação do número desejado de pessoas para compor os grupos focais previstos. Por vezes, a oferta de algum tipo de contrapartida pode ajudar a desbloquear essa dificuldade (pequenos presentes, bonés, *vouchers*, etc.) (Feijó, 2017; Lobo, 2006).

À partida, as pessoas terão maior predisposição para participar se se sentirem, de alguma forma, envolvidas com o tema em análise. Mas, por vezes, são precisamente as pessoas que não se interessam pelo tema que queremos envolver. Por exemplo, quando estudámos questões relacionadas com racismo e sexismo, se apelássemos à participação num estudo sobre racismo e sexismo, isso poderia captar apenas a atenção das pessoas que já estavam sensibilizadas para o assunto, por isso optámos por convidar as pessoas para um estudo sobre a memória (Cabecinhas, 1994) ou para debater um assunto da atualidade (Santos et al., 2014).

Alguns desafios que a investigadora pode esperar na utilização desta técnica, podem ocorrer em praticamente todas as etapas descritas anteriormente. Desde logo, o não comparecimento dos participantes na data e local combinado. Por este motivo, aconselha-se a recrutar um número de pessoas ligeiramente superior ao pretendido por grupo focal, para que, caso alguém falte, o grupo possa ser realizado na mesma.

Apesar dos cuidados na escolha do local, também aqui podem surgir imprevistos: umas obras ruidosas nas redondezas ou uma utilização inesperada do espaço por terceiros podem prejudicar muito, ou mesmo inviabilizar, a gravação de um grupo focal. Seria bom ter um local alternativo para o caso de algo imprevisto acontecer, mas nem sempre é fácil ter essa possibilidade.

As conversas entre os participantes também podem tomar rumos desafiantes para a moderadora. Como já foi referido, é possível que surja alguém que se sobreponha sistematicamente aos restantes participantes ou que tenha um ascendente inesperado sobre o resto do grupo e de que a moderadora não tinha conhecimento prévio (por exemplo, um papel hierarquicamente superior na comunidade dos participantes, uma função de líder, etc.). A presença de alguém com estas características poderá ter

14 Neste caso, o estudo consistiu numa série de tarefas de memorização da informação em função do sexo ou da cor da pele das pessoas-alvo, isto é, recorremos a medidas implícitas (Cabecinhas, 1994).

o efeito indesejado de “silenciar” ou constranger fortemente o à-vontade dos restantes participantes, pelo que deve ser evitada, mas, na maior parte dos casos, será difícil antecipar tal situação.

Outros desafios que a moderadora pode ter de enfrentar prendem-se com discussões ou tomada de posições agressivas ou extremistas entre os participantes. A moderadora deve procurar ter uma postura apaziguadora de convite à reflexão sobre diferentes pontos de vista e tentar não deixar que os debates acesos adquiram a forma de discussões violentas, que podem acabar por sair do âmbito dos propósitos do grupo focal e do controlo da moderadora. Estas situações parecem ser mais comuns em grupos focais que lidam com temas polémicos e que reúnem elementos heterogéneos com perspetivas muito diferentes sobre um mesmo tema. Por exemplo, num estudo sobre as representações de género nos telejornais nacionais, verificou-se que os grupos exclusivamente femininos ou exclusivamente masculinos mostravam uma maior tendência para o consenso no que respeitava ao reconhecimento (ou não) da existência de assimetrias de género e às causas socioculturais para a persistência dessas assimetrias. Contudo, nos grupos mistos, era mais comum observar uma tendência para discussões mais exaltadas entre homens e mulheres, assim uma maior polarização de opinião opostas que, em alguns casos, exigiam da moderadora um esforço constante para apaziguar o tom do debate e para manter o foco dos participantes nos temas em análise (Lobo, 2011).

No início do grupo focal a moderadora deverá relembrar o motivo da realização do grupo, indicando os objetivos gerais da investigação que está a ser realizada. Recomenda-se que, ao convidar os participantes, se refira o facto de que as conversas serão gravadas (som e, eventualmente, imagem) e utilizadas para fins científicos. Também é importante referir que a identidade das pessoas envolvidas será protegida, que os seus nomes verdadeiros nunca serão utilizados, sendo substituídos por nomes fictícios, e que serão retiradas da transcrição quaisquer informações que permitam identificar os participantes. A questão do **consentimento informado** é crucial e deve ser novamente abordada antes de dar início à gravação. Poderá ser aconselhável, sobretudo nos casos em que se faz registo de imagem, pedir aos participantes que assinem um documento em que concordam com as condições de realização e gravação dos grupos focais.

A questão do agradecimento é também fundamental. Os grupos focais implicam, quase sempre, uma disponibilidade considerável de quem participa, seja pelo tempo despendido, seja pela necessidade de fazer deslocações ou alterações de agenda. Por estes motivos, a moderadora deverá mostrar gratidão pela presença das pessoas e salientar a importância do seu contributo para a investigação em curso.

No final, em sinal de cortesia, a moderadora poderá reforçar os agradecimentos iniciais, enfatizando o valor dos contributos prestados ao longo das conversas. Por uma questão de respeito para com os participantes, deverá mostrar-se disponível para esclarecer dúvidas, trocar contactos e explicar em que moldes é que a informação

recolhida será utilizada (elaboração de artigos científicos, teses, estudos exploratórios, etc.).

Um aspeto importante a ter em conta é a **duração** do grupo focal. O grau de polémica em torno de determinada questão e o nível de complexidade de certos temas poderão levar a que as discussões em grupo sejam demoradas. No entanto, é importante não prolongar demasiado as discussões para evitar o cansaço dos participantes. Geralmente, os grupos focais têm uma duração entre os 80 minutos, no mínimo, e 120 minutos, no máximo. Todavia, por vezes, quando se desliga o gravador é precisamente quando a conversa começa a aquecer! Outras vezes, as pessoas acharam a interação tão gratificante que querem continuar a discussão. Ou seja, o encerramento formal do grupo focal não invalida que a discussão continue de forma informal. Nesse sentido, é aconselhável não agendar grupos focais em horários consecutivos, pois poderá ser necessário continuar o diálogo com os participantes mais tempo do que o inicialmente previsto. Após o debate, importa realizar o *debriefing*, clarificando os objetivos específicos da pesquisa, e disponibilizar tempo para o esclarecimento de alguma questão, curiosidade ou preocupação que possam ser levantadas no momento em que se fazem as despedidas. É importante a moderadora estar disponível para o *follow-up*, caso os participantes desejem receber mais informação ou os resultados da investigação realizada.

A realização dos grupos focais pode conjugar vários procedimentos de recolha de dados. Como já referimos, poderá ser realizado um exercício de “quebra-gelo” em que os participantes sejam envolvidos inicialmente em tarefas de autoexpressão.

Por exemplo, com crianças, é habitual começar por pedir para fazerem um desenho. Pode ser um desenho completamente livre ou já sobre um tema relevante para a investigação, por exemplo, fazer um desenho sobre o seu passatempo preferido. Em grupos de adultos não é tão comum o recurso à técnica do desenho para começar o grupo focal, mas pode ser também bastante útil, por exemplo, pedir para cada um desenhar o mapa-mundo e depois começar o diálogo, levando-os a discutir a perspectiva da qual partiram para desenhar o seu “mapa-mundo”, o que poderá constituir um importante exercício de consciencialização para a importância da descolonização do pensamento e do conhecimento.

As investigadoras poderão também preparar **materiais-estímulo** para gerar a discussão: notícias, comunicados de imprensa, etc. Por exemplo, em uma pesquisa sobre os processos de produção de informação sobre alterações climáticas nos *media* portugueses, Carvalho et al. (2011) realizaram dois grupos focais com profissionais da comunicação para analisar, entre outras, as seguintes questões: de que modo é que os critérios de noticiabilidade, as normas jornalísticas e as rotinas profissionais condicionam a produção noticiosa e moldam o discurso mediático sobre alterações climáticas? Qual a relação com as fontes? Qual o peso da cultura mediática no exercício do jornalismo sobre as questões ambientais? (p.146).

Um dos grupos focais foi desenhado para ser um grupo “homogéneo” do ponto de vista profissional - todos os participantes tinham, no mínimo, três anos de experiência

em jornalismo. O outro grupo focal foi desenhado para ser “heterogéneo” em termos do tempo de experiência no mundo do jornalismo e também em termos da diversidade de funções e do tipo de meios de comunicação, incluindo imprensa (diários e semanários), rádio e televisão.

As sessões foram iniciadas com as boas-vindas, uma breve apresentação e o preenchimento de uma ficha para caracterização dos participantes, que incluía um exercício de associação livre de palavras¹⁵ sobre “alterações climáticas”, tendo-se seguido a entrevista coletiva com base em guião previamente elaborado. A meio da sessão, no sentido de simular o modo como são tomadas decisões diariamente por jornalistas e editores, foi realizado um exercício com comunicados de imprensa (material-estímulo). Os participantes foram convidados a ler e discutir dois comunicados com estilos bastante distintos, produzidos por instituições diferentes – um de uma associação ambientalista e outro de um ministério governamental.

Os participantes foram ainda envolvidos em uma tarefa de escolha de imagem para ilustrar uma peça noticiosa sobre alterações climáticas, de entre um conjunto de imagens distribuídas. Essas imagens (material-estímulo) não tinham quaisquer legendas nem informação de contextualização, cabendo aos participantes dialogar entre si no sentido de escolher uma imagem para simbolizar as alterações climáticas. De notar que este estudo foi realizado em abril de 2007, antes da atribuição do prémio Nobel da Paz a Al Gore e ao Painel Intergovernamental para as Alterações Climáticas pelo esforço de produção e disseminação de conhecimento acerca das alterações climáticas, tema até então praticamente ausente da agenda mediática.

O registo dos grupos focais é, habitualmente, uma das grandes dificuldades desta técnica. Ao contrário do modelo tradicional da entrevista, em que alguém faz perguntas e alguém responde, de forma alternada, num grupo focal há vários intervenientes e é muito comum as pessoas tenderem para se interromperem umas às outras e falarem ao mesmo tempo. A própria identificação da voz dos participantes na gravação pode levantar dúvidas na transcrição.

Pode ser útil realizar o grupo focal com mais do que uma moderadora ou, pelo menos, contar com a presença de um assistente que esteja familiarizado com os objetivos do projeto. Tirar notas pode ajudar, mais tarde, a identificar os diferentes interlocutores.

Recomenda-se que a transcrição seja realizada o mais brevemente possível e pela própria moderadora ou moderadoras, pois a memória recente do grupo focal poderá ser um auxiliar determinante na correta identificação das vozes e, por vezes, mesmo de algumas palavras que possam não ter ficado bem audíveis, bem como no registo de outros elementos relevantes como a postura, gestos, etc., que possam não ter

15 A Técnica de Associação Livre de Palavras (TAPL) é considerada como bastante apropriada para a realização de estudos exploratórios na medida em que permite a recolha de respostas espontâneas, minimizando as distorções que possam ser criadas por questões fechadas utilizadas em inquéritos por questionário ou sondagens de opinião (Cabecinhas, 2009; Carvalho et al., 2011).

ficado devidamente registados. Para este efeito poderão, também, utilizar-se técnicas como as descritas abaixo.

A transcrição da interação grupal deverá incluir não apenas a mera transcrição verbal, mas dar conta o mais fielmente possível da dinâmica relacional, seja na partilha de risos ou mesmo choros, seja a entoação e o volume de voz, quando tal é relevante: gritos ou sussurros, por exemplo. É também importante a moderadora estar atenta aos gestos dos participantes. Tal poderá ser facilitado pela gravação em vídeo, mas nem sempre tais gravações são possíveis ou desejáveis. No caso de haver assistente/s de observação, estes poderão ser munidos com uma grelha de interação (Carvalho et al., 2011) que ajudará a localizar determinado momento crítico ou determinado gesto que complementa o que foi dito, permitindo apreender a carga emocional que não é expressa em palavras.

Por exemplo, veja-se o seguinte excerto da transcrição de um grupo focal integrado numa pesquisa sobre representações da história de Moçambique (Feijó & Cabecinhas, 2009), que envolveu estudantes universitários de Maputo:

- (Pedro, 23 anos) Eu só acho que a época atual é a melhor época para se aceder na política [riso geral]
- (Eduardo, 23 anos) Temos que entrar, porque não sei. Cabe-se a cada um de nós expressar.
- (Sara, 22 anos) Mas porquê nesta altura? [bate nas costas do colega]
- (Eduardo, 23 anos) Ganha-se muito dinheiro agora. [riso geral]

O facto da Sara (nome fictício) ter batido nas costas do colega dá-nos a chave de interpretação para este diálogo, que remete para uma crítica que dificilmente seria expressa em palavras no contexto em questão (para uma discussão mais aprofundada, ver Feijó, 2017).

7.5. Conjugação da técnica de grupos focais com outras técnicas de análise

Como já referimos, os grupos focais podem ser usados como técnica única numa determinada pesquisa, mas o mais comum é combinar técnicas na análise de determinada problemática, por exemplo, combinar grupos focais com entrevistas individuais para aprofundamento de determinada questão (nomeadamente com informantes privilegiados, geralmente pouco disponíveis para participar em sessões de grupo), inquéritos por questionário, análise documental, experimentação no laboratório e no terreno, etc. No que diz respeito a temas complexos, como por exemplo, os processos de mudança comportamental em situações de crise, como vivemos no contexto da pandemia de COVID-19, nenhuma técnica por si só é suficiente para investigar toda a complexidade inerente aos fenómenos que estamos a experienciar. Nestes casos, é particularmente relevante aquilo que usualmente se designa como “triangulação metodológica” (e.g. Cabecinhas, 2009), uma vez que cada metodologia apresenta potencialidades e limites específicos.

Frequentemente, as pesquisas seguem um percurso cíclico. Num primeiro momento são especialmente úteis técnicas mais abertas, nomeadamente a observação, entrevistas individuais ou em grupo, e outras técnicas exploratórias (como, por exemplo, a já referida TAPL). Num segundo momento, geralmente, são usadas técnicas mais estruturadas que permitem aprofundar determinado aspeto da problemática em análise (nomeadamente os inquéritos por questionário, experimentação). Num último momento, as investigadoras recorrem novamente a técnicas menos estruturadas no sentido de encontrar possíveis respostas para aspetos que ficaram por esclarecer nas fases anteriores ou então novas questões que, entretanto, foram levantadas. Assim, os grupos focais constituem uma técnica muito útil, quer nas fases iniciais quer nas fases derradeiras de um determinado programa de investigação. Por exemplo, num dos casos atrás referidos, a pesquisa empírica sobre racismo começou precisamente com a realização de grupos focais, sendo que as informações recolhidas foram usadas para as fases subsequentes da investigação, nomeadamente experiências em laboratório e inquéritos por questionário (Cabecinhas, 1994, 2017).

A comparação dos resultados convergentes e divergentes obtidos através de diversas técnicas, permite averiguar as dimensões estruturantes de uma dada problemática e confere maior segurança ao trabalho interpretativo. No entanto, é importante não esquecer que, por mais completo e esmerado que seja o programa de pesquisa delineado, os resultados obtidos, e também a forma como são interpretados, “serão sempre contingentes a um determinado momento histórico e contexto cultural específico” (Cabecinhas, 2009, p. 64). Nesse sentido, os estudos comparativos afiguram-se como particularmente relevantes, pois permitem analisar linhas de convergência e de divergência em contextos culturais distintos ou outros momentos históricos.

7.6. Estratégias de abordagem de temas polémicos ou “sensíveis”

Como fomos referindo ao longo deste capítulo, a grande vantagem da utilização dos grupos focais como metodologia é o facto de podermos observar a dinâmica de interação entre os participantes e a forma como, em conjunto, constroem e negociam perspetivas e significados. Esta vantagem é particularmente interessante na abordagem de temas tipicamente considerados “sensíveis”, como são aqueles que envolvem estereótipos muito enraizados num dado contexto cultural ou em determinado grupo. Contudo, abordar estes temas e mesmo conseguir captar o interesse das pessoas para falar sobre estes assuntos, pode ser particularmente desafiante. Nesta secção, vamos dar alguns exemplos de investigações em que foi necessário recorrer a estratégias que permitissem contornar algumas destas dificuldades.

Começamos por um estudo realizado sobre a integração de mulheres e homens em cursos de engenharia e respetivas perspetivas de carreira (Lobo, 2006). Esta investigação foi desenvolvida com base numa revisão da literatura que revelava que as mulheres tendiam (mais do que os homens) a desistir das licenciaturas em engenharia onde a percentagem de homens era muito elevada e que, nos casos em que

conseguiram terminar a licenciatura com sucesso, era frequente não chegarem a exercer a profissão de engenheiras ou, então, não progrediam na carreira da mesma forma que os seus pares homens. Partindo destes dados, procurou-se realizar um conjunto de grupos focais (femininos, masculinos e mistos) numa Faculdade de Engenharia portuguesa com alunos de quatro licenciaturas em engenharia: duas licenciaturas que tinham a percentagem mais baixa de mulheres inscritas e duas licenciaturas com a taxa mais alta de mulheres inscritas. Inicialmente, procurou-se, com o apoio de docentes da Faculdade e através da afixação de posters, recrutar participantes para debater este tema no âmbito da realização de grupos focais. A investigadora teve mesmo a oportunidade de aparecer, brevemente, no contexto de algumas aulas das licenciaturas para convidar os alunos à participação, explicando a importância do estudo. Estes esforços obtiveram resultados muito aquém das expectativas e o número de pessoas interessadas em participar foi baixíssimo. Para além disso, logo nesta fase do processo, alunos e alunas não deixaram de manifestar desagrado pelo tema da investigação, fazendo comentários que revelavam que consideravam que o tema não merecia ser discutido por se tratar de algo que se encontrava “resolvido” há muito tempo. Esta reação por parte do público-alvo dos grupos focais levou a que a investigadora tivesse de considerar outras estratégias para conseguir recrutar participantes para a constituição dos grupos. Uma vez que se tratava de uma investigação integrada num projeto financiado, decidiu-se destinar uma parte do orçamento disponível à aquisição de cheques Fnac que seriam entregues, como compensação, aos alunos que aceitassem integrar os debates dos grupos focais. Esta mudança de estratégia veio melhorar consideravelmente o processo de recrutamento de participantes.

Contudo, as dificuldades não terminaram por aí. No contexto dos grupos focais, a investigadora percebeu rapidamente que se tratava de um tema de abordagem muito difícil e que provocava grande relutância nos participantes. Houve mesmo um caso de uma aluna que, perante a pergunta sobre a existência ou não de discriminação de género na sua licenciatura, considerou a questão tão “desatualizada” (palavra utilizada pela própria) que abandonou o grupo focal a meio. Face a este ambiente de desinteresse e quase repulsa generalizada, a moderadora aumentou o número de questões de “quebra-gelo”, deixou de enfatizar a questão do género na explicitação dos objetivos da investigação, referindo-se genericamente às questões relacionadas com a integração nas licenciaturas e na Faculdade e passou a abordar os temas pretendidos a partir de outros ângulos. Por exemplo, pedia aos participantes que referissem situações desagradáveis que tivessem experienciado durante o primeiro ano da licenciatura, tanto nas atividades de integração com os colegas (por exemplo, as atividades da praxe) como na adaptação ao sistema de ensino e aos docentes.

Curiosamente, e apesar da recusa em reconhecer a existência de mecanismos de discriminação de género, nestes grupos focais, as participantes desvelaram uma grande quantidade de situações de discriminação de género durante as atividades da praxe (que iam desde atitudes discriminatórias ao uso constante de linguagem extremamente sexista no tratamento das “caloiras”) e também por parte de alguns docentes que chegavam a insinuar que as mulheres não eram “talhadas” para profissões da

área da engenharia e que a sua presença naquelas licenciaturas era mesmo algo “contra-natura” (Lobo, 2006).

Uns anos mais tarde, num estudo sobre as representações de género nos telejornais nacionais (Lobo, 2011), aproveitando a aprendizagem que tinha feito com o estudo anterior, a moderadora planeou de forma diferente o modo como iria introduzir o tema, utilizando termos genéricos para descrever os objetivos da investigação¹⁶. Esta estratégia tinha como objetivo conseguir juntar nos grupos focais, pessoas com diferentes perspetivas sobre o tema em análise. Vejamos, se o tema for anunciado como um estudo sobre discriminação de género, temos uma enorme probabilidade de atrair apenas participantes que se sintam identificados com os problemas da discriminação de género e que vão, provavelmente, produzir debates tendencialmente consensuais que, na análise dos resultados, reverterão na (falsa) ideia de que a sociedade está, de um modo geral, plenamente consciente dos mecanismos de discriminação de género atualmente existentes.

No entanto, ao generalizarmos o âmbito da investigação falando, por exemplo, num estudo sobre a qualidade dos conteúdos dos telejornais nacionais, aumentamos a possibilidade de incluir, na nossa análise, pessoas que defendam perspetivas diferentes no que respeita às questões de género. O confronto de ideias e modos de pensar diferentes é de extrema importância na análise de temas relacionados com estereótipos e requer frequentemente a combinação de diferentes estratégias para conseguirmos que as pessoas falem abertamente sobre a forma como realmente pensam estas questões. Por outro lado, os conceitos em debate estão, por vezes, de tal forma enraizados e internalizados que pode ser necessário utilizar materiais ou exemplos concretos que convidem a uma reflexão coletiva sobre um fenómeno social que sabemos existir, mas que parece ser invisível aos olhos da maioria.

No caso deste estudo sobre as representações de mulheres e homens nos telejornais, o recrutamento de participantes foi mais fácil do que no exemplo anterior, mas conseguir que o tema do género fosse debatido no contexto dos grupos foi, igualmente, um desafio. Por exemplo, na maioria dos grupos focais realizados, mesmo após o conjunto de questões de “quebra-gelo”, era muito comum os participantes considerarem que a discriminação de género era um “não-assunto”, algo que não valia a pena perder tempo a debater. Quando questionados sobre a quantidade de mulheres e homens que apareciam nos telejornais e sobre os papéis sociais em que eram representados, respondiam com frequência que era genericamente igual.

Sabendo, com base em múltiplos estudos nacionais e internacionais, que as assimetrias de género nos conteúdos eram uma realidade, a moderadora optou por levar para os grupos focais uma gravação de excertos de telejornais de dias anteriores à data de realização do grupo. Estas gravações eram realizadas aleatoriamente, mas revelavam uma discrepância sistemática na representação de mulheres e homens

16 Nos casos em que tal estratégia é usada, os objetivos específicos da investigação devem ser devidamente contextualizados e explicados aos participantes depois da realização do grupo focal, na fase de *debriefing*.

nos conteúdos dos telejornais portugueses em linha com o que a literatura na área indicava. Após o visionamento da gravação, os participantes eram convidados a comentar o número de mulheres e homens representados, os papéis que desempenhavam nos conteúdos visionados e este exercício levava a que as pessoas comesçassem a refletir sobre causas explicativas para o facto de não observarem, naquelas gravações, uma situação de paridade de género que consideravam existir. Estas reflexões em grupo, esta busca de razões para as assimetrias observadas permitiu analisar formas de construir significados estereotipados e muito enraizados na cultura portuguesa, como por exemplo:

“Na minha opinião, homens e mulheres têm igual validade nas opiniões que possam emitir, mas numa reportagem como a que acabámos de ver, o que normalmente são chamados são os líderes das coisas e os líderes das coisas são homens, logo, são os líderes que são chamados.” (José, 32 anos, grupo focal masculino, Ciências da Comunicação)

7.7. Sugestões para a análise dos grupos focais

As transcrições dos grupos focais podem ser analisadas com recurso a diferentes técnicas. Uma das técnicas mais utilizadas é a análise por categorias que pode ser feita com recurso a *softwares* especializados para análise quantitativa de textos (como, por exemplo, o NVivo). Neste caso, sugere-se que, após uma leitura cuidada de todas as transcrições, a investigadora vá identificando categorias de análise que depois poderão ser divididas em subcategorias. Os excertos das transcrições serão “arrumados” em função dessas categorias o que permitirá ter uma ideia do volume de participantes e da quantidade de palavras que foram afetadas a cada categoria e subcategoria. Por exemplo, no caso do estudo sobre os conteúdos dos telejornais numa perspetiva de género, foram criadas categorias como “o género como não assunto”, “identificando assimetrias de género nos telejornais” ou “perspetivas tranquilizadoras sobre as desigualdades de género nos telejornais”, entre outras. Esta categorias mais abrangentes foram depois desdobradas em outras subcategorias que agregavam linhas de argumentação semelhantes. Por exemplo, dentro da categoria “perspetivas tranquilizadoras sobre as desigualdades de género nos telejornais”, foram criadas as subcategorias: “a ideia de que existe uma evolução positiva: com o tempo as desigualdades de género vão deixar de existir”; “teoria da meritocracia: há menos mulheres em cargos de poder porque têm menos mérito”; “particularização: a assimetria não existe, estamos perante um caso específico que não reflete a generalidade”; “ausência de mulheres: não vemos mulheres a comentar assuntos da atualidade porque não há mulheres especialistas nessas áreas”, etc. (Lobo, 2011).

A análise dos dados pode ser, também, realizada com recurso à análise crítica do discurso ou “grounded theory”, embora, considerando a extensão das transcrições que habitualmente resultam deste tipo de abordagem, deve-se ter em conta que esta opção pode tornar-se extremamente morosa.

Cabe a cada investigadora considerar qual a melhor estratégia de análise face aos objetivos da investigação e às condições em que esta decorre, nomeadamente o tempo de que dispõe para a análise dos dados e a redação do relatório de investigação ou dissertação, assim como a eventual urgência em intervir na resolução de determinado problema social que esteja inerente a um dado programa de investigação-ação. Não nos cabe propor receitas “universais”, até porque isso seria desvirtuar precisamente uma das grandes potencialidades desta técnica de investigação, que é a sua flexibilidade. Assim, não há respostas certas ou erradas, desde que aja um profundo respeito pela pessoa humana e pela sua diversidade.

7.8. Sugestões de leitura

Carvalho, A., Pereira, E., & Cabecinhas, R. (2011). O trabalho de produção jornalística e a mediatização das alterações climáticas. In A. Carvalho (Ed.), *As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos* (pp. 145-173). Grácio Editores. <http://hdl.handle.net/1822/27581>

Carvalho, M., Cabecinhas, R., & Magalhães, L. (2014). (Des)Acordo Ortográfico em foco: representações sociais de estudantes brasileiros e portugueses. In M. L. Martins, R. Cabecinhas, L. Macedo, & I. Macedo (Eds.), *Interfaces da Lusofonia* (pp. 152-166). Universidade do Minho, CECS. <http://hdl.handle.net/1822/29768>

Lobo, P., & Cabecinhas, R. (2013). Perspectivas de género no acesso ao espaço público mediatizado: Refletindo sobre os conteúdos noticiosos do telejornal. *Estudos em Comunicação*, 13, 195-236. <http://hdl.handle.net/1822/25336>

Magalhães, S. I., Cerqueira, C., Cabecinhas, R., & Nogueira, C. (2015). Aceitar, rejeitar ou questionar? Análise crítica de discursos de jovens sobre políticas de igualdade”. *Media & Jornalismo*, 14(1), 15-32. <http://hdl.handle.net/1822/37997>

Pereira, A. C., Macedo, I., & Cabecinhas, R. (2019). Lisboa africana no cinema: conversas em sala de aula sobre Li ké terra e Cavalo Dinheiro. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 6(1), 115-135. <https://doi.org/10.21814/rlec.383>

Referências

Anderson, G. (1990). *Fundamentals of educational research*. The Falmer Press.

Breakwell, G. M., Hammond, S. E., Fife-Schaw, C. E., & Smith, J. A. (2006). *Research methods in psychology*. Sage.

Burgess, J. (1996). Focusing on fear: the use of focus groups in a project for the Community Forest Unit, Countryside Commission. *Area*, 28(2), 130-135.

Cabecinhas, R. (1994). *Assimetrias na percepção dos outros: para uma abordagem psicossociológica do processamento da informação sobre grupos sociais*. Dissertação de Mestrado. ISCTE-UIIL.

Cabecinhas, R. (2009). Investigar representações sociais: Metodologias e níveis de análise. In M. M. Baptista (Ed.), *Cultura: Metodologias de Investigação* (pp. 51-66). Ver o Verso Edições. <http://hdl.handle.net/1822/9644>

Cabecinhas, R. (2017). *Preto e Branco. A naturalização da discriminação racial*. Húmus, 2.ª edição. http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/issue/view/233

Carvalho, M., Cabecinhas, R., & Magalhães, L. (2014). (Des)Acordo Ortográfico em foco: representações sociais de estudantes brasileiros e portugueses. In M. L. Martins, R. Cabecinhas, L. Macedo, & I. Macedo (Eds.), *Interfaces da Lusofonia* (pp. 152-166). Universidade do Minho, CECS. <http://hdl.handle.net/1822/29768>

- Carvalho, A., Pereira, E., & Cabecinhas, R. (2011). O trabalho de produção jornalística e a mediatização das alterações climáticas. In A. Carvalho (Ed.), *As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos* (pp. 145-173). Grácio Editores. <http://hdl.handle.net/1822/27581>
- Chaparro, M., & de Andrés, S. (2022). *Comunicación radical. Despatriarcalizar, decolonizar y ecologizar la cultura mediática*. Gedisa.
- Dawson, S., Manderson, L., & Tallo, V. L. (1993). *A manual for the use of focus groups*. International Nutrition Foundation for Developing Countries.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2010). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. Routledge.
- Denscombe, M. (2007). *The good research guide for small-scale social research projects*. (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Dilshad, R. M., & Latif, M. I. (2013). Focus group interview as a tool for qualitative research: An analysis. *Pakistan Journal of Social Sciences*, 33(1), 191-198
- Domingues, M. (2022). *A Afirmação Negra e a Questão Colonial*. Ensaio e seleção de J. L. Garcia. Tinta da China.
- Dilshad, R. M., & Latif, M. I. (2013). Focus group interview as a tool for qualitative research: An analysis. *Pakistan Journal of Social Sciences*, 33(1), 191-198.
- Feijó, J. (Coord.) (2017). *Metodologias de Investigação: experiências de pesquisa em contextos moçambicanos*. Escolar Editora.
- Feijó, J., & Cabecinhas, R. (2009). Representações da história de Moçambique por parte de estudantes universitários de Maputo. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*, 7, 37-52. <http://hdl.handle.net/1822/11739>
- Freire, P. (1978). *Pedagogia do oprimido*. Paz e Terra.
- Gaskell, G. (2003). Entrevistas individuais e grupais. In Bauer, M. W. & Gaskell, G. (Eds), *Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático* (pp. 64-89). Petropolis: Vozes [Qualitative researching with text, image and sound. Sage].
- Gondim, S. (2003) Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. *Paidéia*, 12(24), 149-161.
- Goss, J. D., & Leinbach T. R. (1996). 'Focus groups as alternative research practice', *Area*, 28(2): 115-23
- Greenbaum, T. L. (1998). *The handbook for focus group research*. Sage.
- Grunig, L. A. (1990). Using focus group research in public relations. *Public Relations Review*, 16(2), 36-49.
- Holbrook, B., & Jackson, P. (1996). Shopping around: focus group research in North London. *Area*, 136-142.
- Khan, M. E. et al. (1991). The use of focus groups in social and behavioural research: Some methodological issues. *World Health Statistics Quarterly*, Vol. 414.
- Kitzinger, J. (1995). Qualitative research: introducing focus groups. *Bmj*, 311(7000), 299-302.
- Lewin, K. (1947). Frontiers in Group Dynamics: II. Channels of Group Life; Social Planning and Action Research. *Human Relations*, 1(2), 143-153.
- Lobo, P., Silveirinha, M. J., Torres da Silva, M., & Subtil, F. (2017). "In Journalism, We Are All Men" Material voices in the production of gender meanings. *Journalism Studies*, 18(9), 1148-1166.
- Lobo, P. (2011). Desigualdades de género no acesso à esfera pública: uma análise crítica dos conteúdos noticiosos televisivos. *Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho*, Braga.

- Lobo, P. (2006). 'Ciência, Tecnologia e Comunicação – dimensões de género no ensino da engenharia'. *Faculdade de Letras da Universidade do Porto*.
- Lobo, P., & Cabecinhas, R. (2013). Perspectivas de género no acesso ao espaço público mediatizado: Refletindo sobre os conteúdos noticiosos do telejornal. *Estudos em Comunicação*, 13, 195-236. <http://hdl.handle.net/1822/25336>
- Macintosh, J. (1981). 'Focus groups in distance nursing education', *Journal of Advanced Nursing*, 18, 1981-1985.
- Magalhães, S. I., Cerqueira, C., Cabecinhas, R., & Nogueira, C. (2015). Aceitar, rejeitar ou questionar? Análise crítica de discursos de jovens sobre políticas de igualdade". *Media & Jornalismo*, 14(1), 15-32. <http://hdl.handle.net/1822/37997>
- Merton, R. K. (1987). The focussed interview and focus groups: Continuities and discontinuities. *The Public opinion quarterly*, 51(4), 550-566.
- Merton, R. K., Fiske, M., & Kendall, P.L. (1956/1990). *The Focused Interview*. Free Press. 2nd ed.
- Morgan, D. L. (1996). Focus groups. *Annual review of sociology*, 22(1), 129-152.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus groups as qualitative research* (2nd ed.). Sage.
- Morgan, D. L., & Krueger, R. A. (1993). When to use focus groups and why. *Successful focus groups: Advancing the state of the art*, 1, 3-19.
- Pereira, A. C., Macedo, I., & Cabecinhas, R. (2019). Lisboa africana no cinema: conversas em sala de aula sobre Li ké terra e Cavalo Dinheiro. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 6(1), 115-135. <https://doi.org/10.21814/rlec.383>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative evaluation and research methods*. (3rd ed.). Sage.
- Powell, R. A., & Single, H. M. (1996). Focus groups. *International journal for quality in health care*, 8(5), 499-504.
- Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, R. (Eds.) (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. Sage.
- Santos, A., Cabecinhas, R., & Cerqueira, C. (2014). Leer, Interpretar y (Re)construir: Percepciones de Jóvenes sobre las Mujeres en la Política. *Communication Papers*, 5, 74-90. <http://hdl.handle.net/1822/33041>
- Stewart, D. W., & Shamdasani, P. (2017). Online focus groups. *Journal of Advertising*, 46(1), 48-60.
- Wisker, G. (2001). *The postgraduate research handbook*. Palgrave.

Agradecimentos

Este capítulo foi desenvolvido no âmbito do projeto “Migrações, media e ativismos em língua portuguesa: descolonizar paisagens mediáticas e imaginar futuros alternativos” / “Migrations, media and activism in Portuguese language: decolonising mediascapes and imagining alternative futures” (PTDC/COM-CSS/3121/2021), financiado por fundos nacionais através da Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT). Agradecemos a Luiza Lins e Sandra Marinho a sua leitura atenta da versão anterior deste capítulo. Agradecemos ainda a todas as pessoas que participaram nos grupos focais que realizámos em projetos anteriores.

Rosa Cabecinhas

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho
cabecinhas@ics.uminho.pt
<https://orcid.org/0000-0002-1491-3420>

Paula Lobo

Investigadora Independente
paulaalobo@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-4176-8983>

8. Observação: participante e não participante, direta e indireta

8.1. O que é a observação?

A observação é um método de investigação largamente utilizado nos diversos ramos da ciência. A história de Isaac Newton, que formulou a sua teoria sobre a gravidade ao observar uma maçã que lhe caiu na cabeça enquanto bebia chá debaixo de uma macieira, é um dos mais famosos relatos de como a observação nos pode levar a fantásticas descobertas científicas. Mais recentemente, Jane Goodall atraiu o interesse do mundo científico ao mostrar os resultados dos seus estudos observacionais com primatas. Ao observar sistematicamente ao longo de várias décadas grupos de chimpanzés na Tanzânia, Jane Goodall descobriu que estes fazem e usam ferramentas, caçam e têm um comportamento social semelhante ao dos humanos.

A observação pode ser considerada tanto um método quanto uma técnica, dependendo do contexto em que é utilizada. Enquanto método, a observação define-se como o processo sistemático de recolha de dados e recorre ao uso dos sentidos para perceber e documentar o que está a acontecer numa dada situação. Como técnica, a observação refere-se à abordagem ou estratégia específica empregada dentro do método mais amplo de observação. Envolve o uso de diretrizes, protocolos ou ferramentas específicas para aumentar a eficácia e a confiabilidade do processo de observação. De uma forma geral, neste capítulo a observação é tratada como método, sendo feita a referência a técnicas específicas quando necessário.

8.2. Observação nas Ciências da Comunicação

O uso de observação é também uma ferramenta frequentemente usada no âmbito dos estudos das Ciências da Comunicação. Um dos mais conhecidos trabalhos académicos que recorreram à observação é o estudo desenvolvido por Jenkins (2012), que durante mais de uma década estudou uma comunidade de fãs, quebrando a barreira investigador, objeto, assumindo-se como um dos fãs: “eu descobri que abordar a cultura popular como fã me dá novas perspectivas sobre os media, libertando-me de categorias circunscritas e suposições de crítica académica permitindo-me jogar com materiais textuais” (Jenkins, 2012, p. 5).

Esta abordagem de Jenkins ao método é uma forma de observação participante e direta (que definiremos de seguida), e, não sendo a única possível, é frequentemente usada no âmbito dos estudos culturais. Num outro exemplo, desta vez na área da comunicação organizacional, Browning (1978) recorreu a entrevistas e à observação direta e não participante para obter descrições detalhadas sobre a comunicação interpessoal num ambiente organizacional e sobre as variáveis que influenciam a maneira como os indivíduos comunicam.

Como podemos ver pelo exemplo do uso da observação por Jenkins (2012) e Browning (1978), este é um método que se enquadra no tipo de estudos realizados nas diferentes áreas das Ciências da Comunicação. Podemos definir a observação como um método quantitativo ou qualitativo, dependendo do tipo de dados recolhidos,

que providencia a oportunidade de estudar indivíduos em situações reais. É uma forma de fazer estudos de campo em que as observações são feitas em contexto real e onde não há o controlo que é típico noutras abordagens, como as experiências ou os questionários. A vantagem da observação é permitir que a equipa de investigação estude as pessoas no seu ambiente nativo, a fim de entender o mundo na sua perspetiva (Baker, 2006).

No âmbito da observação, há várias escolhas metodológicas que a equipa de investigação pode fazer, dependendo da sua questão de investigação. Neste capítulo vamos distinguir entre quatro modalidades: participante, não participante, direta e indireta. Como veremos a seguir, estas modalidades não são exclusivas. Por exemplo, é possível realizar um estudo recorrendo à observação participante e indireta. Vamos começar por definir e dar alguns exemplos do que cada um destes tipos de observação implica no contexto das Ciências da Comunicação.

8.2.1. Observação participante e observação não participante

A distinção que é mais comum encontrar na literatura, sobretudo nos estudos relacionados com as Ciências da Comunicação, é entre observação participante e não participante.

A observação participante implica que a equipa de investigação integra as atividades desenvolvidas pelos indivíduos que estão sob observação. O exemplo que demos anteriormente do estudo de Jenkins (2012) poderá enquadrar-se aqui, uma vez que a equipa de investigação se assumiu como um dos fãs que se propunha estudar. Outro exemplo é o trabalho desenvolvido por Erjavec (2004), que recorreu à observação participante para estudar o uso de discurso promocional em peças jornalísticas. O uso da observação participante faz sentido nos estudos das Ciências da Comunicação quando a equipa de investigação é parte da comunidade observada. Por exemplo, quando um dos jornalistas da redação faz parte do estudo ou um dos designers do atelier ou um dos gestores de conta de uma agência de comunicação estão sobre observação.

A observação não participante é uma técnica de investigação na qual a equipa de investigação observa os sujeitos do seu estudo, com o conhecimento destes, mas sem participar ativamente na situação observada. O estudo de Browning (1978) é um exemplo do uso da observação não participante, uma vez que a equipa de investigação observou os indivíduos de uma organização para estudar a comunicação interpessoal, mas assumiu-se sempre como uma figura externa à organização. Um outro exemplo do uso de observação não participante é o estudo de Boesman et al. (2015), no qual a equipa de investigação se dedicou a tentar perceber os fatores que influenciam as preferências dos jornalistas por determinadas fontes noticiosas na produção de notícias. Esta técnica é também útil para outros estudos das Ciências da Comunicação. Por exemplo, a observação não participante pode aplicar-se a estudos

que pretendem entender o consumo de conteúdos mediáticos pelos jovens ou a comunicação entre pessoas com diferentes hierarquias dentro de uma organização.

8.2.2. Observação direta e observação indireta

A observação direta é um método de recolha de dados em que a equipa de investigação observa os indivíduos no seu ambiente natural, sem alterar esse ambiente. A observação direta é usada quando o objetivo é avaliar um processo, evento ou situação de comportamento contínuo ou quando o fenómeno em estudo possa ser fisicamente observado. O estudo de Bunce (2019) é um exemplo do uso da observação direta. Neste estudo, o autor propôs-se entender o que acontece quando há conflito entre as motivações de lucro de um meio de comunicação e os valores profissionais dos seus jornalistas. Para tal, durante o período de observação, Bunce (2019) trabalhou numa das secretárias da redação, onde estava cercado de jornalistas enquanto estes conversavam, colaboravam, reuniam, faziam telefonemas e passavam os dias de trabalho. Como o leitor provavelmente já se terá apercebido, a observação direta poderá ser quer participante, quer não participante.

Por sua vez, a observação indireta é uma modalidade relativamente recente no que toca aos diferentes tipos de observação (Anguera et al., 2018) e resulta da necessidade de recolher informação sobre uma ocorrência que não pode ser observada diretamente, cabendo à equipa de investigação deduzir os acontecimentos que poderão levar a e/ou explicar essa ocorrência. Em grande parte, envolve a categorização e análise de material gerado indiretamente, a partir de transcrições de gravações de áudio de comportamento verbal em ambientes naturais (por exemplo, debates ou conversas) ou diretamente de narrativas (por exemplo, *tweets*, discursos ou documentos de arquivo). Um exemplo prático do uso da observação indireta nas Ciências da Comunicação é o estudo de Waldvogel (2007), que analisou 515 mensagens de email para estudar os efeitos do uso de diferentes cumprimentos e frases de despedida em contexto de trabalho, em várias organizações. Estudos como o de Waldvogel teriam lugar no âmbito da comunicação interna e da cultura organizacional, mas também noutros cenários em que a equipa de investigação tem acesso a diferentes peças de comunicação. Este tipo de observação é especialmente relevante, caso a equipa de investigação esteja a trabalhar com um tópico da esfera digital, onde o volume e a velocidade da informação tornarão mais difícil adotar a observação direta (apesar de não ser, ainda assim, sempre impossível).

A equipa de investigação que opte pela observação indireta deverá considerar consultar recursos sobre análise de conteúdo, pois as semelhanças em termos de recolha e análise de dados são óbvias. Assim sendo, não nos estenderemos muito neste capítulo acerca desta forma de observação.

Exercício 1: De acordo com as definições anteriormente apresentadas, assinale com um X o tipo de observação que deverá ser usada para estudar as questões elencadas.

	Observação participante	Observação não participante	Observação direta	Observação indireta
1) Que dinâmicas de comunicação interna adotam as equipas criativas em agências de comunicação?				
2) Como interagem os adolescentes com os media tradicionais?				
3) Como se relacionam fontes e jornalistas em momentos de comunicação de crise?				
4) Que assuntos da atualidade suscitam mais comentários de ódio nos fóruns de discussão online dos jornais portugueses?				

Solução:

- 1) Qualquer tipo de observação pode ser adequado, sendo que o observador pode ser membro da equipa ou apenas observador e pode ter acesso aos dados primários ou secundários, se optar por analisar trocas de mensagens escritas, por exemplo. Contudo, não aconselhamos o uso estrito de observação indireta neste caso, dado que muitas das dinâmicas criativas acontecerão fora dos momentos de comunicação formal.
- 2) Qualquer tipo de observação pode ser adequado, podendo os adolescentes pertencer ao agregado familiar do observador (observação participante) ou o observador pode observar as dinâmicas diárias dos adolescentes sem ter participação no ambiente (observação não participante); a observação pode ser direta ou indireta, por exemplo através da análise de gravações de adolescentes a interagir com media tradicionais.
- 3) Observação participante, direta e indireta. Neste caso não se aplicará a observação não participante, uma vez que no típico relacionamento entre fontes e jornalistas será muito difícil a um observador externo ao ambiente compreender em profundidade como se relacionam ambas as partes.
- 4) Sobretudo observação indireta, podendo eventualmente ser também participante caso o observador decida participar também nas discussões, por exemplo, para procurar suscitar um certo tipo de reação dos outros participantes.

8.2.3. Tipologias de observação

Apesar de neste capítulo abordarmos as distinções entre observação participante e não participante e entre observação direta e indireta, há outras categorias de observação que podem ser encontradas na literatura sobre o método. Algumas destas categorizações são, na verdade, outras denominações para as categorias que apresentamos. Contudo, a equipa de investigação deve ter em conta a diversidade de possíveis abordagens antes de tomar uma decisão acerca da sua implementação.

Vejam os a clássica tipologia de Gold (1957). Segundo este autor, o tipo de observação depende do papel que a equipa de investigação assume. Este pode ser: participante completo (a verdadeira identidade e o objetivo da equipa de investigação não são dados a conhecer e esta interage com os observados o mais naturalmente possível, sendo parte integrante do grupo); participante como investigador (semelhante ao participante completo, mas os observados conhecem a identidade e objetivos da equipa de investigação); observador como participante (a equipa de investigação tem um envolvimento mínimo no ambiente estudado, mas não faz parte natural do cenário social); e observador completo (a equipa de investigação é como uma ‘mosca na parede’, sem interação com o objeto a ser observado, que desconhece a sua

presença). A categorização de Becker and Geer (1957) está relacionada com a perspectiva de Gold, sendo que os autores distinguem entre observação *overt* e observação *covert*, dependendo do quanto a equipa de investigação partilha (*overt*) ou não partilha (*covert*) as suas intenções e objetivos com os observados.

Outra tipologia é apresentada por Gillham (2008), que diferencia entre observação estruturada e observação não estruturada. Na observação estruturada, os dados são recolhidos sistematicamente, a fim de descrever comportamentos de maneira precisa e confiável. A equipa de investigação segue instruções escritas de um guião de observação estruturado, desenvolvido a partir de categorias pré-determinadas e definidas antes da recolha de dados. Já a observação não estruturada não requer a definição prévia de categorias a serem observadas e incentiva uma atitude criativa na recolha de dados. A equipa de investigação anota o que observa e as categorias emergem na análise dos dados, ao invés de antes da recolha. No entanto, este tipo de observação implica uma análise demorada e está sujeita a ser influenciada pelo próprio sistema de valores da equipa de investigação.

No mesmo sentido, McCombs et al. (1981) definiram a observação como podendo ser direta ou indireta, mas também sistemática ou não sistemática. Num artigo dirigido a jornalistas e às suas práticas de observação para recolha de dados, McCombs et al. (1981) definem a observação sistemática como algo que ocorre frequentemente ao longo de um longo período de tempo, enquanto a observação não sistemática é esporádica e inclui uma amostra por conveniência, que poderá estar enviesada.

Uma distinção importante que a equipa de investigação deverá ter em conta é entre observação humana e observação mecânica (Bogomolova, 2017). A observação humana usa, como o nome indica, observadores humanos para recolher dados. A observação mecânica envolve o uso de máquinas. Por exemplo, usar um programa de computador para fazer *scraping* de uma página online poderá ser considerado observação mecânica. Estes dados são, *a posteriori*, interpretados pelos pesquisadores. Mais uma vez, este conceito está inerente também à análise de conteúdo (ver capítulos 9 e 10 deste manual).

Por fim, uma nota importante em termos de definições e terminologias ligadas à observação, diz respeito ao uso dos termos ‘trabalho de campo’, ‘experiência de campo’ ou ‘etnografia’ para descrever a observação. O uso dos termos ‘trabalho de campo’ ou ‘experiência de campo’ pressupõe muito frequentemente que a recolha de dados no terreno irá recorrer à observação, mas poderá também incluir técnicas como entrevistas (ver capítulo 6 deste manual) ou grupos focais (ver capítulo 7 deste manual), por exemplo (Emerson, 1981). Quanto à etnografia, trata-se de um método mais amplo, sendo que a observação (normalmente a observação participante) é uma ferramenta ou mecanismo para fazer etnografia. Parece ser comumente aceite que a etnografia é uma abordagem ou estratégia de investigação (ou metodologia), enquanto a observação é uma técnica específica usada para recolha de dados (Sandiford, 2015). No entanto, seria aconselhável que a equipa de investigação que planeia usar observação explore a literatura etnográfica, pois essa é a principal técnica de recolha de dados

dos etnógrafos (Sandiford, 2015). Na próxima secção apresentaremos a história da observação, assim como retomaremos a discussão sobre o papel deste método e as inconsistências nas perspectivas de diferentes visões sobre a observação.

8.3. Breve contexto histórico e epistemológico

Há várias discussões e discordâncias em torno da observação como método. Algumas das diferenças debatidas foram já apresentadas neste capítulo, nomeadamente as diversas tipologias e categorizações. Iniciaremos este capítulo com uma breve resenha histórica da observação, passando depois à discussão sobre o método.

Como mencionado no início deste capítulo, o uso da observação será tão antigo quanto a ciência. A observação participante foi introduzida na antropologia no início do século XX por Bronislaw Malinowski (1884-1942). Antes de Malinowski, a observação não participante era já usada há vários séculos pelos cientistas das mais diferentes áreas, de modo a recolherem dados que pudessem explicar os fenómenos sociais que estudavam.

Contudo, o uso da observação como hoje a conhecemos remontará à década de 1940 (Platt, 1983). Apesar desta referência temporal parecer suscitar discordância entre autores, a influência da *Escola de Chicago* nos métodos relacionados com o trabalho de campo na área da Sociologia (estendendo-se também a outras áreas científicas das ciências sociais) é notável. A *Escola de Chicago* surgiu nos finais do século XIX, mas foi durante a Segunda *Escola de Chicago*, após o fim da Segunda Guerra Mundial, que se desenvolveram trabalhos etnográficos com recurso à observação participante (Apter et al., 2009). Como quase tudo o que diz respeito à observação, esta contribuição da *Escola de Chicago* é também discutida por alguns autores, que consideram que os métodos usados pelos autores desta Escola podem considerar-se trabalho de campo ou etnografia, mas não observação (Platt, 1983).

Em termos do uso da observação no campo das Ciências da Comunicação, é possível encontrar registos nos anos 70 de artigos que procuram fornecer diretrizes a equipas de investigação que usam este método, indiciando que este era, à época, um método comumente usado. Por exemplo, num breve artigo metodológico, Hickson III (1974) caracteriza a observação participante como uma das ferramentas mais úteis para estudar a comunicação organizacional, sendo que a equipa de investigação tem a capacidade de obter informações que podem não ser facilmente adquiridas usando outros métodos.

Desde cedo que a observação tem sido um método controverso entre cientistas. Em primeiro lugar, destacamos a discussão em torno da observação como técnica de recolha de dados ou como método de investigação em si. Tendo em conta a diversidade de técnicas de observação que um investigador poderá adotar, consideramos que a observação enquanto método consiste num conjunto de diferentes técnicas de recolha de dados, cuja análise dependerá da natureza dos dados recolhidos. A conceção moderna de observação aponta para um método não quantitativo

que afirma dar acesso privilegiado a significados por meio da partilha empática de experiências da equipa de investigação (Platt, 1983). Contudo, a distinção mais básica entre os métodos de investigação depende dos seus modos de recolha de dados. Assim sendo, consideramos que a observação poderá ser um método tanto quantitativo como qualitativo, dependendo do tipo de dados que a equipa de investigação precisa de recolher para responder à sua questão de partida. Por exemplo, num contexto em que a equipa de investigação quer estudar como é que diferentes media são tratados nas conferências de imprensa de um clube de futebol, a recolha de dados quantitativos ou qualitativos irá depender dos objetivos do estudo. Se o objetivo do estudo for examinar o tom com que as perguntas dos diferentes jornalistas foram respondidas, poderá considerar-se o uso de dados qualitativos, já que a equipa de investigação anota o tom de voz da resposta e as expressões físicas de acordo com a sua perceção das mesmas. Se o objetivo do estudo for averiguar a profundidade da informação revelada dependendo do meio que coloca a pergunta, poderá ser adequado usar recolha de dados quantitativa, recorrendo a um cronómetro para registar a duração das respostas e testar se estas são significativamente diferentes, dependendo do meio de comunicação social que colocou a questão.

Em termos epistemológicos, poderemos concluir que a perspetiva acerca do papel da observação, enquanto método quantitativo ou qualitativo, irá depender da corrente de pensamento (positivista ou construtivista) que conduz o trabalho de investigação.

Na verdade, esta dicotomia entre as visões da observação como método quantitativo ou qualitativo explica uma das mais recentes discussões, que se prende com a subjetividade do método. Segundo Vinten (1994), a observação como método qualitativo é muitas vezes denegrida na literatura, o que será injusto, já que o método não deixa de ter rigor e mesmo as alternativas quantitativas mais conceituadas não deixam de ter fragilidades. Para Bordieu (2003), o investigador é parte integrante do que é observado, já que a 'objetivação' científica não é completa a menos que inclua o ponto de vista do 'objetivador' e os interesses que ele possa ter na 'objetivação' (especialmente quando objetiviza o seu próprio universo, como na observação participante), mas também o inconsciente histórico que ele inevitavelmente envolve no seu trabalho. Assim, não será nunca possível discernir o investigador da investigação, pelo que esta relação deve ser encarada como uma realidade e levada em consideração aquando da leitura dos resultados obtidos com este método.

Por fim, e no seguimento do que temos vindo a discutir, há ainda a ter em conta a fiabilidade do uso exclusivo da observação como técnica de recolha de dados que permita desenvolver conclusões fundamentadas. Vários autores defendem que a observação, como método, deverá integrar outras técnicas de recolha de dados, como entrevistas (Daymon & Holloway, 2010). Segundo Daymon and Holloway (2010), a observação da ação humana fornece dados sobre os comportamentos das pessoas, bem como sobre os processos sociais, conforme estes acontecem na realidade social dos participantes. A observação permite identificar as ações conscientes e as tomadas como certas que os participantes raramente articulam, apesar de participarem delas. Essas ideias podem ser discutidas e aprofundadas por meio de entrevistas de

acompanhamento. Por exemplo, muitos dos estudos que citamos antes, como por exemplo Boesman et al. (2015) ou Erjavec (2004), recorrem não só à observação, mas também a entrevistas de reconstrução com os repórteres e entrevistas em profundidade com os editores.

Assim sendo, a observação será um método interessante para muitas das áreas de investigação em Ciências da Comunicação. De seguida discutimos algumas das suas forças e limitações, para que a equipa de investigação possa tomar uma decisão informada acerca do método de investigação que pretende adotar.

8.4. Pressupostos, vantagens e limitações da observação como método de investigação

A observação é um método que permite à equipa de investigação aceder a informações que não são possíveis recolher com recurso a outros métodos. Por isso, a equipa de investigação em Ciências da Comunicação deverá ter em consideração a observação, nas suas mais distintas variantes, como um método válido para os seus estudos. Em termos práticos, a observação implica a anotação e registo sistemático de eventos, artefactos ou comportamentos dos indivíduos observados, uma vez que ocorrem em situações específicas, em lugar de serem depois lembrados, recontados e generalizados pelos próprios participantes. Neste capítulo, apresentamos um sumário das forças e limitações deste método, a serem considerados na construção da metodologia da investigação.

Contudo, a observação não será um método apropriado a qualquer questão de investigação. Perguntas sobre populações razoavelmente grandes, ou sobre as relações causais precisas entre conjuntos limitados de variáveis são abordagens mais bem servidas por outros métodos e técnicas, como questionários ou experiências (Jorgensen, 2015). A observação é um método apropriado quando se verificam as seguintes condições:

- a questão de investigação diz respeito aos significados humanos e interações vistas pela perspectiva dos membros de um grupo;
- a questão de investigação é observável na vida quotidiana;
- a equipa de investigação é capaz de obter acesso a um ambiente apropriado;
- o fenómeno é suficientemente circunscrito em tamanho e localização para ser estudado como um caso;
- a questão de investigação é apropriada para o estudo de caso e pode ser respondida com dados recolhidos com este método.

8.4.1. As vantagens do uso da observação

Pelo seu carácter versátil, a observação permite recolher dados de qualidade, de forma abundante e pouco intrusiva (ou pelo menos não tão intrusiva como outros

métodos ou técnicas). De seguida, apresentamos as principais vantagens do uso deste método:

1. Permite 'ver' além do óbvio: a observação sistemática permite-nos encontrar padrões de comportamento que de outra forma nos poderiam escapar. Ao passarmos tempo com um grupo de pessoas podemos perceber melhor como se originam certos fenómenos e, no caso da observação participante e direta, podemos fazer perguntas e recolher dados que nos permitem aprofundar as razões pelas quais certos acontecimentos têm lugar.
2. Revela a diferença entre o que é dito e o que realmente aconteceu: a observação pode ser usada como uma técnica para distinguir entre o que as pessoas dizem que fazem e o que fazem, bem como investigar quaisquer contradições entre ambos. A diferença entre o comportamento real e o relatado pode dever-se ao facto de os participantes não estarem cientes das suas ações ou não quererem ficar diminuídos face aos olhos da equipa de investigação que está a fazer perguntas. O problema de se obter certas respostas por estas serem as socialmente mais desejáveis pode surgir, se a investigação versar tópicos sensíveis. O mesmo acontece no caso dos participantes não quererem expor comportamentos que identificam como prejudiciais ou errados ou se existir uma forte opinião pública associada ao tópico.
3. Dá lugar ao inesperado: por muito que a investigação sobre um certo tópico seja extensa, as interações entre pessoas são de tal modo espontâneas que haverá sempre lugar a acontecimentos que a equipa de investigação não previu quando desenhou a investigação. A observação permite e encoraja ajustes ao âmbito de um projeto, o que pode certamente contribuir para a produção de conhecimento original e relevante.
4. É pouco intrusiva: a observação é muito útil para investigar organizações de uma forma não artificial e pouco intrusiva. Organizações como redações, estúdios de televisão, agências de comunicação ou de design são espaços propícios à investigação em Ciências da Comunicação, daí que a observação seja especialmente adequada a estudos nestes contextos.
5. Não exclui assuntos tabu: pela sua natureza pouco intrusiva, a observação permite registar informação de temas que, com outros métodos, seriam complexos de serem abordados, oferecendo a oportunidade de se discutirem temas que os participantes podem não querer discutir numa entrevista.
6. Não é afetada pelo enviesamento dos participantes: por depender apenas das notas da equipa de investigação e não de medidas auto relatadas, a observação é um método que permite recolher observações de ações explícitas e implícitas, não estando dependente, por exemplo, de conhecimentos prévios dos participantes (como acontece, por exemplo, com questionários).

8.4.2. Problemas associados ao uso da observação

Apesar de parecer um método simples, na medida em que é necessário encontrar o grupo que queremos observar e registar as suas ações, o uso de observação para recolha de dados é, na prática, bastante mais complexo. Abaixo indicamos quais são

os problemas mais comuns que podem surgir, para que a equipa de investigação possa estar ciente destes obstáculos. Todos os métodos e técnicas têm limitações inerentes, pelo que os aspetos abaixo mencionados não diminuem a importância ou utilidade da observação.

1. Falta de foco: os objetivos e questões de pesquisa devem estar bem definidos antes de um investigador passar à recolha de dados. Este passo é especialmente importante para o caso da observação, pois para fazer observação temos que estar, ativamente, à procura de ver alguma coisa. Esta preocupação é especialmente importante no caso da observação indireta, quando não estão estabelecidos objetivos mensuráveis. Caso a equipa de investigação não tenha o seu foco bem definido, fazer observação não será muito diferente de assistir a um reality show.
2. Demasiado foco: este ponto parece contradizer o anterior, contudo é importante que ao usar observação o/a investigador/a seja capaz de perceber quando deve registar algum fenómeno importante, mas inesperado. Muitas vezes, ao procurarmos informação sobre um certo tópico, descobrimos algo mais importante que não tínhamos previsto. Uma das vantagens da observação é a sua flexibilidade, pelo que é recorrentemente usada como numa fase exploratória. Por esta razão, não devemos cingir-nos cegamente ao tópico que inicialmente nos propusemos estudar, mas antes manter uma mente aberta enquanto fazemos observação.
3. A equipa de investigação afeta o comportamento do grupo: a presença da equipa de investigação no grupo a ser observado pode afetar a forma como este se comporta, mesmo pelo simples facto de que os indivíduos podem sentir-se constrangidos com a presença de alguém que estará a avaliar as suas ações. Este problema é especialmente marcado no caso de grupos mais pequenos ou em contextos em que a informação discutida é mais sensível ou pessoal. Este problema pode, contudo, ser amenizado com a passagem do tempo que levará até que o grupo se acostume à presença da equipa. Este é um dos motivos pelos quais a observação deve idealmente acontecer por longos períodos. A equipa de investigação é também aconselhada a completar a discussão metodológica do projeto com uma reflexão sobre até que ponto a sua presença pode ter alterado a natureza dos dados recolhidos.
4. A equipa de investigação é o 'mentalista': devido à subjetividade dos construtos que poderão estar a ser observados, há o risco de a equipa esforçar-se por ler o que os indivíduos do grupo estarão a pensar ou explicar o porquê de certa ação. No caso da observação não participante, a equipa de investigação deve restringir-se apenas ao que objetivamente vê. No caso da observação participante, deve perguntar aos indivíduos do grupo o porquê de determinada ação ou ideia ao invés de assumir o que estes estarão a pensar.
5. Manter a objetividade: ao fim de algum tempo, a equipa de investigação poderá ter alguns problemas com a objetividade das suas notas, já que há a tendência para nos tornarmos seletivos quanto ao tipo de informação

que registamos, por exemplo, por considerarmos que certo comportamento mais interessante que outro. Para contornar este problema, poderá considerar-se o estabelecimento de vários observadores no grupo (se a dimensão do grupo e do projeto de investigação o permitirem), para que depois haja uma comparação das notas de cada um. Caso isto não seja possível, é recomendado que a equipa de investigação tome consciência desta limitação para que frequentemente revise as suas notas para tentar identificar e ultrapassar este tipo de comportamento.

6. Habilidade da equipa de investigação: dado o carácter volátil deste método, a experiência da equipa de investigação tem um papel muito importante no sucesso da recolha de dados. Um investigador menos experiente ou sem formação adequada poderá ter dificuldades em ultrapassar situações inesperadas durante a observação (por exemplo, quando é convidado a abandonar o local por qualquer motivo) ou mesmo em saber priorizar a informação a registar (por exemplo, perante situações em que múltiplos diálogos ocorrem em simultâneo). Por isso, espera-se que a equipa de investigação receba preparação adequada, antes de iniciar a recolha de dados.
7. Fiabilidade dos dados: tal como referido anteriormente, a observação está exposta a um elevado grau de subjetividade, sobretudo na área das Ciências Sociais. Assim, pode ser considerado um método com alta validade (por acontecer fora de um laboratório), mas baixa fiabilidade (por ser subjetivo). No caso do uso da observação como método qualitativo, a equipa de investigação deverá considerar calcular a Fiabilidade entre Observadores (Young et al., 1979), que é usada para avaliar o grau em que diferentes observadores fornecem estimativas consistentes do mesmo fenómeno. À equipa que planeia calcular a Fiabilidade entre observadores, aconselhamos também a consulta do capítulo 9 sobre análise de conteúdo, pois os princípios são semelhantes aos do cálculo da Fiabilidade entre codificadores.
8. Qualquer um dos problemas acima enumerados poderá afetar a qualidade dos dados recolhidos, pelo que pode ser aconselhável usar outros métodos de investigação, quer qualitativos, quer quantitativos, como complemento à observação.

8.5. Implementação prática e desafios no uso da observação

Após consideração de todas as vantagens e problemas associados à utilização da observação como método, apresentamos agora os passos que um investigador deverá seguir para desenvolver um estudo tendo a observação como método de recolha de dados. Dependendo do tipo de observação que a equipa de investigação opte por usar, alguns destes passos podem ser mais ou menos importantes e outros poderão não estar representados neste capítulo.

8.5.1. Recolher dados com recurso à observação

Considerando todas as críticas e discussões em torno da fiabilidade do método, como discutido anteriormente neste capítulo, é muito importante que as equipas de investigação façam uma séria preparação anterior ao início da recolha de dados.

Passo 1: Identificar as teorias que conduzem à investigação e definir a questão de partida.

Independentemente do tipo de observação escolhido, é muito importante que haja uma consulta sistematizada da literatura *a priori* da recolha de dados. Este passo garante que a observação acontecerá tendo por base um enquadramento teórico que determina as variáveis nas quais a equipa de investigação deverá focar-se, contribuindo para a validade dos resultados. Quando a equipa de investigação opta por uma observação não estruturada, este passo inicial pode assumir diferentes configurações, uma vez que não haverá um modelo de investigação prévio. Contudo, a consulta da literatura será sempre útil para, no mínimo, definir o contexto no qual a investigação se irá inserir, dado que não é possível recolher dados acerca de todos os aspetos visíveis durante o período de observação.

Passo 2: Decisões metodológicas – escolher o tipo de observação.

As escolhas metodológicas deverão estar de acordo com a questão de investigação que venha a emergir da literatura. Dependendo das variáveis que estejam sob estudo, a equipa de investigação deverá optar pelo tipo de observação que melhor se adequa à questão ou questões de investigação a que se pretende responder. No início deste capítulo, fazemos a distinção entre observação participante e não participante e entre observação direta e indireta e apresentamos também outras definições e tipologias frequentemente encontradas na literatura. Cabe à equipa de investigação aprofundar a procura de informação complementar acerca da tipologia de observação eleita para a sua pesquisa.

Passo 3: Escolher o caso, organização ou ambiente para recolha de dados.

Este passo também está profundamente ligado à questão de investigação, pois o ambiente da observação dependerá do que se pretende estudar. Nesta fase, a equipa de investigação deverá contactar a organização ou organizações que pretenda estudar, de forma a obter as permissões necessárias. A equipa de investigação deve certificar-se de que tem todas as permissões necessárias antes de avançar para a recolha de dados, para não se levantarem problemas éticos à recolha de dados. Nos casos em que estas permissões não podem ser pedidas de antemão (como no caso da observação *covert*), as mesmas deverão ser solicitadas o mais brevemente possível após o término do período de observação.

Passo 4: Desenvolver um guião para a observação.

O guião de observação é uma ferramenta cujo objetivo é facilitar a anotação por parte da equipa de investigação, durante a observação. Este guião deverá conter as diferentes variáveis e os seus indicadores, para tornar as anotações mais expeditas e para garantir que a equipa de investigação tem sempre presente todas as variáveis em estudo. Pode considerar-se que, ao desenvolver um guião estruturado, a equipa de investigação está já a trabalhar na categorização dos dados.

Exemplo:

De seguida apresentamos algumas questões orientadoras na definição de um guião para observação. Para as diferentes variáveis e indicadores em estudo, a equipa de investigação poderá optar por seguir estas questões (ou outras que considere adequadas) para organizar as suas anotações.

Da perspetiva dos observados:

- O que é que as pessoas estão a fazer?
- Que tarefas ou ações estão a tentar realizar? E como é que, exatamente, estão a fazê-lo?
- Como é que caracterizam e entendem o que está a acontecer?
- Que suposições fazem acerca do que está a acontecer?

Da perspetiva da equipa de investigação:

- O que é que eu vejo a acontecer aqui?
- O que é que aprendi com as minhas anotações?
- Por que é que decidi incluir estas anotações?
- O que mais está a acontecer que é relevante para minhas questões de investigação?
- Como me sinto a recolher estes dados? E como é que isso afetará os dados?

Contudo, a equipa de investigação deverá ter em mente que há vários tipos de guião para observação: pode ser *estruturado*, *semi-estruturado* ou *aberto*. Aconselhamos a equipa de investigação a consultar o capítulo 6, que trata a entrevista, onde mais detalhes são dados acerca destes diferentes tipos de guião. Um guião estruturado contém, precisamente, todas as variáveis que a equipa de investigação deverá observar e anotar, ignorando outros acontecimentos que não estejam previstos. Um guião semi-estruturado permite alguma flexibilidade, no sentido em que contém as variáveis definidas inicialmente pela equipa, mas permite que outras observações inesperadas façam parte dos dados para análise. Na observação aberta, ou não estruturada, o guião conterá apenas os conceitos a serem investigados, devendo a observação dedicar-se a todos os acontecimentos que se encaixem nesses conceitos. A seleção do formato de guião para a observação deverá, assim, depender da questão de investigação e do tipo de variáveis que se pretendem observar.

Passo 5: Operacionalização.

Após a definição de um guião de observação que deverá orientar as anotações da equipa de investigação, há outros passos a dar para que a recolha de dados seja bem sucedida. A operacionalização da recolha de dados através da observação irá depender de várias circunstâncias relacionadas quer com o tipo de investigação, quer com o ambiente em que esta irá decorrer. Contudo, é aconselhado que a equipa de investigação procure ser o mais detalhada possível na recolha de dados. Isto inclui não só as anotações, mas também todos os outros materiais que possam complementar esta informação ou mesmo permitir uma análise mais aprofundada do fenómeno. Por exemplo, sempre que possível a equipa de investigação deverá procurar recolher áudio e vídeo das situações observadas (procurando ser o menos intrusiva possível). Outra possibilidade é fotografar o espaço ou os intervenientes, pois as imagens ajudarão a equipa de investigação a avivar a memória do que aconteceu e podem também ser usadas para a análise. Se a equipa de investigação não tiver a certeza se certo acontecimento precisa de ser anotado ou gravado, aconselhamos a que o faça de qualquer maneira – é melhor ter muitos dados do que não ter dados suficientes.

8.5.2. Analisar dados recolhidos através da observação

Os diferentes passos da análise de dados poderão ser considerados como um dos momentos mais importantes do trabalho da equipa de investigação. Contudo, a análise dos dados recolhidos através da observação não deverá ser relegada para o fim do estudo. Na verdade, a equipa de investigação deverá, sempre que possível, iniciar a análise em simultâneo com a recolha, pois isto permitirá identificar atempadamente possíveis problemas com o desenho de investigação ou omissões na recolha, para que possa agir em conformidade. Por exemplo, imaginemos que a equipa quer estudar o funcionamento do processo criativo numa agência de comunicação, desde o briefing do cliente até à campanha final. Ao fim de algum tempo de observação, apercebe-se de que não consegue recolher dados suficientes acerca do processo criativo da equipa de designers da agência (por exemplo, porque estes não partilham os seus processos, porque tem acesso limitado ao espaço onde trabalham) e poderá ser necessário redefinir os objetivos do estudo ou mesmo procurar outra organização para a recolha de dados.

De seguida, apresentamos alguns dos passos fundamentais que a equipa de investigação deverá seguir para a análise de dados.

Passo 1: Organizar e preparar os dados para análise.

Considerando que os materiais recolhidos durante a observação podem assumir várias formas, o primeiro passo é transcrever todos os materiais, como vídeos ou áudios (se aplicável), assim como as notas de todos os envolvidos na recolha de dados. De seguida, os dados devem ser organizados de acordo com a sua origem (diálogos, ações, documentos, anotações, etc.). Como referimos anteriormente, este passo pode ser iniciado durante a recolha. Antes de iniciar a categorização das informações, a

equipa de investigação deve familiarizar-se com os dados, ganhando um conhecimento geral do que estará a ser analisado.

Passo 2: O que analisar.

O que terá de ser analisado nos dados recolhidos depende da questão de investigação. Tradicionalmente, analisam-se as ações e opiniões expressas pelos sujeitos observados, usando conceitos, categorias, variáveis e indicadores da literatura académica para interpretar os dados.

Passo 3: Como analisar.

A equipa de investigação deve começar a análise com uma leitura dos dados, aplicando o maior número possível de técnicas críticas. Dependendo do trabalho desenvolvido *a priori* e durante a recolha de dados, a equipa pode atribuir esquemas de codificação ou gerar categorias e temas nos quais os dados são agrupados.

Considerando que o tipo de análise a efetuar dependerá do tipo de observação que a equipa escolhe, não iremos aprofundar cada possibilidade neste capítulo. Assim, aconselhamos a consulta de outros capítulos deste manual, como os que tratam a análise de conteúdo, análise temática e análise estatística, para obter mais informação sobre os passos que devem ser seguidos na análise de dados. Ainda assim, as etapas referidas neste capítulo farão sentido para a maior parte dos projetos de investigação que recorram à observação.

8.5.3. Desafios que se podem encontrar e como os ultrapassar

No decorrer da recolha e análise de dados com recurso à observação, há alguns desafios dos quais a equipa de investigação deverá estar ciente e cujos riscos inerentes deverão ser minimizados. Abaixo descrevemos estes desafios e algumas medidas corretivas que poderão ser adequadas.

1. Encontrar respondentes, grupos ou organizações que queiram colaborar poderá ser um desafio. Naturalmente, a sensibilidade do assunto a ser investigado, assim como o nível de confidencialidade das organizações a observar irão determinar o quão simples será encontrar populações para observação. Assim, os pedidos de autorização para efetuar observação (quando aplicáveis), deverão ser desencadeados antecipadamente e a equipa de investigação deverá pensar de antemão em alternativas, de forma a que a calendarização da sua investigação não seja penalizada.
2. A equipa de investigação pode ser privada de observar informação mais sensível numa organização. Por exemplo, numa investigação em que o objetivo é observar a forma como o CEO comunicam com os seus colaboradores, a equipa pode ser convidada a ausentar-se de certas reuniões, por estas serem consideradas mais sensíveis pela organização. Neste caso, a equipa deverá tomar nota dessas circunstâncias. Na fase da análise poderá concluir-se,

por exemplo, que todas as discussões relativas a questões financeiras são consideradas importantes e sensíveis e estarão, por isso, inerentes a tensões dentro de uma organização. Assim, é importante que a equipa tente participar tanto em atividades quotidianas como em não rotineiras para ter uma visão mais completa do fenómeno em análise.

3. Apesar do risco da presença anunciada de um observador poder influenciar o comportamento do grupo, os indivíduos do grupo devem ser informados de que a equipa de investigação está a investigar aquilo que eles fazem e dizem. Para além de informar os participantes, todas as permissões devem ser requeridas junto dos indivíduos e das organizações, verificando-se essa necessidade. Caso o assunto a ser investigado não permita que as pessoas observadas sejam informadas de antemão, esta informação deverá ser transmitida e as permissões requisitadas assim que a recolha de dados termine. Se este passo não tiver lugar, a equipa corre o risco de não obter autorização para usar os dados recolhidos para fins de publicação, por exemplo.
4. Tal como outros métodos que envolvem o estudo de seres humanos, há preocupações éticas inerentes ao uso da observação (ver Capítulo 3). Para além da já referida necessidade de obter permissões e da obrigação de informar, é importante que a equipa de investigação garanta que a sua investigação não irá ter efeitos negativos naqueles que foram estudados. Por exemplo, ao fazer observação numa redação, a equipa nota que grande parte dos jornalistas usam meios para obter informação que são desaprovados pelo editor e que, por isso, não os reportam. Apesar de este ser um resultado entusiasmante para a equipa de investigação, esta deve garantir que, ao anonimizar os participantes, estes não podem ser mais tarde identificados. Seguindo o nosso exemplo, isto será particularmente preocupante se a equipa observar apenas uma redação ou se a redação tiver um pequeno número de jornalistas.
5. Como mencionado anteriormente, a observação requer na maior parte dos casos um envolvimento prolongado no cenário a ser observado, de forma a que os dados recolhidos tenham validade. Por isso, a equipa de investigação deverá contabilizar tempo suficiente para a recolha de dados, sobretudo porque na observação há pouco ou nenhum controlo da equipa sobre os acontecimentos.
6. Dado o cariz interpretativo do método, é aconselhável que a equipa de investigação inclua falantes nativos da língua usada no contexto observado, quer para a recolha de dados, quer para a sua análise. Dependendo dos temas a serem investigados e do tipo de observação usada, poderá ser difícil para um falante não nativo compreender expressões menos comuns, metáforas ou comportamentos dos indivíduos observados.
7. As diferenças demográficas e outras diferenças entre a equipa de investigação e os sujeitos a serem observados (por exemplo, religião, idade, etnia, classe, educação, nacionalidade, valores, ideologia, atitudes, subjetividade individual e experiências de vida) podem introduzir um enviesamento na forma como os dados da observação são anotados e analisados. Apesar de

todos os possíveis enviesamentos deverem ser evitados, haverá sempre alguns fatores para os quais a equipa de investigação poderá não encontrar solução. Nesses casos, deverá pelo menos estar consciente deles, para poder tentar evitar que estes interfiram com os resultados da investigação.

Exercício 2: Leia o excerto abaixo citado, identifique e reflita sobre os problemas elencados por Jenkins (2012) no decurso da observação participante.

“Escrever como fã sobre cultura de fãs representa certos potenciais riscos para o crítico académico, mas também facilita certos entendimentos e formas de acesso que seriam impossíveis através de outros posicionamentos. Muitos dos fãs que contactei partilharam comigo "histórias de horror" de relatos anteriores sobre a cultura dos fãs quer na imprensa popular, quer em artigos académicos; muitos permaneceram desconfiados de como a sua cultura poderia parecer sob escrutínio académico e eu só consegui ganhar a sua confiança demonstrando o meu próprio compromisso com a comunidade de fãs e a minha própria experiência como participante nessas actividades.

Afirmar uma identidade comum com os fãs não apaga outras formas de relações de poder que dão cor a toda a investigação etnográfica, pois se sou um fã, sou também um fã masculino dentro de uma cultura de fãs predominantemente feminina. Os fãs dos media masculinos são menos comuns do que os fãs femininos, embora certamente não sejam notáveis dentro desta cultura; aprendemos a jogar de acordo com as convenções interpretativas dessa comunidade, mesmo que estas tradições subculturais não tenham tido origem em resposta aos nossos interesses ou antecedentes particulares. Há talvez algumas áreas do *fandom* ou alguns fãs que não me são acessíveis como participante masculino, embora eu tenha encontrado o *fandom* geralmente aberto e aceite do meu envolvimento.

Escrever como fã significa também que sinto um elevado grau de responsabilidade e responsabilização perante os grupos aqui em discussão. Olho para os meus colegas fãs como colaboradores activos no processo de investigação. A minha prática desde o início tem sido partilhar cada capítulo com todos os fãs citados e encorajar as suas críticas ao seu conteúdo. Recebi numerosas cartas de fãs, oferecendo os seus próprios conhecimentos sobre as questões aqui levantadas e tenho aprendido muito com as suas reacções. Reuni-me com grupos de fãs em discussões abertas sobre o texto e incorporei as suas sugestões na sua revisão. Em alguns casos, introduzi as suas reacções no texto, no entanto, mesmo quando tal não ocorreu directa e explicitamente, deve entender-se que este texto existe em diálogo activo com a comunidade de fãs. Nem sempre tive sucesso na localização dos fãs e estes nem sempre responderam às minhas perguntas. Muitos artefactos circulam anonimamente, com origem na comunidade em geral, derrotando os esforços de lhes atribuir autoria. Sempre fiz um esforço (embora tenha uma pilha de envelopes devolvidos na minha secretária) e peço perdão por quaisquer excessos que possam ter ocorrido neste longo e complicado processo.” Jenkins (2012, pp. 6, 7)

Solução:

Problema 1 – relações de poder: o facto de Jenkins ser do sexo masculino numa comunidade predominantemente feminina traduziu-se como um problema do qual Jenkins estava ciente.

Problema 2 – informação vedada ao observador: ainda relacionado com o problema das relações de poder, Jenkins teve dificuldade em aceder a toda a informação.

Problema 3 – manter a objetividade: os sujeitos observados tinham experiências prévias menos positivas em termos da forma como eram retratados, pelo que Jenkins optou por envolver os próprios fãs na forma como estes eram retratados nos textos escritos pelo autor.

Problema 4 – dificuldade em contactar os fãs: apesar da sua posição privilegiada entre os fãs, Jenkins teve por vezes dificuldades em aceder aos fãs.

Apesar de ser amplamente usada nas mais diversas áreas da ciência, a observação não deixa de ser um método controverso. Nas discussões apresentadas no início deste capítulo vimos que há debate em termos da categorização do método e da fiabilidade dos seus resultados. Contudo, chegados a este ponto na jornada por este capítulo, espero que os leitores tenham compreendido também as vantagens do método e que as críticas elencadas não serão mais ou maiores do que as associadas a outros métodos. Feita a escolha do método, as equipas que optem pela observação terão acesso a ambientes ricos em informação que não poderia ser capturada por outros métodos, sendo uma oportunidade única para responder a questões de investigação que se foquem na interação entre sujeitos em momentos da sua vida quotidiana. É um método útil para o estudo de organizações, podendo em algumas formas ser muito pouco intrusivo e assim facilitar a presença de membros de uma equipa de investigação sem interferir no decurso da vida normal dos indivíduos e instituições.

Como todos os outros métodos, a observação exige rigor no desenho da investigação, ética na recolha e objetividade na análise dos dados. Desta forma, não deverá cair na falácia de que, por poder ser não estruturada, a observação é um método que não se predispõe ao rigor. Aliás, por ser esta a sua natureza, os investigadores que usem este método devem estar cientes das suas dificuldades, podendo assim minimizar os possíveis problemas adjacentes à observação.

Por fim, é importante salientar que este capítulo não é um manual completo deste método. O objetivo deste capítulo é introduzir o método e apresentar as diferentes possibilidades dentro do mesmo. Outras literaturas adicionais, como as que recomendamos neste capítulo, deverão ser consultadas pelas equipas de investigação que pretendam usar o método. Sugiro ainda que se consultem outros capítulos neste manual, como o sobre Análise de Conteúdo (Capítulo 9), Entrevista (Capítulo 6), Análise Temática (Capítulo 10) ou Análise Estatística (Capítulo 13), dependendo da questão de investigação e do tipo de observação usado.

Exercício 3: Pense numa questão de investigação que poderá ser respondida através da observação de um local/circunstância que lhe seja próxima (por exemplo: como interagem as pessoas que frequentam o bar da faculdade com os funcionários que lá trabalham?). Encontre um local nas proximidades, onde possa realizar uma observação ininterrupta de 10 minutos. Como parte desta atividade, anote o que está a acontecer no seu local, inclusive:

- o que está a acontecer no local
- ambiente, atmosfera
- características físicas do local
- como se sente e como pensa que isto pode influenciar o que está a observar e a registar.

O objetivo da atividade é desenvolver um conjunto de notas que descrevam a cena, tanto quanto possível.

8.6. Sugestões de leitura

Como indicado anteriormente, este capítulo é limitado na sua abordagem ao método. Assim, aconselhamos a consulta de outros manuais e artigos científicos, como os seguintes:

Anguera, M. T., Portell, M., Chacón-Moscoso, S., & Sanduvete-Chaves, S. (2018). Indirect observation in everyday contexts: concepts and methodological guidelines within a mixed methods framework. *Frontiers in psychology*, 9, 13.

Berger, A. A. (2018). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. Sage Publications.

Daymon, C., & Holloway, I. (2010). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. Routledge.

Hammersley, M., & Atkinson, P. (2019). *Ethnography: Principles in Practice* (4th ed.). Routledge.

Przybylski, L. (2020). *Hybrid Ethnography: Online, Offline, and In Between* (Vol. 58). SAGE Publications, Incorporated.

Referências

Anguera, M. T., Portell, M., Chacón-Moscoso, S., & Sanduvete-Chaves, S. (2018). Indirect observation in everyday contexts: concepts and methodological guidelines within a mixed methods framework. *Frontiers in psychology*, 9, 13.

Apter, D. E., Gans, H. J., Horowitz, R., Jaynes, G. D., Kornblum, W., Short Jr, J. F., Suttles, G. D., & Washington, R. E. (2009). The Chicago School and the roots of urban ethnography: An intergenerational conversation with Gerald D. Jaynes, David E. Apter, Herbert J. Gans, William Kornblum, Ruth Horowitz, James F. Short, Jr, Gerald D. Suttles and Robert E. Washington. *Ethnography*, 10(4), 375-396.

Baker, L. (2006). Observation: A complex research method. *Library trends*, 55(1), 171-189.

Becker, H. S., & Geer, B. (1957). Participant observation and interviewing: A comparison. *Human organization*, 16(3), 28-32.

- Boesman, J., d'Haenens, L., & Van Gorp, B. (2015). Triggering the News Story: Reconstructing reporters' newsgathering practices in the light of newspaper type, newsroom centralization, reporters' autonomy, and specialization. *Journalism Studies*, 16(6), 904-922.
- Bogomolova, S. (2017). Mechanical observation research in social marketing and beyond. In *Formative Research in Social Marketing* (pp. 125-143). Springer.
- Bordieu, P. (2003). Participant objectification. *Journal of the Royal Anthropological Institutes*, 9(1), 281-294.
- Browning, L. D. (1978). A grounded organizational communication theory derived from qualitative data. *Communications Monographs*, 45(2), 93-109.
- Bunce, M. (2019). Management and resistance in the digital newsroom. *Journalism*, 20(7), 890-905.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2010). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. Routledge.
- Emerson, R. M. (1981). Observational field work. *Annual Review of Sociology*, 7(1), 351-378.
- Erjavec, K. (2004). Beyond advertising and journalism: Hybrid promotional news discourse. *Discourse & Society*, 15(5), 553-578.
- Gillham, B. (2008). *Observation Techniques: Structured to Unstructured*. Bloomsbury Academic.
- Gold, R. L. (1957). Roles in sociological field observations. *Soc. F.*, 36, 217.
- Hickson III, M. (1974). Participation-Observation Technique IN Organizational Communication Research. *The Journal of Business Communication*, 11(3), 37-42.
- Jenkins, H. (2012). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Jorgensen, D. L. (2015). Participant observation. *Emerging trends in the social and behavioral sciences: An interdisciplinary, searchable, and linkable resource*, 1-15.
- McCombs, M. E., Cole, R. R., Stevenson, R. L., & Shaw, D. L. (1981). Precision journalism: an emerging theory and technique of news reporting. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 27(1), 21-34.
- Platt, J. (1983). The development of the "participant observation" method in sociology: Origin myth and history. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 19(4), 379-393.
- Sandiford, P. J. (2015). Participant observation as ethnography or ethnography as participant observation in organizational research. In *The Palgrave Handbook of Research Design in Business and Management* (pp. 411-443). Springer.
- Vinten, G. (1994). Participant observation: a model for organizational investigation? *Journal of managerial psychology*, 9(2), 30-38.
- Waldvogel, J. (2007). Greetings and closings in workplace email. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2), 456-477.
- Young, M., Dank, G., Roper, R., & Caro, T. (1979). Inter-observer reliability. *Behaviour*, 69(3-4), 303-315.

Ana Isabel Lopes

Faculdade de Ciências Sociais e Humanas,
Vrije Universiteit Amsterdam, Países Baixos
a.i.loureiro.lopes@vu.nl
<https://orcid.org/0000-0003-1604-7930>

9. Análise de conteúdo quantitativa

9.1. O que é a análise de conteúdo quantitativa?

A análise de conteúdo quantitativa é uma técnica de investigação que propõe uma abordagem sistemática, rigorosa e replicável ao conteúdo. O investigador procura representar numericamente um conjunto de características do conteúdo que ajudam a responder à sua questão de investigação. Este conteúdo pode consistir em texto, som, imagens ou qualquer outro formato passível de ser interpretado e classificado segundo categorias pré-determinadas. A análise de conteúdo quantitativa é uma das técnicas mais utilizadas na área da Comunicação e tem-se tornado particularmente relevante face à quantidade de material para análise disponível online. A análise de conteúdo quantitativa pode ser utilizada isoladamente ou juntamente com outras técnicas, como a análise de conteúdo qualitativa ou a entrevista.

9.2. Devo usar a análise de conteúdo quantitativa na minha investigação?

A análise de conteúdo parte de dois pressupostos centrais, com os quais os objetivos da investigação devem estar alinhados, para se garantir que o uso desta técnica é relevante e adequado. Estes pressupostos são:

– Analisar o conteúdo permite inferir algo sobre as suas condições de produção ou de receção (Bardin, 2008). Este pressuposto significa que o investigador olha para o conteúdo perguntando-se, por exemplo, quais foram os motivos ou circunstâncias que conduziram à produção de um determinado conteúdo ou, em alternativa, quais são as possíveis consequências ou efeitos do conteúdo nas audiências.

Isto significa que algumas formas de trabalhar o conteúdo não são consideradas análise de conteúdo. Um exemplo desta situação ocorre quando o investigador procura o conteúdo com um intuito puramente informativo. Por exemplo, se o investigador analisa os noticiários televisivos da RTP sobre a adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia (CEE) para saber quais os jornalistas que reportaram a ocasião, tal não constitui análise de conteúdo. Neste caso, o propósito é obter uma informação específica (nomes dos jornalistas), mas esta informação não é usada para inferir algo sobre a produção ou sobre a receção do conteúdo, a informação é um fim em si mesmo. No entanto, se as características do conteúdo são analisadas quanto à posição favorável ou desfavorável da reportagem relativamente à adesão de Portugal à CEE, essa informação pode ser usada para inferir a atitude dos jornalistas em relação à adesão (produção) ou sobre o potencial efeito da reportagem na opinião pública (receção).

– A abordagem ao conteúdo deve ser maioritariamente quantitativa. As técnicas e processos descritos neste capítulo apenas são adequados quando o investigador tem como objetivo a quantificação e a medição de determinadas características do conteúdo. A análise de conteúdo quantitativa adequa-se mais a estudos com uma abordagem extensiva do que uma abordagem intensiva. Isto significa que é uma técnica apropriada para analisar um número elevado de casos e retirar conclusões

gerais (generalizar) recorrendo, por exemplo, às técnicas de análise estatística apresentadas no capítulo 13. No entanto, esta abordagem não é adequada a projetos que incidem apenas sobre um número restrito de casos, normalmente selecionados pelas suas características particulares e exigindo um elevado grau de interpretação pela investigadora. Esse tipo de tratamento é mais característico das abordagens qualitativas ao conteúdo.

Tome-se como exemplo um projeto sobre a representação dos refugiados nos meios de comunicação da União Europeia.

Abordagem qualitativa: uma forma de olhar para este problema de investigação é a de selecionar um leque restrito de fotografias que reconhecidamente tiveram maior impacto no debate, como a de Alan Kurdi¹⁷. Neste caso, a investigadora pode estudar as características específicas que levaram a esse impacto, apontando possíveis leituras e interpretações das imagens.

Abordagem quantitativa: uma outra abordagem a esta questão de investigação seria a de recolher todas as imagens publicadas em notícias sobre refugiados e migrantes, nos cinco maiores órgãos de comunicação online da UE em 2015. Estas imagens seriam depois analisadas e categorizadas segundo critérios relevantes para o investigador como, por exemplo, a presença ou não de refugiados, o género e a idade dos sujeitos retratados ou a presença de forças policiais.

É importante notar-se que em ambas as situações o objetivo da análise de conteúdo é a inferência, ou seja, retirar conclusões a partir do conteúdo das imagens sobre a sua produção ou sobre os seus efeitos. No entanto, apenas a segunda abordagem assume um carácter quantitativo que nos permitirá dizer, por exemplo, que 35.3% das imagens retratam crianças. Sendo que a investigadora poderá posteriormente interpretar e retirar conclusões sobre este dado.

Exercício

Os seguintes projetos de investigação são adequados para a análise de conteúdo quantitativa? Porquê?

1. O investigador consulta a base de dados de filmes IMDb para obter a pontuação média atribuída pela audiência aos filmes de ação estreados nos últimos 5 anos.
2. A investigadora analisa uma amostra aleatória de 1500 imagens publicitárias a produtos de higiene feminina para determinar até que ponto a menstruação é representada positivamente.
3. Um grupo de investigação internacional seleciona as 20 notícias falsas com maior impacto do último ano e explora os mecanismos retóricos usados para persuadir a audiência.

17 <https://www.theguardian.com/world/2016/sep/01/alan-kurdi-death-one-year-on-compassion-towards-refugees-fades> [Conteúdo sensível]

1. Não. O objetivo da investigação não é a inferência, mas a recolha de dados.
2. Sim. A investigação assume um carácter extensivo (amostra de 1500) e incide sobre o conteúdo para retirar inferências sobre atitudes em relação à menstruação.
3. Não. A investigação incide sobre o conteúdo e pode apontar à inferência, mas propõe uma abordagem intensiva e interpretativa (análise retórica).

9.3. Uma breve história da análise de conteúdo

Para aplicar corretamente a análise de conteúdo num projeto de investigação, é importante perceber-se o contexto em que esta técnica surgiu e se desenvolveu. De certa forma, a classificação do conteúdo segundo categorias pré-estabelecidas tem semelhanças com algumas práticas que se estabeleceram bem antes da consolidação das Ciências Sociais, como a classificação e proibição de circulação de documentos pelos gabinetes de censura, ou a classificação de temas religiosos na Bíblia (Bardin, 2008, p. 15). No entanto, este tipo de práticas não tinha a inferência como objetivo principal e dificilmente cumpriria os requisitos de rigor e objetividade que são exigidos ao trabalho académico.

Apenas no final do século XIX e no início do século XX se desenvolveram os primeiros esforços para uma abordagem académica e quantitativa ao conteúdo. Max Weber, um dos pais da sociologia, chegou a propor uma análise de conteúdo em grande escala da imprensa (Krippendorff, 2004, p. 4), mas esse estudo nunca chegou a ser posto em prática. Assim, a primeira análise de conteúdo quantitativa que se aproxima dos moldes em que a técnica é aplicada nos dias de hoje, foi publicada por Speed, em 1893. Nesta altura, havia alguma preocupação nos Estados Unidos da América quanto ao decréscimo da qualidade dos jornais e uma contabilização do espaço que os jornais dedicavam a cada tema surgiu como uma forma científica de abordar a questão. Neste caso o autor mostrou como, entre 1881 e 1983, os jornais reduziram a cobertura dos temas que eram então considerados sérios, como a religião, a ciência e a literatura, para aumentar o espaço dedicado ao desporto, a rumores e a escândalos. Este foi o primeiro, de uma série de estudos, que usaram a análise de conteúdo como forma de argumentar o decréscimo de qualidade dos jornais.

As duas Guerras Mundiais da primeira metade do século XX oferecem o segundo impulso para o desenvolvimento da análise de conteúdo. Os efeitos da propaganda e da manipulação de massas tornaram-se uma preocupação premente, tanto por parte daqueles que pretendiam manipular como dos que procuravam expor e combater os mecanismos e efeitos da propaganda. O livro de Lasswell, *Propaganda Technique in World War I*, apesar de não ser claramente quantitativo na sua abordagem, propõe uma teoria da estratégia e técnica de propaganda tendo por base uma análise da imprensa e de materiais de propaganda. Na Segunda Guerra Mundial, os esforços de Lasswell foram aproveitados pelos serviços de espionagem dos Estados Unidos, usando o conteúdo de transmissões da Alemanha Nazi para prever movimentos militares e avaliar os efeitos dos esforços de guerra dos Aliados. Estes esforços resultaram no livro *Propaganda Analysis: A Study of Inferences Made from Nazi Propaganda in*

World War II, de Alexander George. Note-se o destaque dado à palavra inferência no título, em linha com o segundo requisito para a análise de conteúdo.

O consolidar da Comunicação enquanto campo de estudos, que teve início na segunda metade do século XX, foi acompanhado por uma diferenciação e desenvolvimento da análise de conteúdo. O trabalho de Berelson (1952) para sistematizar a análise de conteúdo impulsionou a disseminação da técnica, que se especializou nas suas vertentes quantitativas e qualitativas (algumas das quais abordadas nos capítulos 10, 11, 12 e 14). No final dos anos 50 e início dos anos 60, surgiram os primeiros estudos que usaram Análise de Conteúdo Automática (ACA), aproveitando o desenvolvimento dos computadores. Do ponto de vista teórico, a análise de conteúdo quantitativa foi uma ferramenta indispensável para teorias que estudam os efeitos do conteúdo dos media como o *agenda-setting* (McCombs & Shaw, 1972) e a *cultivação* (Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1986). A generalização do uso da análise de conteúdo quantitativa no estudo da comunicação conduziu a um conjunto de processos e de regras que procuram garantir o seu rigor e validade. Assim, os passos e os processos que são descritos nas próximas secções resultam de mais de cem anos de aperfeiçoamento, reflexão crítica e experiência de aplicação desta técnica em vários domínios.

9.4. Passo 1: Definição do âmbito e da amostra

Ao longo destas secções, passo a passo, será usado um exemplo para mostrar como é que determinadas regras abstratas têm um impacto prático no desenho e execução de um projeto de investigação. Neste caso, retirando-se inspiração dos primeiros estudos de análise de conteúdo do final do século XIX, consideramos a seguinte pergunta de investigação: “Como evoluiu o sensacionalismo no jornalismo em Portugal ao longo dos últimos 20 anos?”. Para além de tocar numa área tradicional das Ciências da Comunicação, este exemplo permite trabalhar tanto com imagens como com texto escrito, explorando várias vertentes da análise de conteúdo.

No ponto em que começa a pensar sobre a amostra, a investigadora já determinou qual é o objetivo do seu projeto e concluiu que a análise de conteúdo é uma técnica adequada para dar resposta às questões de investigação. As técnicas de amostragem para a análise de conteúdo quantitativa seguem em grande medida os princípios gerais que foram descritos no capítulo 4. No entanto, há determinadas considerações que são específicas ao conteúdo que devem ser tidas em conta ao definir o tamanho da amostra, a unidade de análise e o âmbito da investigação. Todas estas decisões têm implicações na carga de trabalho para o investigador e no potencial de generalização do estudo, pelo que não devem ser tomadas sem uma reflexão cuidada.

Ao definir uma amostra em análise de conteúdo, a primeira constatação relevante é a de que o conteúdo pode ser dividido de múltiplas formas. Contrariamente a um indivíduo que responde a um inquérito, que se assume como indivisível (i.e. não existem ‘meias pessoas’), um artigo de jornal pode ser separado em parágrafos ou em frases, um filme em cenas ou em blocos de 10 segundos e uma imagem em pano de fundo, em personagens, ou em áreas retangulares (ver o capítulo 15). Estas divisões

do conteúdo em partes semelhantes, designadas de unidades de análise, dependem em grande medida da dimensão e dos objetivos da investigação. Se o interesse da investigadora é estudar o sensacionalismo no jornalismo ao longo de 20 anos, considerar o artigo de jornal como unidade de análise será suficiente. Isto significa que cada artigo publicado seria classificado, por exemplo, como sensacionalista ou não-sensacionalista, sem necessidade de classificar cada parágrafo ou frase separadamente. Após esta classificação, é possível contabilizar a percentagem de artigos sensacionalistas em cada ano e verificar se a sua presença aumentou ou diminuiu. Se o período de investigação for mais curto, por exemplo as duas semanas do período de campanha para eleições, talvez se justifique uma análise mais intensiva, classificando cada parágrafo, e não o artigo inteiro, como sensacionalista ou não.

Não há uma regra de ouro para escolher uma unidade de análise ou a dimensão da amostra num projeto de análise de conteúdo quantitativa. Tudo depende sempre dos objetivos do estudo e dos recursos disponíveis. No entanto, há um conjunto de fatores que devem sempre ser considerados no processo de tomada de decisão:

– *O conteúdo está sempre em relação com outro conteúdo.* Quando um indivíduo preenche um questionário, sobretudo se o questionário é disponibilizado online, raramente partilha e discute a resposta que vai dar a uma questão com outros inquiridos. No caso do conteúdo, uma unidade de análise está muitas vezes ‘em diálogo’ com outras unidades de análise e só pode ser classificada tendo em conta o devido contexto. Considerando o exemplo acima, imaginemos que a investigadora decide fazer uma amostra aleatória de parágrafos publicados em artigos de jornal ao longo dos últimos 20 anos para analisar. Assim, após numerar cada parágrafo, escolhe aleatoriamente 100 parágrafos para analisar, colocando-os num único documento para que o acesso seja mais conveniente. No entanto, após iniciar a codificação depressa se apercebe de um problema com esta estratégia. Muitos destes parágrafos surgem a meio de um artigo e não é possível perceber se o conteúdo selecionado para a amostra é sensacionalista sem considerar, por exemplo, o título do artigo. Assim, a amostra deve não só considerar quais são as unidades relevantes para responder a uma questão de investigação, mas também qual o contexto necessário para as interpretar.

– *O tamanho da amostra está diretamente relacionado com tempo que a equipa de investigação pode dedicar à investigação.* O número final de unidades de análise selecionado para uma amostra deve ter em consideração três fatores: 1) a dimensão da unidade de análise. Ver o trailer de um filme exige menos tempo do que ver o filme inteiro, da mesma forma que ler um Tweet é substancialmente mais rápido do que ler um artigo de jornal. Desta forma, a decisão sobre número final de filmes, trailers, Tweets ou artigos a analisar, entre muitos outros exemplos, deve ter em consideração quanto tempo precisa de ser dedicado apenas para que o codificador possa ser exposto ao conteúdo. 2) o número de variáveis a serem codificadas. Um maior número de unidades de análise irá necessariamente exigir que o codificador interprete o texto sob múltiplos ângulos, o que se traduz necessariamente num maior investimento de tempo; 3) o âmbito da investigação. Fazer generalizações sobre o conteúdo de um jornal exige uma amostra mais pequena do que generalizar os

resultados de um estudo para todo o sistema mediático de um país. Numa lógica semelhante, uma tese de mestrado não tem normalmente o mesmo grau de ambição que uma tese de doutoramento. Frequentemente, acrescentar unidades de análise para além do necessário não melhora a qualidade dos resultados e pode até ter o efeito indesejável de provocar fadiga aos codificadores, comprometendo o rigor da análise. É uma recomendação comum em projetos de análise de conteúdo quantitativa que o investigador explore o conteúdo antes de qualquer decisão que possa comprometer o resto do projeto. Neste caso, o equilíbrio entre o tempo disponível e as ambições da amostra é mais fácil de atingir quando é possível formular uma estimativa realista do tempo que deve ser dedicado a cada unidade de análise. Estas restrições não se aplicam à análise de conteúdo automática, em que o limite da amostra é determinado quase exclusivamente pela extensão do conteúdo a que a investigadora consegue aceder.

– *Há lógicas específicas que orientam a organização do conteúdo, que devem ser consideradas no processo de amostragem.* Para assegurar a representatividade de uma amostra relativamente a uma população, esta amostra deverá considerar as características particulares dessa população e assegurar que membros dos vários grupos que a compõem estão presentes na amostra. Este é o raciocínio subjacente, por exemplo, às técnicas de amostragem por quotas. O mesmo tipo de lógica é aplicado ao conteúdo, uma vez que nem todas as unidades de análise têm o mesmo processo de produção. O conteúdo dos jornais diários, por exemplo, apresenta diferenças substanciais entre as edições de fim de semana e as edições publicadas em dias úteis. De igual forma, o tipo de imagens publicadas num tabloide é distinto das que são publicadas num jornal de referência. Assim, se o objetivo da investigadora é o de estudar a evolução do sensacionalismo no jornalismo, esta deve assegurar-se de que não está a limitar a sua amostra a um tipo de publicação para retirar conclusões sobre o jornalismo em geral.

– *Há considerações éticas no processo de amostragem.* As considerações éticas mencionadas no capítulo 3 também se aplicam à análise de conteúdo. Especificamente, é necessário considerar as normas do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) da União Europeia na recolha e armazenamento da informação. Enquanto uma investigação que tem como foco conteúdo jornalístico publicamente acessível não encontraria limitações significativas a este respeito, projetos que incidem, por exemplo, sobre publicações nos websites de redes sociais digitais (ex. Facebook, Twitter) deverão acautelar as regras relativas à não identificação dos autores e uso dos dados. A informação relativa à identidade dos indivíduos é protegida pelo RGPD, e não pode ser recolhida e usada sem consentimento.

– *A amostra pode ser revista.* Uma das grandes vantagens da análise de conteúdo é o facto de que, na grande maioria das situações, o investigador não depende de terceiros para ter acesso aos dados. Isto significa que, quando se depara com problemas de falta de representatividade ou escassez de dados, o investigador pode ajustar o tamanho e o âmbito da amostra para resolver estes problemas. Por exemplo, no estudo sobre o sensacionalismo do jornalismo a investigadora pode aperceber-se de

que as duas publicações que selecionou para a amostra dedicavam grande parte do espaço noticioso ao tema da política, não incluindo outros temas propensos a um tratamento jornalístico sensacionalista como crime e sociedade. Assim, a investigadora decide acrescentar uma publicação que se foca nestes temas à amostra, para garantir a representatividade do conteúdo. No entanto, é importante que este tipo de decisões tenha sempre uma motivação clara subjacente que não comprometa o rigor e objetividade do estudo e que seja comunicada de uma forma transparente. Isto significa que o motivo para a alteração da amostra nunca poderá ser, por exemplo, a constatação de que o estudo não confirmou a hipótese proposta no desenho de investigação. Isto seria uma forma de manipulação dos dados inadmissível em qualquer circunstância num projeto de investigação quantitativo.

9.5. Passo 2: A operacionalização

Qualquer questão de investigação em Ciências Sociais mobiliza um ou mais conceitos que têm uma relevância teórica e que estão fortemente relacionados com os objetivos do projeto de investigação. Em análise de conteúdo, a operacionalização consiste em transformar esses conceitos num conjunto de variáveis que permitem medir quantitativamente as várias vertentes de um conceito na amostra selecionada (sobre este tópico, ver o capítulo 2). Neste caso, o esforço de operacionalização traduz-se em grande medida num livro de código, que contém instruções detalhadas que o codificador deve seguir para atribuir uma categoria a uma determinada unidade de análise.

No caso do projeto de investigação que é usado como exemplo neste capítulo, o conceito chave que precisa de ser operacionalizado é o de sensacionalismo. Assim, o principal desafio da investigadora é o de encontrar formas de medir até que ponto um artigo jornalístico pode ou não ser considerado sensacionalista. Para esse efeito, o conceito original é subdividido num conjunto de variáveis que se ligam a várias facetas/dimensões do mesmo. Normalmente, tal como o próprio conceito, estas variáveis são baseadas na teoria e em estudos anteriores e ligam-se a hipóteses concretas que a investigadora quer testar, embora a sua formulação deva sempre considerar o objeto de estudo. No presente caso do sensacionalismo em artigos de jornal, uma pesquisa rápida em bases de dados revela um artigo de Grabe, Zhou e Barnett (2001) dedicado precisamente a medir o sensacionalismo em programas televisivos usando a análise de conteúdo. Neste estudo, a equipa de investigação foca-se nas características do conteúdo e no formato para classificar um programa televisivo como sensacionalista. Assim, por exemplo, os tópicos não sensacionalistas incluem a economia, a política, a saúde e a educação, enquanto os artigos sensacionalistas são notícias sobre crime, sexo, celebridades, escândalos e acidentes/desastres. Quanto ao formato, os codificadores identificam o sensacionalismo pelo uso de técnicas como ângulos de câmara que colocam o espectador no ponto de vista da personagem, uso de efeitos sonoros decorativos, cenas em câmara lenta ou aproximação rápida do foco da câmara (*zoom in*).

Tendo por base as variáveis e as categorias que encontrou neste estudo anterior, a investigadora pretende operacionalizar o conceito de sensacionalismo de uma forma adequada ao seu objeto de estudo, as notícias de jornais impressas. Para este efeito deverão ser definidas variáveis e categorias de análise, sendo que estas últimas representam os diferentes valores que uma categoria pode assumir. Assim, se uma variável é designada *tópico*, as categorias poderão ser, por exemplo, *economia*, *política* ou *crime*, ou seja, os diferentes tópicos que uma notícia poderá abordar. Ao criar variáveis e categorias para análise de conteúdo quantitativa, há um conjunto de regras que o investigador deverá ter em conta:

– *As categorias devem ser exaustivas.* Uma variável deve sempre assumir um determinado valor. Isto significa que, confrontado com uma unidade de análise, o codificador nunca deverá estar numa situação em que nenhuma das categorias de uma variável se aplica. Tomemos como exemplo a variável relativa ao *tópico* do estudo de Grabe e colegas (2001): será que esta variável seria exaustiva no contexto de notícias de jornal? Como seria classificada uma notícia sobre um jogo de futebol? À partida, assume-se intuitivamente que o *tópico* dessa notícia seria *desporto*, no entanto, esta não é uma das categorias previstas na variável original, pelo que o codificador estaria numa posição em que não encontra uma categoria para esta unidade de análise. Ou seja, as categorias não são exaustivas. Este tipo de problemas pode ser resolvido rapidamente através da criação de uma categoria *outros*, que seria usada para todos os artigos que não se enquadram nos nove tópicos definidos na variável original. Esta opção deve, no entanto, ser evitada sempre que possível, uma vez que na fase da análise a categoria *outros* não informa o leitor sobre qual o tópico específico do conteúdo e não lhe permite concluir se este seria sensacionalista ou não. Uma solução mais adequada seria a de acrescentar a categoria *desporto* à variável *tópico* e, com base em definições e estudos anteriores, decidir se uma notícia sobre desporto seria considerada sensacionalista ou não. Garantir que as categorias de uma variável são exaustivas facilita a sua interpretação e a sua análise.

– *As categorias devem ser mutuamente exclusivas.* Numa variável, nunca deve ser atribuída mais do que uma categoria a uma unidade de análise. Isto significa que, confrontado com uma unidade de análise, deverá ser claro para o codificador que apenas uma única categoria para cada variável se aplica a esta unidade. Recuperando o exemplo da variável *tópico*, considere-se uma notícia com o título “António Costa defende o programa económico do Partido Socialista”. Confrontado com este título, um codificador familiarizado com a realidade política portuguesa poderá hesitar entre atribuir-lhe a categoria *política* ou a categoria *economia*. Uma vez que os programas de análise estatística, como o SPSS, apenas aceitam um valor único por caso para uma variável, o codificador apenas poderia escolher uma das opções. Nesta situação, qualquer escolha implica sempre uma perda de informação, isto é, se se escolher *política* a análise não irá revelar que aquele artigo também tinha um foco na economia. A investigadora tem múltiplas formas de resolver este problema. A forma mais simples é tornar explícito no livro de codificação que o codificador deverá selecionar apenas o tópico principal de um artigo. Desta forma, caberia ao codificador decidir se o nosso exemplo se enquadra mais claramente no *tópico* da *economia* ou no da

política [Notícia 1 – Tópico = Política] . Esta solução implica a escolha de uma única categoria, uma vez que apenas um tópico poderá ser o principal, mas não resolve o problema da perda de informação. A única forma de garantir que todos os tópicos abordados nas notícias são incluídos na análise é passar-se de um desenho de investigação em que cada um dos tópicos é uma categoria, para um desenho em que cada tópico passa a representar uma variável com as categorias *presente* ou *ausente*. Desta forma, a notícia sobre o programa económico do PS poderia ser codificada da seguinte forma: [Unidade de Análise 1: Política = Presente; Saúde = Ausente; Economia = Presente; Educação = Ausente; Crime = Ausente; ...]. Esta solução implica mais trabalho para a investigadora, uma vez que a base de dados terá mais variáveis/colunas e demora mais tempo a ser completada manualmente, mas resolve o problema de perda de informação, uma vez que todos os tópicos são retratados na base de dados. Note-se ainda que apenas uma categoria pode ser escolhida para cada variável (um tópico está presente ou ausente) e que estas categorias são também exaustivas.

– *As categorias devem estar definidas de uma forma clara e acessível.* No livro de codificação, as circunstâncias em que uma categoria é atribuída a uma unidade de análise devem ser definidas com o nível de detalhe necessário para evitar ambiguidade. A análise de conteúdo segue o princípio da replicabilidade, o que significa que outro investigador, com o mesmo objeto de estudo e o mesmo livro de codificação, chegaria exatamente aos mesmos resultados. Para este efeito, o livro de codificação deverá: (1) descrever cada categoria, com categorias que se referem a conteúdo latente ou abstrato a exigirem uma descrição mais completa; (2) evitar linguagem ambígua, considerando que o livro de codificação deverá ser compreendido e interpretado por académicos de contextos socioculturais distintos; (3) dar exemplos para ilustrar cada uma das categorias, enquadrando-os sempre no devido contexto. Note-se que todas estas normas são cumpridas no livro de codificação dado como exemplo no Quadro 1. As categorias deverão ser fiáveis, ou seja, medir o mesmo conceito subjacente independentemente de quem é o codificador e do contexto. Assim, as instruções devem ser detalhadas e claras o suficiente para garantirem que os dados serão robustos e fiáveis.

– *As categorias deverão ser válidas e informadas pela teoria e pelos objetivos do estudo.* A preocupação com a fiabilidade dos dados pode conduzir a uma situação em que o conjunto de instruções do livro de codificação é fácil de interpretar e de aplicar consistentemente, mas deixa de espelhar os objetivos do estudo e o conceito que procura medir. Veja-se o seguinte exemplo: num esforço para encontrar uma forma fiável de verificar se uma notícia é sobre política, a nossa investigadora determinou que qualquer peça que mencione um político português será classificada como política. Nisto, depara-se com uma notícia com o seguinte título “Presidente da República encontra o amor da sua vida em Paris”. Se o objetivo do estudo é distinguir o jornalismo sensacionalista pelos temas retratados, fará sentido atribuir a esta peça o tópico de política (não-sensacionalista)? Provavelmente a decisão do codificador quanto ao tópico de política é fácil de tomar [é fiável], basta verificar se um político é mencionado na notícia. Mas a categoria atribuída já não reflete o conceito de sensacionalismo que a variável pretendia medir [não é válida]. O desenho das categorias

em análise de conteúdo procura sempre um equilíbrio entre a fiabilidade e a validade. É importante notar, no entanto, que uma base de dados que não é fiável nunca será válida, uma vez que a ausência de uma medida consistente significa que não há garantia de que o conceito subjacente está efetivamente a ser medido pela variável.

Exemplo de livro de código

O objetivo deste estudo é estudar a evolução do sensacionalismo no jornalismo impresso ao longo dos últimos 20 anos. Para garantir que os dados são fiáveis e retirar conclusões a partir dos resultados da investigação é muito importante:

Quadro 1

Exemplo de livro de código.

- no caso do texto, todo o texto da notícia deve ser lido cuidadosamente antes de lhe ser atribuída qualquer categoria;
- no caso das imagens, estas devem ser observadas com cuidado e por um período de pelo menos 10 segundos. Frequentemente há pormenores nas imagens que passam despercebidos por falta de atenção;
- todas as unidades de análise têm apenas uma categoria por variável. Em caso de dúvida, deve ser selecionada a categoria que mais se aplica à unidade que está a ser considerada;
- as instruções neste livro de código devem ser seguidas de uma forma rigorosa e objetiva. Mesmo que o codificador tenha alguma ideia ou impressão daquilo que é ou deve ser o sensacionalismo, apenas os aspetos elencados neste livro de código devem ser considerados para a análise;
- todas as categorias devem ser registadas num ficheiro Excel com o nome do codificador e a data da codificação. Neste ficheiro, cada linha corresponde a uma unidade de análise (notícia) e cada coluna a uma variável, devidamente identificada.

Antes de classificar uma unidade de análise, o codificador deverá atribuir-lhe um número único, identificar o jornal onde esta foi publicada, a data de publicação, a página e o título.

Tópico

– *Política*: a política é categorizada como *presente* numa notícia se esta faz referência a políticos, entidades governamentais, campanhas eleitorais, debates sobre legislação ou outros atores ou temas formalmente ligados ao sistema político e partidário, seja este português ou internacional. No entanto, a menção destes atores ou temas fora da sua qualidade política não é classificada como tal. A variável *Política* pode ser classificada como:

0 – Ausente

1 – Presente

Exemplos de títulos de notícias que devem ser classificadas como presente são:

“Marcelo promulga diploma do aumento do salário mínimo nacional”

“Parlamento toma posse esta segunda-feira”

Exemplos de títulos de notícias que devem ser classificadas como ausente são:

“Marcelo passa férias no Algarve”

“Acidente aparatoso entre dois ligeiros em frente à Assembleia da República”

– *Crime*: o crime é caracterizado como *presente* numa notícia se esta faz referência a uma infração da Lei ou às consequências e processos associados a essa infração, tais como o impacto na vida das vítimas ou julgamentos e condenações. No entanto, referências à Lei ou a aspetos legais no âmbito dos quais não acontece uma infração da lei devem ser classificados como *ausente*.

A variável *Crime* pode ser classificada como:

0 – Ausente

1 – Presente

Exemplos de títulos de notícias que devem ser classificadas como presente são:

“Revelado esquema de corrupção no Banco Espírito Santo”

“José Sócrates defende-se de acusações de corrupção”

Exemplos de títulos de notícias que devem ser classificadas como ausente são:

“Polícia lança campanha publicitária para prevenir excesso de velocidade”

Imagens da vida pública ou da vida privada

Quando uma notícia apresenta mais do que uma imagem, deverá ser classificada apenas a imagem de maiores dimensões. Caso duas imagens tenham a mesma dimensão, deverá ser classificada aquela que o leitor encontraria em primeiro lugar (surge mais acima no artigo e/ou mais à direita).

Uma imagem é classificada como sendo da vida pública quando o contexto da imagem permite determinar claramente que o sujeito retratado se encontra a desempenhar funções ou atividades relacionadas com a sua vida profissional ou a participar em eventos de uma natureza pública, onde a cobertura mediática seria expectável (e.g. conferências, eventos desportivos, galas, manifestações). Uma imagem é classificada como sendo da vida privada se retrata o sujeito em atividades nas quais a cobertura mediática não seria normalmente expectável, mesmo sendo estas recolhidas com o consentimento do sujeito (e.g. imagens em contexto familiar, em férias na praia, a jantar num restaurante). As imagens em que nenhum sujeito é retratado devem ser classificadas como *sem sujeito*. As imagens em que não é possível identificar se o sujeito se encontra num contexto público ou privado devem ser classificadas como *indefinido*.

A variável *Imagens da vida pública ou da vida privada* pode ser classificada como:

0 – Sem sujeito

1 – Imagem da vida privada

2 – Imagem da vida pública

3 – Indefinido

Exemplos de imagens *sem sujeito* são:



Exemplos de imagens *da vida privada* são:



Exemplos de imagens *da vida pública* são:



Exemplos de imagens *indefinidas* são:



[Todos os exemplos foram retirados da *homepage* do Jornal de Notícias a 6 de novembro de 2019]

Embora limitado em termos de número de variáveis, o exemplo apresentado acima mostra algumas das características relevantes de um livro de código bem concebido. Em primeiro lugar, é necessário dar algum enquadramento aos codificadores sobre o propósito do estudo. Perceber qual o objetivo de um exercício repetitivo como a categorização do conteúdo contribui para aumentar a motivação e consequentemente a atenção e o rigor, resultando em dados com melhor qualidade. Isto é especialmente importante quando a investigadora responsável por desenhar o estudo não é a única a participar no exercício de categorização. Para além disso, o recurso a instruções e definições claras que indicam o tipo de conteúdo que deve ou não ser associado a uma categoria tornam a codificação e a interpretação dos resultados menos ambíguas. Em várias circunstâncias, o uso de exemplos também pode ajudar a dissipar dúvidas e ilustrar em termos práticos como se manifestam as categorias no objeto de estudo.

Uma vez definidas as categorias, o livro de codificação deverá ser testado para verificar se as categorias são mutuamente exclusivas e exaustivas, se as instruções são claras, e se os exemplos e as definições são adequados ao objeto de estudo. É aconselhável que este tipo de teste seja realizado por outros investigadores ou estudantes, para além da investigadora que concebeu o livro de código. Seguindo o princípio da replicabilidade, as instruções, as variáveis e as categorias deverão ser interpretáveis por académicos provenientes de contextos distintos do da investigadora. O teste em si consiste normalmente em selecionar uma amostra aleatória de um número reduzido de unidades de análise e registar a sua codificação numa base de dados (normalmente uma folha de Excel), registando problemas e sugestões ao longo do processo. A base de dados em si seria semelhante ao exemplo apresentado em baixo:

Tabela 1
Exemplo de registo de
codificação.

Artigo	Data	Jornal	Página	Título	Política	Crime	Imagem
1	14/02/1999	JN	4	Acidente na A4	0	0	0
2	25/04/2002	Público	25	Durão na UE	1	0	2
3	06/12/2015	Expresso	4	5 detidos por agressão	0	1	3
4	27/01/2006	CM	3	O novo look de Santana Lopes	0	0	1
5	04/04/2018	DN	8	Sócrates acusado de corrupção	0	1	1

9.6. Passo 3: A fiabilidade

Antes de proceder à codificação da amostra completa, um processo que normalmente requer um investimento substancial em termos de recursos humanos e de tempo, a equipa de investigação deverá garantir que as variáveis que resultam do processo de operacionalização são fiáveis. Isto significa que estas variáveis devem medir de uma forma consistente o conceito que se propõem medir. No caso da análise de conteúdo quantitativa, o principal método para medir a fiabilidade é o cálculo realizado com base num teste de concordância entre codificadores. Em termos simples, este teste garante que os mesmos casos, analisados com o mesmo livro de codificação, resultam nas mesmas categorias, mesmo quando estas são atribuídas por indivíduos

diferentes. Recuperando o exemplo da investigação sobre o sensacionalismo do jornalismo, uma fiabilidade perfeita significa que dois investigadores diferentes, sem conhecerem a opinião um do outro, estariam sempre de acordo sobre se uma notícia aborda o tópico de crime ou se inclui uma imagem da vida privada. A ausência de fiabilidade significaria que os dois investigadores nunca estariam de acordo.

O primeiro passo em qualquer teste de fiabilidade entre codificadores consiste em encontrar alguém que esteja disposto a realizar o teste. Este poderá ser um exercício fácil quando um projeto é realizado por uma equipa de investigação que envolve várias pessoas, mas torna-se mais complexo num projeto individual. Idealmente, os codificadores envolvidos no teste deverão ter algum tipo de conhecimento ou relação com o tema de investigação. No entanto, isso nem sempre é possível. Nesses casos, encontrar alguém com alguns conhecimentos na área da Comunicação ou das ciências sociais poderá ajudar a garantir que o livro de codificação é bem interpretado e que os objetivos do teste são claros. Para um estudante universitário, pedir ajuda a um colega é uma possível solução.

O segundo passo num teste de fiabilidade consiste no treino dos codificadores. O livro de codificação, incluindo as variáveis e as categorias, é normalmente desenvolvido pela investigadora. No entanto, antes de tentar atribuir categorias às unidades da amostra, um codificador que participa no teste terá que compreender os objetivos do estudo e as variáveis que o compõem. Dependendo da complexidade do livro de código e das categorias de análise, este processo poderá demorar apenas algumas horas ou vários meses. Uma variável que é imediatamente reconhecível e manifesta, como identificar a presença ou não de um indivíduo numa imagem, é mais fácil de compreender e assimilar do que variáveis mais latentes e teoricamente relevantes, como identificar se o indivíduo é representado numa posição dominante ou subjugada. Em termos gerais, há um conjunto de recomendações que devem ser seguidas no processo de treino:

- explicar os objetivos e o contributo do estudo e do teste. Mesmo não fazendo parte do livro de codificação em si, o enquadramento e o impacto do estudo são importantes para garantir que os codificadores estão motivados e percebem as implicações do trabalho que estão a realizar. Codificar conteúdo é um exercício que se torna monótono rapidamente, pelo que é necessário acautelar aspetos que levem os codificadores a prestar atenção e garantirem que nenhum aspeto relevante do texto é ignorado;
- utilizar exemplos para ilustrar as variáveis e as categorias. Para além dos exemplos que já poderão estar incluídos no livro de codificação, é importante que o processo de treino incorpore uma variedade razoável de exemplos, para garantir que o codificador consegue lidar com situações imprevistas no teste de fiabilidade. Se possível, a investigadora deverá selecionar exemplos que são propositadamente ambíguos, o que irá gerar discussão em torno desses mesmos exemplos que permite clarificar questões e dúvidas;
- adaptar o livro de codificação. Uma vez que o processo de treino dos codificadores constitui frequentemente o primeiro momento em que livro de

codificação é utilizado por investigadores que não estiveram envolvidos no seu desenvolvimento, é também neste momento que algumas das suas fragilidades se tornam evidentes. Os comentários e questões dos codificadores podem dar origem a clarificações relevantes que são incorporadas no livro de codificação;

- dar incentivos aos codificadores. Embora este ponto seja evidente em muitos contextos, nem sempre os projetos de investigação têm os recursos necessários para garantir que o trabalho de codificação é devidamente recompensado. No entanto, qualquer forma de recompensa, mesmo que simbólica, ajuda a que os codificadores se sintam comprometidos na tarefa que estão a executar e, consequentemente, melhora a qualidade dos dados. O simples ato de pagar o jantar a um colega que nos ajudou num teste de fiabilidade poderá ter consequências positivas para a qualidade do teste.

Assim que a fase de treino esteja concluída, pode dar-se início ao teste de fiabilidade. Para o efeito, pelo menos dois codificadores distintos deverão codificar o mesmo conjunto de unidades. Normalmente estas são selecionadas aleatoriamente e deverão cobrir cerca de 10% da amostra final. No entanto, para amostras muito grandes esta percentagem poderá ser mais reduzida. Em contraste, variáveis com categorias muito pouco frequentes poderão exigir uma percentagem superior ou um tipo de amostra por quotas que assegure que há uma representação adequada das categorias no teste de fiabilidade. Frequentemente, os investigadores não encontram valores de fiabilidade aceitáveis no primeiro teste. Isto não significa que a investigação está comprometida, mas que pode ser necessário alterar o livro de codificação ou dar mais treino e instruções aos codificadores. Discutir em grupo as unidades e as variáveis em que os codificadores discordaram nas categorias atribuídas é normalmente um bom ponto de partida para melhorar a fiabilidade. Uma vez tomadas as medidas adequadas, o teste pode ser repetido com uma amostra distinta. No entanto, para efeitos de cálculo de fiabilidade, os codificadores devem atribuir as categorias isoladamente, sem qualquer comunicação entre si, e as categorias atribuídas não podem ser alteradas após o teste.

O parágrafo anterior menciona valores de fiabilidade aceitáveis, mas o cálculo das estatísticas de fiabilidade entre codificadores e a sua interpretação não foram ainda abordados. Para calcular estatísticas de fiabilidade, o primeiro passo consiste em juntar no mesmo documento as codificações individuais de cada um dos codificadores. Na base de dados para um teste de codificação, uma linha corresponde a uma unidade, enquanto cada coluna da tabela corresponde a uma variável de um codificador. Normalmente as colunas são ordenadas segundo as variáveis, alternando os codificadores entre si. Tomando como exemplo o sensacionalismo no jornalismo, os dados de um teste de codificação em que os codificadores seriam o João e a Joana poderiam assemelhar-se a algo como isto:

Unidade	Crime_João	Crime_Joana	Imagem_João	Imagem_Joana
1	0	0	0	0
2	0	0	0	0
3	0	0	2	2
4	0	0	3	2
5	0	0	0	0
6	0	0	0	0
7	0	0	1	1
8	1	0	2	2
9	1	1	0	1
10	0	0	3	3

Tabela 2

Teste de fiabilidade entre dois codificadores.

A fiabilidade entre codificadores para uma variável calcula-se tendo por base o número de vezes em que os codificadores concordaram e o número de unidades analisadas. Assim, a forma mais simples de calcular uma estatística para a fiabilidade é a seguinte:

$$CP = N_{\text{concordâncias}} / N_{\text{total}}$$

Esta estatística chama-se frequentemente concordância em percentagem ou concordância por pares. Considerando o exemplo acima, pode observar-se que os codificadores concordaram 9 vezes num total de 10 para a variável *crime* (discordaram na unidade 8) e 8 em 10 vezes para a variável *imagem* (discordaram na unidade 4 e na 9). Assim, a concordância em percentagem para a variável *crime* seria de 90.0% e para a variável *imagem* seria 80.0%.

Enquanto os valores para a concordância em percentagem são úteis para obter uma ideia global da concordância entre os codificadores, esta estatística também apresenta limitações significativas. Considere-se, por exemplo, o caso da variável *crime*. Uma fiabilidade de 90% é interpretada à partida, sem contexto adicional, como um valor alto, o que significaria que os codificadores estão de acordo relativamente às notícias que tratam o tema do crime. No entanto, um olhar mais atento revela que os codificadores apenas concordaram num caso em que a notícia abordava o tópico crime e discordaram noutro. Ou seja, se o objetivo é identificar as notícias sobre crime, os codificadores discordaram em metade dos casos em que uma notícia podia ser sobre crime. As implicações deste tipo de erro tornam-se claras se considerarmos um contexto médico. Numa situação em que dois médicos olham para centenas de radiografias para identificar se um paciente tem cancro, o facto de estes médicos discordarem em metade dos casos em que é possível que o paciente tenha cancro tem implicações muito graves para os próprios pacientes. Mesmo que os médicos tenham concordado em 100 casos onde não há vestígios de cancro, o facto de discordarem nos casos em que a doença pode estar presente significa que o método de diagnóstico (o 'livro de código') que estão a usar não é fiável.

O problema de uma medida como a concordância em percentagem é que não tem em consideração o facto de os codificadores poderem concordar por acaso. Ou seja, mesmo quando um dos codificadores atribui categorias aleatoriamente, é provável que estas categorias estejam de acordo com as que o outro codificador atribuiu em

alguns casos. Se sei à partida que a maior parte das notícias de um jornal não são sobre crime ou que a taxa de incidência de cancro na população em geral é muito reduzida, é provável que vá concordar a maior parte das vezes com um codificador ou médico treinado, se classificar a grande maioria dos casos como sem crime ou sem cancro, mesmo que o faça aleatoriamente. Para combater este problema, os investigadores desenvolveram um conjunto de estatísticas de fiabilidade entre codificadores que consideram a possibilidade de concordância aleatória. A estatística mais usada em ciências sociais, a mais flexível, e a que será usada neste manual é o Alfa de Krippendorff (Hayes & Krippendorff, 2007).

Para além de controlar para a concordância aleatória, o Alfa tem algumas propriedades que o tornam numa estatística extremamente útil no âmbito da fiabilidade entre codificadores:

- varia sempre entre -1 e 1, em que 1 indica concordância em todas as unidades, -1 indica discordância em todas as unidades e 0 indica um nível aleatório de concordância;
- pode ser usado com qualquer nível de medida, ou seja, com variáveis nominais, ordinais, de intervalo ou de proporção ou razão;
- tem valores específicos em torno dos quais há algum consenso para avaliar a fiabilidade de uma variável: menor que 0.67 é inaceitável, entre 0.67 e 0.80 é aceitável, de 0.80 a 0.90 é boa, maior que 0.90 é excelente.

Em contrapartida, a grande desvantagem do Alfa de Krippendorff é que é uma estatística difícil de calcular. Mesmo o programa IBM SPSS não oferece à partida uma opção para calcular esta estatística. No entanto, à data de publicação deste manual, a funcionalidade de cálculo do Alfa pode ser acrescentada ao SPSS seguindo estes passos:

1. Aceder a <http://afhayes.com/spss-sas-and-r-macros-and-code.html>;
2. Navegar na página até encontrar KALPHA e clicar em “Download KALPHA: kalpha.zip”;
3. Clicar com o botão direito do rato no ficheiro kalpha.zip e extrair os conteúdos;
4. Abrir o IBM SPSS e clicar em Utilities > Custom Dialogs > Install Custom Dialog (ou os comandos com designação semelhante, dependendo da versão e língua do programa);
5. Navegar até aos conteúdos extraídos, seleccionar kalpha.spd e clicar em Open.
6. A opção para o Alfa de Krippendorff deverá estar agora disponível em Analyze > Descriptive Statistics. Basta seleccionar as variáveis a calcular (e. g. Crime_José e Crime_Joana) e o nível de medida adequado (e.g. nominal) e o programa calculará o Alfa automaticamente.

Usando o Alfa, o valor de fiabilidade das nossas variáveis é 0.63, o que é inaceitável, para a variável crime e 0.73 para a variável imagem.

No início dos anos 2000 (Lombard et al., 2002), as conclusões de vários estudos que recorreram a análise de conteúdo quantitativa começaram a ser questionadas devido à ausência de indicações sobre a fiabilidade das variáveis. Sem esta informação, não

há qualquer garantia de que as variáveis foram medidas corretamente e, no limite, o investigador pode ter, intencionalmente ou não, codificado os dados de forma a confirmar as suas expectativas iniciais. Assim, ao reportar um teste de fiabilidade, a investigadora deverá sempre incluir informação sobre:

- o número de codificadores envolvidos;
- o treino recebido pelos codificadores;
- o número de unidades que foram testadas e o método de amostragem usado para a sua seleção;
- os valores de fiabilidade para cada variável numa estatística que controla a concordância aleatória (e.g. Alfa de Krippendorff) e uma que não controla para a concordância aleatória (concordância em percentagem).

A transparência e detalhe ao reportar-se a fiabilidade das variáveis para a análise de conteúdo quantitativa não só contribui para uma secção de métodos bem estruturada, mas ajuda a uma interpretação contextualizada dos resultados. Este tipo de testes, embora não sendo infalíveis, defendem a investigadora de acusações de parcialidade ou manipulação dos dados.

Exercício

Considere o excerto abaixo, que reporta os resultados de um teste de fiabilidade entre codificadores. Que informação está em falta ou é mal reportada?

Para avaliar a fiabilidade das variáveis propostas, foi realizado um teste de fiabilidade entre codificadores a uma amostra aleatória de 80 artigos de jornal. Cada codificador recebeu cerca de 5 horas de treino, em que se familiarizou com o livro de codificação e debateu casos ambíguos com a investigadora principal. Em média, as 5 variáveis analisadas obtiveram um valor aceitável para o Alfa de Krippendorff de 0.76.

1. Não há indicação sobre o número de codificadores envolvidos no teste;
2. As estatísticas de fiabilidade devem ser reportadas para cada variável separadamente, não em média;
3. Para além do Alfa de Krippendorff, deve ser indicada a concordância em percentagem.

9.7. Passo 4: A codificação

Em contraste com a análise de conteúdo de natureza mais qualitativa, o processo de codificação quantitativo deverá ser linear e exigir o mínimo de interpretação da parte do investigador. Estando definida a amostra, escolhidas as variáveis, detalhadas as instruções de codificação e realizados os testes de fiabilidade preliminares, o principal desafio desta fase de investigação é uma aplicação rigorosa das instruções de codificação. Neste caso, os desafios e as sugestões mais relevantes assumem uma natureza sobretudo prática.

A primeira preocupação prende-se desde logo com a organização do espaço de trabalho. Sobretudo numa fase inicial, há três documentos que deverão estar sempre ao alcance da investigadora: (1) o livro de código com a descrição das variáveis e categorias; (2) o registo de codificação (em papel ou num ficheiro Word ou Excel) onde o codificador atribui a categoria para cada variável a uma unidade de análise; (3) as unidades de análise a serem codificadas. Nas fases iniciais de codificação, é frequente surgirem dúvidas sobre a categoria a atribuir ou até mesmo sobre o número que corresponde a essa categoria no livro de código. Garantir que todos os documentos estão facilmente acessíveis, seja através de impressão ou do uso de mais do que um monitor, poupa tempo precioso à investigadora e aumenta o rigor do exercício de codificação.

A segunda preocupação prende-se com a dimensão da amostra que caracteriza a análise de conteúdo quantitativa. Sendo um projeto extensivo e não intensivo, este tipo de investigação pode envolver a recolha e codificação de milhares de unidades de análise. Este tipo de exercício, sobretudo se realizado por um único codificador, pode rapidamente tornar-se entediante e cansativo. Assim, é importante que os codificadores façam intervalos regulares em cada sessão de codificação. Para além disso, se o período de codificação se estender por várias semanas, é aconselhável realizar testes de fiabilidade adicionais para garantir que a aplicação das instruções de codificação se mantém consistente ao longo do tempo. Em projetos de grande dimensão, não é incomum que cada codificador comece a desenvolver as suas rotinas, práticas e interpretações mais pessoais, o que por vezes pode interferir com a fiabilidade dos dados.

Por fim, a investigadora nunca deverá subestimar a importância de ter uma base de dados segura e organizada. Não raras vezes é necessário regressar à amostra para encontrar exemplos ou para explorar mais pormenorizadamente um conjunto de casos. Para o efeito, cada unidade de análise, em formato digital ou físico, deverá ser claramente identificada por um código ou número que também está registado no registo de codificação e na base de dados final. No caso dos materiais em suporte digital, deve efetuar-se sempre uma cópia de segurança para garantir que o objeto de estudo pode ser facilmente recuperado no caso de eventos inesperados. Para além da base de dados em si, é importante que a investigadora tome notas das decisões chave, obstáculos e exemplos relevantes ao longo do processo de investigação. Um registo de problemas, como documentos que já não estão acessíveis online ou de casos que são particularmente ilustrativos de uma determinada categoria, poderão facilitar bastante o processo de escrita e revisão.

9.8. Passo 5: A análise

Após o laborioso exercício de codificar toda a amostra, o último passo de uma investigação de análise de conteúdo quantitativa é a análise dos resultados. No entanto, antes de qualquer tipo de tratamento dos dados, deverá ser realizado um teste de fiabilidade final que será reportado no produto final que resultará da investigação.

Caso o processo de codificação tenha envolvido mais do que um codificador, há normalmente uma sobreposição de 10% do total de casos nos casos atribuídos a cada indivíduo, o que permite fazer um cálculo final da fiabilidade. Por exemplo, numa amostra de 1000 casos, cada codificador teria que codificar 550 casos, o que significa que 100 dos casos seriam comuns aos dois codificadores e permitem calcular a fiabilidade final. Caso a codificação tenha sido realizada apenas por um codificador, então parte da amostra (10% por defeito) terá que ser codificada por outro codificador para que a fiabilidade possa ser medida e reportada. Após este exercício, todas as variáveis fiáveis ($\alpha > .67$) podem ser submetidas a análise estatística e a base de dados é transposta para um programa de análise de dados como o SPSS.

Uma vez que o tipo de análise de conteúdo que este capítulo trata é de natureza quantitativa, o tratamento estatístico dos dados será a forma mais adequada de responder à questão de investigação e retirar conclusões apropriadas. As técnicas de análise estatística são abordadas em detalhe no capítulo 13, pelo que se dispensa aqui uma descrição das mesmas. No entanto, para uma melhor compreensão da forma como os dados da análise de conteúdo podem ser usados, são apresentadas em baixo um conjunto de estatísticas e testes de significância baseados no exemplo do sensacionalismo nas notícias que temos vindo a seguir.

Num primeiro nível, a análise dos dados pode ter uma natureza descritiva. O investigador pode estar interessado nas frequências absolutas e relativas das categorias de uma variável nominal ou ordinal, ou na média e desvio padrão para variáveis de proporção ou de intervalo. Vários exemplos fictícios deste tipo de análise podem ser:

- 65,2% das notícias publicadas entre 2000 e 2020 apresentaram alguma forma de sensacionalismo no seu texto ou imagens. Isto indica que o recurso ao sensacionalismo é uma prática corrente no jornalismo em Portugal.
- O número médio de palavras de um artigo com sensacionalismo é 453.72, sugerindo que estes artigos, apesar de frequentes, não ocupam um grande espaço no jornal.
- A Tabela 3 mostra a percentagem de artigos sensacionalistas por jornal. A Tabela ilustra que a grande maioria do conteúdo publicado no Notícias Jet7 é de natureza sensacionalista, enquanto o Mundo Atual se destaca como a publicação com menos conteúdo sensacionalista.

Jornal	Sensacionalismo
Mundo Atual	26,7%
Notícias Jet7	89,5%
Diário do Dia	52,6%
Sempre Informação	72,0%
Total	65,2%

Tabela 3
Frequências relativas de artigos sensacionalistas por jornal.

As variáveis que resultam da análise de conteúdo quantitativa também podem ser utilizadas em testes de hipóteses, assumindo o papel de variáveis independentes ou dependentes. Vejamos dois exemplos fictícios deste género.

Exemplo 1:

Hipótese: As edições de jornal com temas ou imagens sensacionalistas na primeira página vendem mais cópias do que as edições sem temas ou imagens sensacionalistas.

Variável independente: sensacionalismo na primeira página

Variável dependente: número de cópias vendidas

Teste estatístico: Teste-t de amostras independentes

Conclusão: um teste-t de amostras independentes revelou que as edições de jornal com uma primeira página sensacionalista ($M = 34\,026,54$, $SD = 4\,581,32$) vendem mais do que as edições sem uma primeira página sensacionalista ($M = 27\,845,12$, $SD = 4\,237,42$), $t(568) = 27,87$, $p < ,001$. Os dados apoiam a hipótese.

Exemplo 2:

Hipótese: Os jornais em Portugal foram mais sensacionalistas na década de 2000 do que na década de 2010.

Variável independente: tempo (década)

Variável dependente: sensacionalismo nas notícias

Teste estatístico: Teste do Qui-quadrado para independência

Tabela 4

Percentagem de sensacionalismo nas notícias por década ($n = 2673$).

	2000-2009	2010-2019
Sensacionalista	489 (47.8%)	842 (51.0%)
Não-sensacionalista	534 (52.2%)	808 (49.0%)
Total	1023 (100.0%)	1650 (100.0%)

Conclusão: um teste do Qui-quadrado revelou que a década não está significativamente relacionada com a percentagem de sensacionalismo nas notícias, $\chi^2(1, N = 2673) = 2,63$, $p = ,105$. A hipótese não é apoiada pelos dados.

Como é possível verificar acima, a análise estatística dos dados da análise de conteúdo quantitativa segue as regras gerais de execução e escrita de qualquer outro teste estatístico em Ciências Sociais. Cabe à investigadora, com base na questão de investigação e nas hipóteses, determinar os procedimentos estatísticos adequados e reportar os resultados seguindo as normas de formatação da publicação. A única especificidade a considerar no caso da análise de conteúdo é uma tendência para as variáveis não seguirem uma distribuição normal. Por vezes, variáveis dicotómicas (e.g. sensacionalismo ou não-sensacionalismo) são usadas como variáveis dependentes, sendo que a regressão logística (menos comum noutras técnicas de investigação) será o teste estatístico adequado. São também frequentes casos em que a análise de conteúdo envolve uma contagem de ocorrências (e.g. número de referências sensacionalista num artigo). Nos casos em que esta é a variável dependente uma regressão com base numa distribuição de Poisson ou uma regressão binomial

negativa poderão ser a solução mais correta. Em último caso, o analista pode sempre recorrer a testes não-paramétricos para lidar com variáveis não normais.

A análise de conteúdo quantitativa é uma técnica versátil que é particularmente apropriada para o estudo dos media e da comunicação. Comparativamente a outras técnicas, exige menos recursos, mas um maior rigor da parte da investigadora na sua aplicação. Este capítulo detalhou todos os passos para desenvolver e executar uma investigação com análise de conteúdo, desde a decisão do uso da técnica até à análise e apresentação dos resultados. No entanto, esta técnica deve ser enquadrada no panorama mais amplo da investigação em comunicação, pelo que a leitura dos capítulos 2 e 13 (sobre o processo de investigação e análise estatística) é particularmente recomendada. Os leitores que desejarem aprofundar o seu conhecimento sobre análise de conteúdo quantitativa podem encontrar em baixo uma lista de referências a consultar, com manuais de investigação dedicados ao tema e exemplos de estudos em língua inglesa e em português.

9.9. Sugestões de leitura

Bardin, L. (2008). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Coe, K., Kenski, K., & Rains, S. A. (2014). Online and Uncivil? Patterns and Determinants of Incivility in Newspaper Website Comments. *Journal of Communication*, 64, 658-679. <https://doi.org/10.1111/jcom.12104>

Gonçalves, J. (2014). *O Jogo da Participação: pensamento estratégico nas caixas de comentários dos jornais online*. Universidade do Minho, Braga.

Krippendorff, K. (2004). *Content analysis : an introduction to its methodology* (2ª). Thousand Oaks: Sage Publications.

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

Neuendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: SAGE.

Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. G. (2014). *Analysing Media Messages: using quantitative content analysis in research*. New York: Routledge.

Referências

Bardin, L. (2008). *Análise de Conteúdo*. Edições 70.

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communications research*. Free Press.

George, A. L. (1959). Propaganda analysis. *Evanston, Illinois*, 30.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. *Perspectives on media effects*, 1986, 17-40.

Grabe, M. E., Zhou, S., & Barnett, B. (2001). Explicating sensationalism in television news: Content and the bells and whistles of form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(4), 635-655.

Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication methods and measures*, 1(1), 77-89.

Lasswell, H. D. (1971). *Propaganda technique in world war I*. MIT press.

Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content analysis in mass communication: Assessment and reporting of intercoder reliability. *Human communication research*, 28(4), 587-604.

Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2.^a edição). Thousand Oaks: Sage Publications.

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

João Gonçalves

Erasmus University Rotterdam
ferreiragoncalves@eshcc.eur.nl
<https://orcid.org/0000-0002-8948-0455>

10. Análise temática

10.1. O que é a análise temática?

A análise temática é uma das técnicas mais utilizadas para a análise e interpretação de dados no contexto de investigações de natureza qualitativa. Em termos gerais, o principal objetivo desta técnica é o de identificar, analisar e reportar padrões ou temas recorrentes no conjunto de dados empíricos a estudar (e.g. transcrições de entrevistas, comentários publicados nas redes sociais), sempre tendo em consideração a pergunta e/ou os objetivos do estudo.

Se considerarmos os diferentes tipos de dados, a análise temática é normalmente usada para trabalhar com a palavra escrita (e.g. transcrição de grupos de foco). Isto é, textos analisados como *aproximações de experiências* em que a pessoa investigadora está interessada em captar as percepções, sentimentos, conhecimentos e comportamentos representados no texto (Guest, MacQueen e Namey, 2014). Porém, também é possível utilizar a análise temática em estudos que trabalham com imagens fixas (e.g. fotografias de viagem publicadas no Instagram), som (e.g. gravações de um conjunto de músicas de Hip-Hop) e até mesmo material audiovisual (e.g. tutoriais de moda publicados no Youtube).

A análise temática é um método analítico e interpretativo “flexível” que permite uma análise “rica”, “detalhada” e “complexa” (Braun e Clarke, 2006, p. 78) do material empírico obtido na fase de recolha de dados. Braun e Clarke (2006) recomendam o uso desta técnica a todas as pessoas interessadas em aprender investigação qualitativa. De acordo com as autoras, o uso de análise temática permite o desenvolvimento de capacidades que são básicas e úteis para outras técnicas de análise qualitativa. Como acontece com outras técnicas analíticas, a análise temática pode ser combinada com técnicas tanto qualitativas como quantitativas, como por exemplo a análise do discurso ou a análise de conteúdo quantitativa.

10.1.1. Devo usar a análise temática na minha investigação?

Na ciência, tal como na arte, não há um modelo único (Patton, 2015)¹⁸ e, no caso dos estudos qualitativos, a tarefa de desenhar uma investigação pode ser bastante intimidatória, tendo em conta que não existe uma única forma de começar (Barnett, 2002). É por isso importante ter presente que o desenho de um estudo é determinado por fatores como os recursos da pessoa investigadora, as suas competências, o nível de criatividade e, inclusivamente, as suas opiniões pessoais (Patton, 2015) relativamente a, por exemplo, determinados métodos e técnicas. São os objetivos do estudo que devem guiar as escolhas metodológicas, tanto na recolha dos dados como na análise dos mesmos. Formular motivações e propósitos específicos vai facilitar a criação da pergunta de investigação que, por sua vez, dará pistas sobre os métodos mais adequados. Normalmente, a análise temática é usada em estudos que incidem

¹⁸ Patton (2015) refere-se a Lee J. Cronbach que, em 1982, explicou que desenhar um estudo tem tanto de arte como de ciência.

sobre as experiências humanas, fenómenos culturais e sociais. De facto, autores como Guest et al. (2014) propõem utilizar o conceito de *análise temática aplicada* para salientar a utilidade da análise temática em responder, de forma rigorosa, fidedigna e válida a perguntas que procuram dar respostas a problemas do mundo real.

Por exemplo, de acordo com a literatura existente, a televisão molda a perceção que as pessoas têm de certas culturas. Tendo por base as críticas publicadas e conversas esporádicas mantidas com pessoas de uma localidade, questiona-se a representação que o filme *Ocho apellidos vascos* (Emilio Martínez Lázaro, 2014) apresenta da identidade e cultura locais em várias localidades espanholas. Por isso, considera necessário explorar a forma como os residentes interpretam a forma como o filme retrata a sua região, as pessoas e a sua cultura. O interesse em conhecer ao pormenor as opiniões e os processos interpretativos dos residentes é um indicador claro da necessidade de levar a cabo um estudo qualitativo (e não quantitativo). Em segundo lugar, a análise temática apresenta-se como uma técnica ideal para identificar e refletir sobre os principais pontos de discussão nos grupos de foco e entrevistas realizadas.

Trabalhar com análise temática implica que a pessoa investigadora:

1. *Pretende reportar temas recorrentes no conteúdo a ser analisado.* O conceito de *tema* é utilizado para se referir aos padrões identificados no conjunto de dados empíricos que permitem responder à pergunta de investigação. O *tema*, portanto, representa algum nível de resposta à pergunta de investigação dentro do conjunto de dados (Braun e Clarke, 2006, p. 82). A partir desta definição, as primeiras perguntas a que a pessoa investigadora deve responder durante a primeira leitura do material a analisar são: sobre o que é este conteúdo? Que partes deste conteúdo são relevantes para a pergunta de investigação?

Consideremos, por exemplo, que a pessoa investigadora está interessada em explorar as motivações que levam os adolescentes a consumirem séries de televisão em línguas que não a inglesa. Os documentos sujeitos a análise temática são as transcrições de uma série de entrevistas individuais e semiestruturadas a 30 adolescentes. Após levar a cabo os passos descritos à frente, na secção 10.3 deste capítulo, a pessoa investigadora conclui o estudo com os seguintes temas: motivações intrínsecas ou relacionadas com o espectador (e.g. aprender outras línguas, origem migrante do espectador) e motivações extrínsecas ou relacionadas com a narrativa (e.g. criatividade da narrativa, diversidade e complexidade das personagens).

2. *Reconhece o impacto da perspetiva da pessoa investigadora na análise.* A análise temática requer um elevado grau de envolvimento e interpretação por parte da pessoa que investiga. Neste sentido, é importante reconhecer que todos os projetos de investigação estão situados num quadro teórico que molda e condiciona a perspetiva segundo a qual se lê, interpreta e seleciona os dados que são relevantes para a pergunta de investigação.

Pensemos no caso de uma investigadora que está interessada em explorar as motivações que levam os adolescentes a consumirem vários episódios de uma série

numa sessão (o chamado *binge-watching*). Consciente ou inconscientemente, a investigadora aborda os dados tendo em conta as motivações identificadas por estudos anteriores, quer em estudos específicos sobre *binge-watching* quer em estudos gerais sobre consumo de televisão. Este conhecimento teórico prévio vai condicionar, muito provavelmente, a designação atribuída aos temas (e. g. o *relaxamento* como motivação para consumir televisão durante longos períodos de tempo).

Refletir e reconhecer os fatores que intervêm na interpretação dos dados é fundamental, para levar a cabo uma análise temática com qualidade. Aqui referimo-nos a fenómenos como o contexto histórico, as experiências pessoais, a língua, a etnia, a classe social e o género da investigadora (Brennen, 2017). Conceptualmente, este processo designa-se de *reflexividade*¹⁹.

3. *A pessoa investigadora apoia todas as suas interpretações com dados empíricos.* O requisito de que uma afirmação deve ser apoiada por evidências dos dados leva Guest et al. (2014) a argumentarem que a análise temática não só está ligada a uma corrente interpretativista, mas também a uma corrente positivista, o paradigma dominante nas ciências físicas e sociais (Brennen, 2017). Neste contexto, as citações tendem a converter-se nas principais formas de evidência que ligam a interpretação e os dados.

4. *Os dados obtidos não podem ser generalizados.* Os métodos e técnicas de natureza qualitativa, como é o caso da análise temática, não procuram a generalização dos dados. O objetivo é conhecer-se em profundidade certas experiências humanas, processos interpretativos e fenómenos culturais e sociais.

Exercício

Enunciado: Em baixo são apresentadas 3 ideias para projetos de investigação. Quais são apropriadas para análise temática? Justifique a sua resposta.

1. Uma investigadora está interessada em descobrir que problemas sociais são tratados nas 100 canções mais populares de hip-hop produzidas nos Estados Unidos desde os anos 90.
2. Um grupo de investigação quer entender como seguir celebridades no Instagram afeta a auto-estima dos adolescentes.
3. Um investigador está interessado em explorar como é que os indivíduos entre 18 e 30 anos, e as pessoas entre 50 e 65 anos, interpretam a representação da sexualidade na série de televisão *Élite* (Netflix).

Solução

1. Sim. Para isso a investigadora vai analisar as letras das músicas segundo uma série de critérios estipulados na metodologia do estudo.
2. Não. Esta investigação é de natureza quantitativa. O uso do verbo “afetar” é um indicador claro da natureza quantitativa do estudo.

¹⁹ É recomendada a leitura do artigo Jacobson, D., e Mustafa, N. (2019). Para exemplos de como essa reflexividade é apresentada em publicações científicas, veja-se Aliev e Castro (2021) e Castro (2022).

3. Sim. Neste caso o estudo adota uma natureza comparativa. O investigador vai comparar os temas/subtemas e as manifestações dos mesmos que emergem das interpretações narradas pelos dois grupos da população.

10.2. Uma breve história da análise temática

Apesar da popularidade da análise temática no âmbito das Ciências Sociais e Humanas, esta técnica raramente é reconhecida como tal. É em 2006, quando Braun e Clarke publicam “Using thematic analysis in psychology”, um dos principais artigos académicos²⁰ sobre análise temática, que a designação fica consolidada. Neste artigo, as autoras não só respondem à questão “o que é a análise temática?”, mas também apresentam um guia para a sua utilização, ao mesmo tempo que defendem a necessidade de considerar a análise temática como uma técnica propriamente dita, flexível e útil para múltiplas disciplinas.

Para além de ser questionada como *técnica* (há autores que consideram a análise temática como um “processo” ou uma “ferramenta”²¹), a análise temática é também confundida com outras técnicas de investigação como a *análise qualitativa de conteúdo* e a *grounded theory*. Esta confusão tem origem, em parte, nas semelhanças na implementação prática da análise. Por exemplo, os três passos incorporados na *grounded theory* (*open, axial e selective coding*) têm semelhanças importantes com as seis fases descritas por Braun e Clarke (2006) para a análise temática. A comunidade científica também parece não estar de acordo, quando é necessário estipular as principais diferenças entre técnicas. Por exemplo, para alguns, o que distingue a *grounded theory* da análise temática é o objetivo que a primeira tem de criar teorias fundamentadas nos dados. No entanto, autores como Guest et al. (2014) não descartam a possibilidade de que a análise temática possa gerar novos modelos teóricos.

Em suma, e em linha com Braun e Clarke (2006), este capítulo considera a análise temática como uma *técnica* de análise qualitativa independente, de grande utilidade no âmbito das Ciências Sociais e Humanas. A próxima secção introduz quem lê à sua implementação prática.

10.3. Implementação prática

A análise temática enquanto técnica de análise de dados inicia-se após a fase de recolha do material de investigação. Antes de começar a mergulhar nos dados, a pessoa investigadora (ou a equipa de investigação) precisa de decidir qual o tipo de análise que será levada a cabo. Hsieh e Shannon (2005)²² distinguem três tipos. Primeiro, a *análise convencional*, na qual os códigos advêm diretamente dos dados, sem se

20 O artigo tem mais de 117.792 citações no Google Scholar (Data: 12 de janeiro de 2022).

21 As autoras citam Ryan e Bernard (2000) e Boyatzis (1998). Veja-se Braun e Clarke (2006, p. 78).

22 Ainda que os autores se refiram à análise de conteúdo qualitativa, a tipologia pode ser aplicada à análise temática.

imporem perspectivas teóricas prévias. Este tipo de análise é frequentemente confundido com a *grounded theory*. Em termos práticos, esta desvinculação entre dados e teoria é discutível uma vez que, como explicam Guest et al. (2014), a teoria, ainda que de forma inconsciente, guia o olhar do investigador para decidir o que é que se deve examinar e como.

Em segundo lugar, temos a *análise direcionada*, em que o processo de codificação é guiado por uma teoria ou por determinados resultados da investigação (olhar dedutivo). Esta ligação entre a teoria e os dados facilita a operacionalização das categorias, podendo algumas delas serem criadas antes de se começar a análise. Isto acontece, por exemplo, nos estudos em que o investigador usa um livro de códigos usado em projetos anteriores e que pode ser expandido com base na sua própria análise (e.g. criar novas subcategorias dentro de uma categoria pré-existente). Neste tipo de análise, o investigador terá que estar familiarizado com os principais conceitos teóricos relacionados com o estudo, e há a intenção de teorizar a importância das tendências observadas, assim como o seu significado (Patton, 1990). Tal como aconselham Hsieh e Shannon (2005), as pessoas investigadoras que optem por levar a cabo este tipo de análise devem evitar centrar-se em acumular evidências que apoiem a sua teoria inicial e ter em conta a importância de identificar evidências que a contradigam.

Em terceiro lugar é apresentada a *análise sumativa*, que requer a comparação do conteúdo e a interpretação dos contextos subjacentes. Hsieh e Shannon (2005) explicam que estes estudos começam com a identificação e quantificação (i.e. frequência) de determinadas palavras ou conteúdos, com o objetivo de entender o seu uso contextual. Este último ponto (i.e. a necessidade de explorar o significado latente) é fundamental para diferenciar uma análise qualitativa de uma análise quantitativa. Porém, convém salientar que o uso da frequência pode ajudar os investigadores qualitativos a terem uma ideia inicial das principais categorias presentes nos dados. Entre as limitações deste terceiro tipo de análise, Hsieh e Shannon (2005) destacam a falta de atenção ao significado geral presente nos dados. Recomenda-se, portanto, que esta limitação seja tida em conta.

A Tabela 1 apresenta um resumo dos diferentes tipos de análise.

Tabela 1
Tipos de análise.

Tipo de análise	O estudo começa com	Os códigos são definidos	Os códigos são derivados de
Convencional	Observação	Durante o processo de análise	Dados
Direcionada	Teoria	Antes e durante o processo de análise	Teoria ou resultados de investigações relevantes
Sumativa	Palavras-chave	Antes e durante o processo de análise	Interesse dos investigadores ou da revisão da literatura

Fonte: Hsieh e Shannon (2005).

Outro elemento chave para um bom uso da análise temática é decidir quantas pessoas vão estar envolvidas no processo de codificação. Para garantir um estudo de qualidade é importante assegurar que a equipa de codificação interpreta os códigos

da mesma maneira. A secção 10.4 aprofunda mais este ponto. Uma vez tomadas estas decisões, a equipa pode mergulhar nas 5 fases²³ da análise temática explicadas de seguida. Para ilustrar os diferentes passos, será utilizado como exemplo um estudo que procura responder à seguinte questão de investigação: que comentam no Twitter e no Facebook os espetadores de séries de ficção televisiva criadas em Espanha? A investigadora está interessada em descobrir os temas que os internautas discutem nestas plataformas, assim como refletir sobre o que dizem sobre os mesmos. A análise temática apresenta-se como a técnica mais adequada para construir a resposta a esta pergunta.

Após uma primeira revisão do conteúdo publicado no Twitter e no Facebook, a investigadora observa que a maioria dos internautas usa a palavra escrita, sendo poucos os que publicam vídeos ou fotos quando comentam as séries de televisão. Por isso, a investigadora decide que a unidade de análise para este projeto será constituída pela palavra escrita de cada comentário publicado nas redes sociais. Isto inclui também os *hashtags*.



Figura 1
Exemplo de mensagem
(em cima) e comentário
(em baixo).

²³ Ligeira adaptação das seis fases propostas por Braun e Clarke (2006).

Para se ter uma melhor ideia do projeto, a Tabela 2 oferece uma breve representação dos critérios seguidos na fase de recolha de dados:

Tabela 2
Exemplo de critérios utilizados na fase de recolha de dados.

Séries de televisão	Todas as séries de ficção espanholas com episódios emitidos pela primeira vez entre 2011 e 2012 na televisão em acesso aberto
Plataformas	Facebook (conta oficial de cada programa) e Twitter (tweets que incluem o <i>hashtag</i> principal da série, por exemplo, #AmarEnTiemposRevueltos).
Unidades de análise	Recolhem-se os 40 últimos comentários publicados por utilizadores e utilizadoras em cada plataforma selecionada, e que foram publicados no último dia de emissão da série ou temporada correspondente (dia μ). Nos casos em que a rede social não contém 40 comentários no dia correspondente μ , a amostra completa-se olhando para os dias posteriores (dia $\mu + 1$, dia $\mu + 2...$) até alcançar as 40 unidades de análise por plataforma e por série de ficção.

10.3.1. Familiarização com o conteúdo a analisar

O objetivo desta fase é mergulhar nos dados e obter uma visão abrangente do material que será utilizado na fase de análise. Isto pressupõe a realização de várias leituras profundas (e.g. duas ou até mesmo três) de todo o material. Devido ao tempo que é necessário para ler todo o conteúdo, uma das perguntas mais comuns entre pessoas investigadoras inexperientes é: quanto tempo devo dedicar a esta primeira fase? O tempo vai depender do nível de familiaridade que a pessoa tem com o conteúdo a analisar.

Consideremos por exemplo um estudo que usa grupos de foco como técnica de recolha de dados. Se a Cármen esteve envolvida na transcrição dos dados e o José não, a Cármen tem um grau de familiarização com os dados empíricos superior ao do José, para quem a leitura das transcrições geradas pela sua colega constitui um primeiro contacto com o material de análise. Consequentemente, é muito provável que o José tenha que dedicar mais tempo a esta primeira fase do que a Cármen. Nos casos das investigações focadas em conteúdo publicado nas redes sociais, é possível que a equipa de investigação utilize um programa para descarregar todos os comentários que cumprem certos critérios de seleção. Neste caso, todas as pessoas envolvidas na codificação partem do mesmo nível de familiaridade com o conteúdo a analisar.

Independentemente do nível de familiarização prévio, o importante é que, antes de passarem à fase dois, as pessoas investigadoras tenham um elevado nível de conhecimento do material empírico. Como resultado deste esforço, a equipa recolhe ideias iniciais (e.g. potenciais designações para códigos) num primeiro documento, que será utilizado como ponto de partida para a fase dois. É importante salientar-se a utilidade da criação de um diário de projeto no qual as pessoas envolvidas na investigação registam as diferentes ideias que vão surgindo de forma natural.

10.3.2. Codificação do material: Criação e revisão dos códigos

O objetivo desta fase é o de agrupar o material empírico através da identificação dos dados que são relevantes para a questão de investigação. A pessoa investigadora deverá ter presente que é válido que uma parte dos dados recolhidos não tenha valor no contexto da investigação. Por exemplo, os comentários de Facebook que não estão relacionados com as séries de televisão, mesmo que apareçam publicados na página oficial dos programas (e. g. *spam*).

O *código*, um conceito que a análise temática partilha com outras técnicas e métodos como a *grounded theory* (veja-se Strauss e Corbin, 1990) é muito importante nesta fase. O código é uma etiqueta textual criada pela pessoa investigadora para identificar e organizar, no conjunto dos dados, os fragmentos que são relevantes para responder à questão de investigação. Codificar é, portanto, o processo de associar fragmentos textuais a códigos específicos.

Uma das dúvidas mais frequentes está relacionada com discernir qual o material que deve ser codificado e qual o que deve ser ignorado. Para além de ter presente a questão de investigação, recomenda-se²⁴:

- a) olhar para o texto perguntando: o que é que se aborda aqui? Qual é o fenómeno mencionado (ou não mencionado)? Como se trata esse fenómeno? Que agentes estão envolvidos? Que justificações são dadas? Qual é a intenção?
- b) procurar repetições: se uma ideia é mencionada várias vezes, é provável que esta ideia mereça ser destacada e precise de um código específico;
- c) prestar atenção a conectores linguísticos que expressem relação entre ideias (e. g. “porque”, “consequentemente”), uma vez que estes fragmentos contêm informação sobre a forma de pensar da pessoa que gerou a informação e oferecem pistas sobre o código que deve ser construído;
- d) ter em conta que a ausência de informação (e.g. quando um entrevistado evita dar a sua opinião sobre um tema) também pode revelar informação importante.

Outra das dúvidas mais frequentes está relacionada com a criação dos códigos. Alguns dos códigos são elaborados de uma forma indutiva. Neste caso, os códigos emergem diretamente do conteúdo a analisar, assumindo um carácter descritivo (e. g. *personagens_positivo*, para recolher o material em que o espectador descreve aspetos positivos das personagens de um programa de televisão) ou analítico (e.g. *personagens_empatia*, para identificar a parte do material na qual o espectador expressa sentir empatia pela personagem). Um exemplo muito frequente de código indutivo são os chamados códigos *in vivo*, formados por palavras retiradas diretamente do material empírico (ver Tabela 3).

24 Estas são algumas das recomendações sugeridas também por Ryan e Bernard (2003).

Tabela 3Exemplo de código
in vivo.

Mensagem	Código <i>in vivo</i>
Uma série que me fez conhecer melhor o tempo do Franquismo. Quero felicitar todas as pessoas envolvidas nestes 7 anos pelo bom trabalho.	“conhecer melhor o tempo do Franquismo”

Outra fonte de códigos é o próprio enquadramento teórico que contextualiza o estudo. Nestes casos falamos de *códigos construídos* (Flick, 2009, p. 309) e de uma codificação de caráter dedutivo. Estes códigos tendem a ter uma natureza mais abstrata e podem ser criados ainda antes de se iniciar a codificação partindo, por exemplo, de livros de códigos utilizados em estudos anteriores. Devido à influência do enquadramento teórico no olhar analítico da pessoa investigadora, a codificação de caráter dedutivo é mais estruturada do que a indutiva. O conceito de *sensitizing concepts* é frequentemente usado para se referir aos conceitos presentes na literatura que guiam, desde o princípio, a análise temática.

De uma forma ou de outra, o importante é que o código capture o significado do fragmento selecionado e que o expresse de uma forma clara e direta. É preciso esclarecer que um código pode ser formado por uma única palavra (e.g. “queixa”) ou por um grupo pequeno de palavras (e.g. “dados da audiência”). É também importante reconhecer que alguns estudos combinam a criação de códigos de forma indutiva e dedutiva.

Para uma codificação adequada do material e uma melhor rentabilização do tempo e do esforço investidos neste processo, sugerimos ter em conta cinco recomendações.

Primeira: criar códigos simples e de fácil interpretação. A ideia é ser-se capaz de recordar o que significa cada código, depois de estar vários dias sem avançar no processo de codificação. Escrever uma breve descrição de cada código, assim como algumas indicações sobre quando este deve ser utilizado, ou não, reduz a ambiguidade no processo de codificação. Também promove o que se designa de *fiabilidade intra-codificador*, isto é, o nível de consistência no processo de codificação levado a cabo por uma pessoa. Ou, dito de outra forma: se uma pessoa voltar a codificar os dados depois de passado algum tempo, volta a codificá-los da mesma forma ou não?

Segunda: a partir do momento que uma parte do material empírico é associada a um código, deve assegurar-se que o fragmento selecionado faz sentido em si mesmo. Uma forma de confirmar se este princípio está a ser cumprido é perguntar-se se seria possível reconstruir o contexto com base na leitura das palavras selecionadas. Caso isto não seja possível, recomenda-se alargar a seleção, incluindo palavras que precedem ou se seguem à seleção original.

Terceira: é importante recordar que um mesmo fragmento pode estar vinculado a vários códigos. Veja-se, por exemplo, na Tabela 4, o comentário publicado na Internet por um espetador da série espanhola *Doctor Mateo*:

Mensagem ²⁵	Códigos
Na verdade, só via a Antena 3 por causa do <i>Doctor Mateo</i> . Lastres é a cidade asturiana onde foi filmado (San Martín del Sella na série). Conheci-a graças à curiosidade que despertou em mim esta maravilhosa série. Uma série diferente da que todos conhecemos, com atores e exteriores de luxo. Antena 3: merda !!! Agora não vou ver mais a Antena 3.	#Receção: a pessoa utilizadora partilha com o resto dos internautas informação sobre a sua experiência de receção (e.g. só sintoniza a Antena 3 para ver esta série em particular). #Cenário-positivo: comenta-se sobre onde foi gravada a série. #Atores-positivo: regista-se satisfação com o trabalho do elenco. #Relato-positivo: escreve-se sobre aspetos positivos da série, salientando a forma como é diferente de outros produtos. #Queixa: não se concorda com a decisão do canal de cancelar a série. A inclusão deste código requer alguma familiaridade com o contexto, ou seja, que a Antena 3 decidiu não produzir mais temporadas.

Tabela 4

Exemplo da relação entre mensagens e códigos.

Quarta: se na fase de recolha de dados forem utilizados guiões de entrevistas ou para grupos de foco, deve considerar-se dividir o material segundo as perguntas formuladas. Isto é o que Guest et al. (2014) designam de codificação estruturada (*structural coding*). No entanto, deve ter-se em consideração que um participante pode voltar a um tema tratado anteriormente em qualquer momento da conversa, pelo que a pessoa investigadora deverá estar aberta a fazer ajustes. Para além disso, e como recordam Braun e Clarke (2006), não se deve considerar esta divisão com a criação de temas: o trabalho analítico não pode ser esquecido.

Quinta: deve considerar-se codificar os fragmentos que, estando relacionados com a questão de investigação, têm uma importância questionável. Para isto pode usar-se, por exemplo, o código “precisa de revisão”. Esta prática facilitará a identificação e releitura de certos fragmentos, no final do processo de codificação.

Código: petição

Breve definição: os internautas organizam-se para provocar um determinado efeito ou mudança.

Quando usar: quando o internauta organiza uma ação (e.g. recolha de assinaturas online) para pedir a continuação do programa, o regresso de uma personagem, etc.

Quando não usar: quando o internauta publica uma queixa, mas não propõe uma ação. Neste caso utiliza-se o código #queixa.

Exemplo: “Antena 3: para uma segunda temporada da série de TV Imperium www.change.org”.

Nota: esta prática é especialmente relevante quando se trabalha em equipa. Nestes casos, é muito recomendável organizar-se uma primeira fase na qual os diferentes membros da equipa codificam o mesmo material e, posteriormente, comparam e refletem sobre o processo levado a cabo (*intercoder consistency*). Isto vai facilitar a tomada de decisões para acertar o processo de codificação.

Tabela 5

Exemplo de definição de um código.

²⁵ As mensagens usadas como exemplos foram traduzidas do espanhol.

Uma vez codificado todo o material, obtém-se uma primeira lista dos diferentes códigos. Antes de passar à fase seguinte, é importante rever a lista e pensar sobre:

- *Possíveis redundâncias.* É de evitar a criação de códigos semelhantes como, por exemplo, o uso de “motivações” e “motivo”, para referir os fragmentos nos quais os internautas explicam as suas motivações para verem um determinado programa de televisão.
- *O nível de detalhe da lista de códigos.* Uma lista de códigos excessivamente detalhada pode dificultar a criação de categorias (fase 3).
- *A presença de códigos in vivo.* O seu número deve ser reduzido, na medida do possível. Veja-se o exemplo da Tabela 6:

Tabela 6
Exemplo de código.

Mensagem ²⁶	Código <i>in vivo</i>	Código
Uma série que me fez conhecer melhor o tempo do Franquismo. Quero felicitar todas as pessoas envolvidas nestes 7 anos pelo bom trabalho.	“conhecer melhor o tempo do Franquismo”	#conhecimento_histórico

Uma pergunta muito comum entre principiantes é: quantos códigos posso ou devo criar? Na verdade, é impossível determinar-se o número ideal de códigos para um projeto. O número vai depender da pergunta de investigação, do material recolhido e, inclusivamente, do próprio olhar analítico da pessoa investigadora. Regra geral, a criação de demasiados códigos é ingerível e a criação de poucos códigos sugere uma análise superficial dos dados.

Nesta leitura focada e comparativa da lista de códigos, é natural que se comece a identificar relações entre códigos, assim como uma hierarquia entre estes. Estas reflexões permitem a criação de um *esquema de código* ou *livro de códigos*. É aconselhável tomar nota destas ideias, que serão utilizadas na terceira fase. Recorde-se que o tempo dedicado ao processo de codificação é determinado não só pela experiência que a pessoa investigadora tem com o método de análise, mas também pelo conhecimento sobre o tema de investigação.

10.3.3. Categorização dos códigos: procura e definição dos subtemas

Nesta fase, passa-se de um olhar fragmentado a um olhar mais comparativo (e mais abstrato), que permita a identificação de relações (ou não) entre códigos. É o momento de se começar a criar os subtemas.

Como se explicou anteriormente, um tema representa um conjunto de dados que são essenciais para responder à questão de investigação. Normalmente, um tema agrupa diferentes subtemas ou grupos de códigos que estão relacionados entre si e que captam uma particularidade do tema principal. É esta relação que terá de ser considerada no momento de atribuir o nome aos subtemas, assim como no momento

²⁶ As mensagens usadas como exemplo foram traduzidas do espanhol.

de definir, de forma breve mas precisa, os subtemas (i.e. responder à pergunta: de que trata este subtema?)

Para representar visualmente os diferentes grupos de códigos é recomendado o uso de cores (i.e. uma cor por grupo de códigos), assim como a criação de esquemas, mapas ou tabelas que permitam representar os diferentes níveis e potenciais hierarquias. Por exemplo, no estudo em que a investigadora está interessada em identificar sobre o que escrevem os internautas nos *posts* que publicam nas redes sociais sobre as séries de ficção televisiva espanhola que veem, a investigadora observa que uma importante parte dos comentários estão relacionados com o *enredo (storyline)*, os *personagens*, os *atores* e as *cenas*. Estes passam a ser considerados subtemas de um tema principal denominado *narrativa*.

Algumas pessoas pesquisadoras criam categorias como “outros” ou “vários” para agrupar os códigos que, por um motivo ou por outro, não foram incluídos em nenhuma outra categoria. Por exemplo, no caso do projeto sobre ficção espanhola, a investigadora observa que um pequeno número de comentários trata de aspetos que não estão relacionados com a ficção espanhola, o seu objeto de estudo (e.g. comentários que entrariam na categoria *spam*).

10.3.4. Criação do mapa temático

O resultado final desta fase é a criação do *mapa temático* do projeto, que consiste numa representação precisa do material estudado em relação à questão ou objetivo da investigação. Nesta fase, a pessoa investigadora revê a proposta de subtemas criados na fase anterior e define, de forma precisa e clara, cada um dos temas e subtemas. Neste caso, responde às questões: de que trata este tema? Que aspetos do conteúdo analisado são captados por este tema e quais não são? A que parte da questão de investigação responde este tema? As respostas a estas perguntas levam a criar uma definição concisa (e.g. duas ou três linhas) que será útil para a própria investigadora, assim como para quem lê o estudo e se interessa em compreender como foi feita a análise.

Através deste exercício, a pessoa investigadora pode detetar (1) a consistência e a coerência de cada tema e da sua estrutura interna, (2) a potencial sobreposição de certos temas e a necessidade de os reagrupar, (3) a necessidade de dividir um grupo de temas estabelecidos e (4) a relevância face à questão de investigação. Nesta fase, a investigadora dedica alguma atenção à categoria “outros” ou “vários” mencionada na fase anterior, para decidir se mantém ou elimina os códigos ali incluídos. Por exemplo, pode-se decidir transformar um desses códigos num subtema ou pensar em certos tipos de reflexão que podem ser de interesse para o estudo. Considerando o exemplo dos comentários do tipo *spam*, a pessoa investigadora poderá considerar relevante refletir sobre o tipo de plataforma e a sua administração.

Com o mapa temático criado, e antes de começar a redação do relatório (fase final), volta-se a ler o conteúdo do objeto de análise. Qual a finalidade? Assegurar-se que

os temas estão fortemente relacionados com os dados originais, que o mapa construído constitui uma representação exata do material analisado e que os temas permitem a formulação de uma resposta à questão de investigação. Se o resultado não for satisfatório, será necessário rever e polir os códigos, subtemas e temas. Noutras palavras, repetir as fases 2, 3 e 4. A pessoa investigadora saberá que chegou à fase final da análise temática quando o processo de recodificação e refinamento dos códigos não acrescenta nada de novo ao projeto (Braun e Clarke, 2006).

10.3.5. Redação dos resultados

Com a versão definitiva do mapa temático criada, chega o momento de escrever os resultados do estudo. É importante salientar que o tipo de escrita é determinado pelo tipo de audiência a que se pretende chegar (e.g. pessoal académico, empresárias)²⁷. No que diz respeito à organização do conteúdo, algumas pessoas investigadoras usam a estrutura criada no mapa temático para estruturar a narrativa. Nestes casos, é habitual começar-se com uma explicação do tema, assim como indicar os diferentes subtemas. Por exemplo:

O tema *narrativa* inclui as mensagens relacionadas com o *enredo* dos programas, as *personagens* e as *cenas*. Abrange, também, os *atores* devido à sua estreita relação com as personagens. De facto, e como se verá, existe uma tendência de se referir aos atores usando o nome das personagens.

Nos estudos de carácter comparativo, organizar os resultados tendo em conta os diferentes grupos analisados pode ser prático. Por exemplo, se uma investigação procura estabelecer uma comparação das motivações para consumir séries de televisão espanholas em França e em Itália, os resultados podem estruturar-se, em primeiro lugar, tendo em conta estes dois países.

Como acontece em outras técnicas de análise qualitativa, deve-se ir além de uma mera descrição dos dados. Deve fazer uma interpretação clara e analítica dos resultados e mostrar que as suas interpretações são apoiadas pelos dados empíricos. Como se indicou na secção 1 deste capítulo, as citações tendem a converter-se na principal forma de evidências que ligam a interpretação e os dados.

Por fim, importa mencionar que, por motivos de transparência, é recomendável incluir o mapa temático e o livro de códigos nas publicações académicas que resultam do estudo, quer seja na secção dos métodos, quer como anexo ou material complementar.

10.3.6. Ferramentas para realizar a análise temática

Tradicionalmente, a análise temática era feita em papel. Imprimia-se o material de análise, utilizavam-se lápis e canetas para escrever nas margens das folhas e marcadores de diferentes cores para sublinhar e marcar os diferentes fragmentos. Também

27 Para mais informações ver “Writing up thematic analysis” (Guest et al. 2014).

se usavam tesouras e cola, para agrupar os fragmentos que faziam parte do mesmo código e para agrupar e organizar os diferentes subtemas e temas. Porém a existência de *programas de análise de dados qualitativos* (QDAS, em inglês) como o NVivo ou Atlas.ti tem facilitado a implementação da análise temática.

Ainda que o objetivo deste capítulo não seja explicar o funcionamento destes programas, consideramos importante salientar algumas das potencialidades dos mesmos. Por exemplo, facilitam a edição dos nomes inicialmente atribuídos aos códigos e das suas respetivas definições, assim como oferecem uma visualização clara e direta da lista de códigos criados. Os QDAS também permitem a criação de grupos de códigos de forma simples e contabilizam a frequência do uso de um código (i.e. quantas vezes foi usado, o que pode dar indicação da prevalência de determinados temas). Também permitem gerar representações visuais das ligações entre códigos, assim como exportar num único arquivo todos os fragmentos atribuídos a um código numa questão de segundos.

Em suma, embora os QDAS não realizem a análise temática (é a pessoa investigadora que executa a análise), os QDAS melhoram a eficiência, consistência e compreensão da análise temática (Guest et al., 2014). No entanto, nem todos os projetos precisam de usar este tipo de programas. A complexidade da investigação (e.g. o volume de dados empíricos a analisar, o número de pessoas envolvidas no processo de análise) deve ser tida em conta no momento de decidir a incorporação, ou não, deste *software*. Quanto maior a complexidade, maior poderá ser a vantagem do uso de um QDAS.

10.4. Critérios de qualidade e limitações da análise temática

Ainda que a contribuição dos estudos qualitativos seja reconhecida por entidades financiadoras e por instituições governamentais (O'Connor e Joffe, 2020), a qualidade dos estudos qualitativos e, por extensão, dos que utilizam a análise temática é ainda alvo de debate na comunidade científica. O principal motivo? O elevado grau de interpretação que é exigido. Nesta secção, reflete-se sobre vários critérios de qualidade que ajudam a combater esta desconfiança. Em baixo apresenta-se uma reflexão sobre a aplicação da *fiabilidade entre codificadores* (*intercoder reliability*) à análise temática, assim como a flexibilidade que este método comporta.

10.4.1. Qualidade nos estudos qualitativos

Já nos anos 80, Lincoln e Guba (1982) propuseram os seguintes critérios de qualidade para estudos de natureza qualitativa:

1. *Credibilidade*. Este critério estabelece se os resultados da investigação representam, de forma verídica e plausível, os dados originais, por exemplo, os pontos de vista das pessoas entrevistadas. Guba e Lincoln (1982) sugerem que as pessoas investigadoras perguntem aos participantes se os resultados

obtidos captam as suas realidades de forma adequada e credível. Também propõem arquivar-se todo o material original (e.g. gravações, fotografias) recolhido durante o estudo, para que este possa ser analisado por outras pessoas.

2. *Transferibilidade*. Este critério refere-se à capacidade da pessoa investigadora para extrapolar os resultados obtidos para outros contextos. Esta extrapolação é unicamente possível quando se elaboram descrições detalhadas do contexto, que permitem identificar o grau de transferibilidade possível.
3. *Fiabilidade*. É entendida como a estabilidade do estudo, tendo em conta as decisões pessoais (mas lógicas e racionais) tomadas durante a execução do projeto. A ideia é que a interpretação e a avaliação dos dados devem ser apoiadas pelo material recolhido. O uso de diferentes técnicas de recolha de dados (um tipo de triangulação) apresenta-se como uma ferramenta útil para demonstrar a fiabilidade de um estudo.
4. *Confirmabilidade* ou até que ponto os resultados obtidos podem ser confirmados por outras pessoas investigadoras de forma a que se demonstre uma clara ligação entre os dados e as interpretações. Triangulação e flexibilidade são, neste ponto, essenciais.

10.4.2. Qualidade da análise temática

Se nos centrarmos na análise temática, Braun e Clarke (2006) propõem uma série de critérios para as diferentes fases do processo de análise. Destacamos as seguintes:

Tabela 7
Critérios de qualidade.

Fase	A pessoa investigadora...
Codificação	(a) prestou o mesmo grau de atenção a todo o material empírico que é objeto de análise; (b) executou uma codificação completa, integrada e compreensiva; (c) identificou todas as citações relevantes para cada tema; (d) contrastou cada tema com os outros temas e em relação ao material empírico original; (e) construiu temas que são coerentes, consistentes e distintos.
Análise	(a) apresenta uma análise e interpretação dos dados, em vez de parafrasear o material ou elaborar uma mera descrição do mesmo; (b) estabelece uma relação clara entre os dados e os resultados obtidos; (c) relata a análise dos dados de forma convincente e bem estruturada; (d) alcança um bom equilíbrio entre a parte do texto em que apresenta a análise e a inclusão de citações que ilustram essa análise.
Escrita	(a) explica de forma clara e transparente tudo o que pode ter condicionado a análise temática (e.g. o tipo de análise escolhido); (b) põs em prática o método que descreve, e mostra esta coerência na publicação; (c) reconhece o seu papel ativo em todo o processo; (d) usa uma linguagem que é consistente com a posição epistemológica na qual se enquadra a análise.
Geral	dedicou tempo suficiente para completar todas as fases de forma adequada e sem apressar nenhuma delas.

Intercoder reliability (fiabilidade entre codificadores)

Nos estudos em que há várias pessoas envolvidas na fase de codificação, calcular a *intercoder reliability* (ICR) pode ser útil no momento de transmitir o nível de rigor da investigação. Tal como explicam O'Connor e Joffe (2020)²⁸, ao contrário do que acontece com a consistência entre codificadores mencionada anteriormente, trabalhar com o conceito de ICR implica calcular formalmente o nível de concordância entre pessoas investigadoras. No caso de estudos realizados por uma única pessoa, este pode pedir a uma segunda que codifique parte dos dados empíricos e, com base nisso, calcular o ICR. No entanto, quais são os passos a seguir?

O'Connor e Joffe (2020) aconselham realizar um primeiro teste com uma percentagem reduzida da totalidade dos dados empíricos (e.g. a transcrição de uma entrevista) e comparar de forma informal o processo de codificação. Os resultados obtidos neste primeiro teste permitem melhorar o livro de códigos antes de levar a cabo um cálculo formal da ICR. Para isto, é costume usar cerca de 10-25% do total de dados empíricos. Também é importante que esta seleção seja realizada de forma aleatória ou que se utilizem uma série de critérios que assegurem a representatividade dos dados empíricos do estudo.

No que diz respeito ao nível de independência das pessoas envolvidas nesta fase do estudo, este depende do objetivo pelo qual se calcula a ICR (O'Connor e Joffe, 2020). Se o objetivo é usar a ICR para demonstrar o grau de objetividade do estudo, recomenda-se a seleção de codificadores que não estejam envolvidos no desenho do livro de códigos. Neste caso, se a identificação dos temas se dá a um nível latente, as pessoas investigadoras devem considerar dar algum treino prévio para que o codificador esteja familiarizado com os conceitos teóricos. Pelo contrário, se o objetivo do uso da ICR é o de gerar discussão entre as pessoas investigadoras e identificar aspetos que devem ser clarificados, estas reúnem-se após levar a cabo a primeira codificação, reveem o código e, depois, começam uma segunda ronda de codificação independente.

A ICR pode ser calculada de forma manual. Para os que usam QDAS no processo de codificação, usar as opções que alguns destes programas oferecem (e.g. NVivo) é provavelmente a solução mais eficaz. Importar os dados codificados para um programa de análise de dados quantitativo como o SPSS é outra solução. No que respeita ao cálculo em si, há várias alternativas possíveis. No entanto, O'Connor e Joffe (2020) referem-se à popularidade que o alfa de Krippendorff está a ganhar enquanto métrica (para mais informação, ver o capítulo 9). Por fim, importa salientar que alguns editores requerem o cálculo da ICR antes de aceitarem a publicação de um artigo científico.

28 Para mais informações sobre o conceito, aconselha-se a leitura de O'Connor e Joffe (2020).

Flexibilidade

A flexibilidade proporcionada pela análise qualitativa em geral e pela análise temática em particular tem sido também objeto de crítica. A investigação qualitativa permite mergulhar nas complexas dinâmicas e percepções dos indivíduos. Por este motivo, antes de iniciar uma investigação qualitativa, deve ter-se em conta que, por muito planeada que tenha sido a investigação, é provável que esta acabe por levá-lo por caminhos imprevistos (Patton, 2015). Quando a pessoa investigadora é transparente na sua atividade, esta flexibilidade não deve ser encarada como uma limitação, mas como uma oportunidade para descobrir caminhos e ideias que não foram considerados no início do projeto. No caso da análise temática, é importante explicar de forma clara e explícita os passos realizados e assegurar que o que foi descrito nos métodos foi implementado com rigor. (Braun e Clarke, 2006)

10.5. Exemplos

Nesta secção são apresentados três exemplos de projetos realizados na área do estudo dos media que usaram a análise temática. Em cada um deles, incluem-se a questão ou objetivo da investigação, o método ou técnica de recolha de dados, os temas e subtemas, um breve resumo das conclusões e, em alguns casos, observações.

Exemplo 1

Questão de investigação: o que motiva os jovens americanos a consumirem séries originais da Netflix produzidas em línguas diferentes do inglês?

Técnica de recolha de dados: 13 entrevistas semiestruturadas.

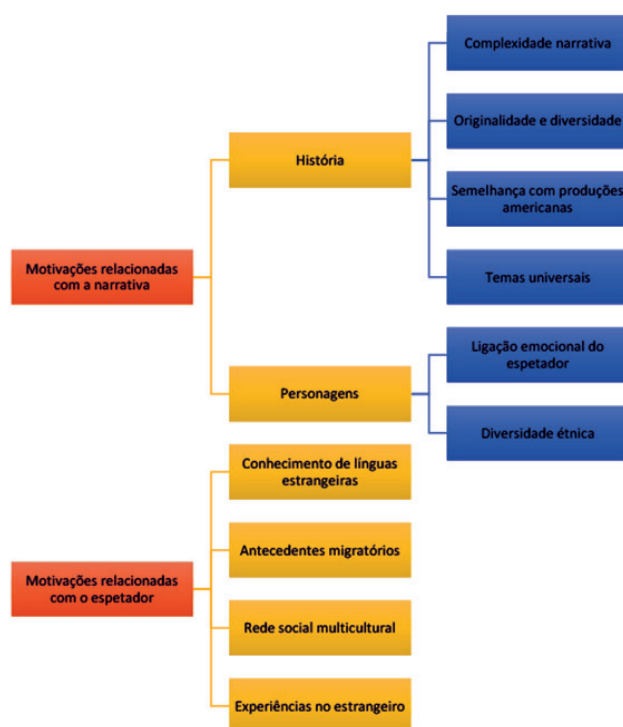


Figura 2
Mapa temático.

Resumo das conclusões: a investigadora concluiu que os principais motivos pelos quais os jovens dos Estados Unidos decidem ver séries originais da Netflix produzidas noutras línguas (e.g. o espanhol) devem-se, por um lado, às próprias características do programa e, por outro, às motivações derivadas do perfil do próprio espetador. Entre as motivações relacionadas com a narrativa destacam-se as que são ligadas à história (e.g. a complexidade narrativa dos programas) e às personagens (e.g. a diversidade étnica que estes programas oferecem). No que respeita às motivações intrínsecas ao espetador, a investigadora explica como o desejo de aprender ou praticar uma língua estrangeira motiva a escolha deste tipo de programas. A investigadora também salienta o papel desempenhado pelos antecedentes migratórios do espetador na hora de consumir este tipo de programas (e.g. imigrantes de segunda ou terceira geração nos Estados Unidos).

Observação: neste caso, a investigadora trabalha com três níveis temáticos: os temas, a laranja; os subtemas, a amarelo; e os sub-subtemas, a azul.

Exemplo 2

Objetivo do estudo: identificar as necessidades e os fatores que motivam os refugiados a usarem os *smartphones* no momento da fuga.

Técnica de recolha de dados: 16 entrevistas semiestruturadas.

Tema	Subtema
O <i>smartphone</i> como elemento de companhia	Família
	Ligação com a comunidade de refugiados
O <i>smartphone</i> como centro de organização	Localização
	Ligação
	Administração
O <i>smartphone</i> como suporte de vida	Emergência*
	Elemento de apoio*
O <i>smartphone</i> como ferramenta (significativa) de diversão	Entretenimento*
	Preservar memórias*

Tabela 8

Tabela temática.

Resumo das conclusões: inspirados pela teoria dos usos e das gratificações, as autoras e autores do estudo identificaram que os refugiados usam o *smartphone* sobretudo como elemento de companhia, organização, suporte de vida e diversão.

Observação: na secção de resultados deste artigo, é possível ver como o texto está estruturado com base nos quatro temas identificados. Para além disso, os primeiros 5 subtemas incluídos na Tabela também possuem a sua própria subsecção. Isto não acontece no caso dos quatro últimos subtemas (marcados com *) que, apesar de serem tratados nos resultados, não possuem a sua própria secção. É interessante notar que esta é uma prática habitual quando se apresentam os resultados da análise temática.

Exemplo 3

Questão de investigação: que papel tem o *free digital play* em pacientes jovens com cancro (0-19 anos) durante o tratamento médico?

Técnica de recolha de dados: 15 entrevistas semiestruturadas.

Esquema temático:

1. Fases do tratamento nas quais o *digital play* é relevante
 - 1.1. No hospital, durante internamento hospitalar
 - 1.2. Em casa, durante o tratamento ambulatorio
 - 1.3. Durante a remissão
2. Tipos de *digital play* em que participam os pacientes com cancro
 - 2.1. Jogar videojogos
 - 2.2. Interagir de forma lúdica com outras tecnologias
 - 2.3. Complementaridade entre *digital* e *non-digital play*
3. O impacto do *digital play* nos pacientes
 - 3.1. Interações sociais
 - 3.2. Desenvolvimento da identidade
 - 3.3. Comunicação

Resultados: em primeiro lugar, o estudo salienta o valor e os benefícios do *digital play* nos pacientes com cancro, não só no momento em que recebem tratamento hospitalar, mas também no período de ambulatorio e de remissão. No segundo tema, as autoras refletem sobre os diferentes tipos de jogos utilizados (e.g. jogos de lógica e jogos didáticos), o uso lúdico de outras tecnologias (e.g. a câmara do telemóvel) e, finalmente, a convivência dos jogos digitais com os não digitais (e.g. jogos de faz-de-conta). O último tema identifica os principais três tipos de impacto que o *digital play* tem nos pacientes e que estão representados nos três subtemas. Por exemplo, o subtema comunicação refere-se a como as experiências lúdicas podem melhorar a comunicação entre pacientes e pais.

Observação: na secção de métodos explica-se que a análise temática foi dividida em duas fases. Uma primeira fase na qual as duas investigadoras trabalharam de forma independente na identificação de subtemas e temas. E uma segunda durante a qual as duas investigadoras se reuniram para refletirem e ajustarem as duas propostas individuais. O resultado dessa reunião deu lugar à proposta final de temas e subtemas incluída no artigo científico. A inclusão deste tipo de informação melhora a transparência do estudo.

O presente capítulo apresentou uma introdução à análise temática, considerada como uma das técnicas fundamentais para a análise qualitativa. Como o próprio nome indica, esta técnica permite identificar, de forma rigorosa, fidedigna e válida,

os padrões ou temas recorrentes no conjunto de dados empíricos a analisar. Ainda que os cinco passos explicados na secção 10.3 deem uma sensação de linearidade, o certo é que a análise temática é um processo iterativo e reflexivo.

A análise temática é útil principalmente para principiantes, uma vez que lhes dá a oportunidade de desenvolverem capacidades básicas e úteis para o uso de outras técnicas e métodos de análise qualitativa (e.g. *grounded theory*). Finalmente, a análise temática é ideal para estudos que visam responder a questões dedicadas a procurar soluções para problemas do mundo real, independentemente do número de pessoas envolvidas na investigação.

10.7. Sugestões de leitura

Alencar, A., Kondova, K., e Ribbens, W. (2019). The smartphone as a lifeline: An exploration of refugees' use of mobile communication technologies during their flight. *Media, Culture & Society*, 41(6), 828-844. <https://doi.org/10.1177/0163443718813486>

Aliev, M., e Castro, D. (2021). Platforms and race. Exploring the interpretation of *Dear White People* In: B. García Orosa (ed.) *Digital Political Communication Strategies* (pp. 169-189). Palgrave Macmillan.

Castro, D. (2022). Beyond the Giralda: Residents' interpretations of the Seville portrayed in fictional movies and TV series. *European Journal of Cultural Studies*, 26(4), 510-527. doi: 10.1177/13675494221112967

De la Hera, T., e Sarria, C. (2021). The role of spontaneous digital play during young patients' cancer treatment. *Media and Communication*, 9(1). <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3216>

Referências

Aliev, M., e Castro, D. (2021). Platforms and race. Exploring the interpretation of *Dear White People* In: B. García Orosa (ed.) *Digital Political Communication Strategies* (pp. 169-189). Palgrave Macmillan.

Barnett, J. (2002). Review of *Doing Qualitative Research* by Benjamin Crabtree & William Miller (Eds.). *Forum: Qualitative Social Research*, 3(4). <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/778/1688>

Braun, V., e Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Brennen, S. (2017). *Qualitative research methods for media studies* (2nd edition). Routledge.

Castro, D. (2022). Beyond the Giralda: Residents' interpretations of the Seville portrayed in fictional movies and TV series. *European Journal of Cultural Studies*, 26(4), 510-527. doi: 10.1177/13675494221112967

Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80-92. <https://doi.org/10.1177/160940690600500107>

Flick, U. (2009). *An introduction to qualitative research* (4th edition). Sage.

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *ECTJ: Educational Communication and Technology*, 30(4), 233-252. <https://doi.org/10.1007/BF02765185>

Guest, G., MacQueen, K., e Namey, E. (2014). *Applied Thematic Analysis*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781483384436>

Hsieh, H.-F., e Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>

Jacobson, D., e Mustafa, N. (2019). Social identity map: A reflexivity tool for practicing explicit positionality in critical qualitative research. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, 1-12. <https://doi.org/10.1177/1609406919870075>

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1982). Establishing dependability and confirmability in naturalistic inquiry through an audit. Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association (66th, New York, NY, March 19-23, 1982)

O'Connor, C., e Joffe, H. (2020). Intercoder Reliability in Qualitative Research: Debates and Practical Guidelines. *International Journal of Qualitative Methods*, 19, 160940691989922. <https://doi.org/10.1177/1609406919899220>

Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. SAGE.

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th edition). Sage Publications.

Ryan, G., e Bernard, H. (2003). Techniques to identify themes. *Field Methods*, 15(1), 85-109.

Strauss, A. e Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Sage Publications.

Deborah Castro

University of Groningen, Erasmus University Rotterdam and ITI-LARSyS

d.castro.marino@rug.nl

<https://orcid.org/0000-0001-7980-0964>

11. Análise narrativa: Opções metodológicas nos estudos do discurso

As Ciências da Comunicação, de maneira geral, analisam as práticas discursivas produzidas sob determinadas circunstâncias sócio-históricas. Qualquer investigação desta natureza permitirá perceber como os interlocutores constroem/negoceiam sentidos num tempo e espaço específicos. Neste contexto, o discurso não se limita ao texto ou à fala, dado que abrange uma acepção mais ampla. Pelo caráter multi e transdisciplinar da Comunicação, as investigações podem utilizar métodos e técnicas caros a outras áreas do conhecimento (Sociologia, Antropologia, Filosofia, Educação, Geografia, História, entre outras). As estratégias metodológicas devem ser escolhidas para melhor responder às questões de investigação.

No capítulo 14 desta coletânea, Anabela Carvalho e Zara Pinto-Coelho apresentam referências importantes para as investigações que dialogam com os estudos do discurso, com particular alusão a quatro técnicas: análise de conteúdo; análise de *frames/framing*; análise de narrativas; e análise crítica de discurso. Já neste capítulo, o objetivo é demonstrar as estratégias para a execução da análise narrativa dentro de um enquadramento teórico-epistemológico particular: a fenomenologia hermenêutica de Paul Ricoeur. Isto porque, a partir da primeira parte *Temps et récit (tome I)*, originalmente publicada em 1983, percebe-se um caminho para a inovação no nível do discurso. A obra mostra um percurso para a invenção da intriga/ação ao definir instâncias reflexivas em que são associados acontecimentos múltiplos e dispersos numa história tomada como um todo. Por meio da síntese do heterogêneo, a narrativa surge na linguagem como algo inédito. Os estudos de *media* e jornalismo se beneficiam do ponto de vista epistêmico e metodológico de Paul Ricoeur, sobretudo por via da definição de etapas para a análise discursiva.

11.1. O que é a análise narrativa?

Em sentido lato, a análise narrativa refere-se a um arcabouço teórico dentro dos estudos do discurso que procura construir e dar sentido a uma história como um todo a partir dos fragmentos do discurso. Por isso, não quebra tal estrutura em partes menores (por exemplo, temas), pois considera que uma história é formada por uma série de acontecimentos organizados de maneira lógica de acordo com um tempo específico (Carvalho, 2000). Como técnica de análise, a narrativa consiste numa unidade de discurso discreta e sua análise depende de como são relacionados os acontecimentos em sequência de forma a comunicar significado. O encadeamento dos factos e a sua repercussão particularizam as narrativas: os acontecimentos são selecionados, organizados, conectados e avaliados como significativos para um público específico. A atenção às sequências de ação distingue métodos narrativos de outras abordagens qualitativas (Riessman, 2008).

A ideia de narrativa como um modo de compreensão caracteriza-se pela sua dimensão retrospectiva, ou seja, pelo fato de sempre e necessariamente olhar para trás a partir de algum momento presente, e ver, no movimento dos acontecimentos, episódios que fazem parte de algum todo maior. O entendimento narrativo abraça a natureza histórica da realidade humana, pois o olhar em retrospecto não se revela

um empecilho ao conhecimento, mas sim uma oportunidade para acessar dimensões de significado que não poderiam ser encontradas de outra maneira. Mais do que entender “o que aconteceu e quando”, como na crônica histórica, o olhar para trás busca compreender como acontecimentos e experiências podem estar relacionados entre si, assumindo a forma de um enredo (Freeman, 2015).

O entendimento narrativo é irrevogavelmente interpretativo, portanto, provisório. Isto significa que é raro utilizar-se a análise narrativa para provar alguma coisa, uma vez que se trata sobretudo de uma proposta hermenêutica. A narrativa consiste numa escolha específica de técnica para relatar acontecimentos passados. Assim, a junção temporal (ou seja, a relação entre o antes e o depois na forma de uma história) é o que, fundamentalmente, a distingue de outras formas de relatar o passado (Labov, 1997). A análise narrativa não é uma entidade homogênea e, dentro de sua ampla competência, existem diversos modelos que ajudam a compreender a produção social da história. A proposta de Motta (2007) dialoga com a fenomenologia de Paul Ricoeur, ao propor seis movimentos para apreender conexões e sínteses narrativas, além do contexto sociocultural, a partir do texto jornalístico. Isto porque se admite que nenhuma narrativa é ingênua, tampouco uma composição discursiva autônoma. Há sempre um propósito, dado que se trata de um dispositivo de argumentação na relação entre os sujeitos. Esses movimentos são: recomposição da intriga ou acontecimento jornalístico; identificação dos conflitos e funcionalidade dos episódios; construção de personagens jornalísticas (discursivas); estratégias comunicativas (de objetivação e de subjetivação); relação comunicativa e o “contrato cognitivo”; e metanarrativas.

11.2. Uma história da análise narrativa

A palavra fenomenologia é formada a partir dos termos gregos *phainómenon*, que significa o que é trazido à luz ou o que se manifesta (*phôs*), e *logos*, compreendido como “colheita de sentido” em alusão à atividade agrária de produzir e colher. Neste contexto, o sentido produzido é igualmente colhido de diferentes maneiras – em especial, pela linguagem e pela atribuição de significado aos signos linguísticos. A fenomenologia e a hermenêutica representam duas faces da mesma atividade interpretativa. Juntas, destacam o esforço para compreender a natureza dos seres humanos e os significados que eles conferem ao mundo, examinando a linguagem em seu contexto cultural (Josgrilberg, 2017; Rapport, 2005).

Apesar de Palmer (2011) situar Paul Ricoeur na ênfase cultural (que admite a hermenêutica como um sistema de interpretação), o trabalho do filósofo recebe a influência da ênfase existencial (que entende a hermenêutica como fenomenologia do *Dasein* e da compreensão existencial). Em *Sein und Zeit*, originalmente publicado em 1927, em Martin Heidegger (2005) indicou que a compreensão e a interpretação são modos fundantes da existência humana, todavia foi Gadamer (1999), originalmente publicado em 1960, que sistematizou a hermenêutica filosófica e contribuiu para a perspectiva linguística da hermenêutica ao destacar

a estrutura especulativa da linguagem. Para Gadamer (1999), a hermenêutica consiste num encontro do ser por meio da linguagem, por isso, importa compreender o caráter linguístico da própria realidade humana. Um dos seus conceitos mais caros consiste na experiência hermenêutica, que amplia o horizonte e permite ver algo diferente do que se tinha no passado. Trata-se sempre de uma negação – não como uma simples rejeição à visão anterior, mas sim como uma superação do viés conservador para um horizonte novo e mais amplo. Assim, a forma linguística e o conteúdo da tradição não podem ser separados na experiência hermenêutica.

Essas reflexões são essenciais para compreender a filosofia de Paul Ricoeur, que discute a exegese textual como elemento distinto e central na hermenêutica – definida como “o processo de decifração que vai de um conteúdo e de um significado manifestos para um significado latente ou escondido” (Palmer, 2011, p. 52). Para o filósofo, o sentido de um texto não está por trás, mas sim na frente dele, da mesma forma que não é algo escondido, mas sim revelado. Portanto, a compreensão tem menos a ver com o autor e sua situação e mais com a apreensão das proposições de mundo abertas pela referência do texto: “compreender um texto é seguir seu movimento do sentido à referência: do que diz, para o que fala” (Ricoeur, 1976, p. 87).

A especificidade da fenomenologia hermenêutica reside na escolha do significado e evidencia uma dupla demanda: o rigor do texto e os requisitos do fenômeno. Isto implica não apenas observar as características textuais, mas também sua mensagem ou elaboração de sentido, bem como suas ramificações com a vida. Neste entendimento, as narrativas assumem um modo privilegiado da linguagem se relacionar com a vida e com o tempo. Em *Temps et récit (tome I)*, a compreensão narrativa de Paul Ricoeur é apresentada de maneira gradual. Primeiro, o filósofo dialoga com o capítulo 14, § 17 do livro XI das *Confessions*, de Santo Agostinho, que pergunta: “*qu’est-ce en effet que le temps?*”. A análise agostiniana sobre o tempo suscita a tese do triplo presente, segundo a qual memória (passado) e expectativa (futuro) são articuladas como modalidades do presente (atenção), interpretado como distensão (*distentio animi*). O conceito de triplo presente reduz a extensão do tempo à distensão da alma, por isso a narrativa se apresenta como possibilidade de materializar a passagem do tempo.

Em seguida, Ricoeur recorre à ideia de composição da intriga (*mythos*) para responder à distensão (*distentio animi*) de Santo Agostinho. A partir de grandes comentários sobre a *Poétique*, de Aristóteles, o filósofo discute a composição da intriga (*mythos*) como imitação criativa da existência temporal viva (*mimesis*). Na perspectiva ricoeuriana, a imitação ou a representação é uma atividade mimética, porque produz algo que é precisamente o agenciamento dos fatos através da composição da intriga: “É somente na intriga que a ação tem um contorno, um limite e, conseqüentemente, uma extensão” (Ricoeur, 1983, p. 67). É assim que o filósofo chega à sua máxima de que “o tempo torna-se humano na medida em que está articulado de modo narrativo, e a narrativa alcança sua significação plenária quando se torna uma condição da existência temporal” (Ricoeur, 1983, p. 85).

Aqui, se entendem as narrativas a partir da ação das personagens: “Narrar é dizer quem fez o quê, por quê e como, estendendo no tempo a conexão entre esses pontos de vista” (Ricoeur, 1990, p. 174). São as personagens, inseridas em experiências, quem iniciam os acontecimentos e que conservam, ao longo de toda a história narrada, uma identidade correlativa à ação, isto é, à composição do enredo. Significa dizer que a personagem tem “o poder de iniciar uma série de acontecimentos, sem que esse começo constitua um começo absoluto, um começo do tempo; por outro lado, dando ao narrador como tal o poder de determinar o começo, o meio e o fim de uma ação” (Ricoeur, 1990, p. 175). O filósofo define o acontecimento narrativo por sua relação com a própria operação de configuração: “ele participa da estrutura instável de concordância discordante característica da própria intriga; é uma fonte de discordância, na medida em que surge, e uma fonte de concordância, na medida em que faz avançar a história” (Ricoeur, 1990, p. 169).

A tripla *mimesis*, proposta por Ricoeur (1983), estabelece que o eixo da análise narrativa se dá pela composição da intriga, isto é, pelo agenciamento dos fatos iniciados pela personagem, na *mimesis* II (também chamada de configuração), por meio da síntese do heterogêneo. Lage (2018, p. 14) explica que a composição da intriga pressupõe coerência e concordância entre o que era, outrora, discordante: “por esse motivo, tecer uma intriga é fazer surgir o inteligível, o universal, o necessário e o verossímil do que é disperso, acidental, irregular, episódico”. Para tanto, torna-se necessário um estágio da experiência anterior e outro, posterior – as *mimesis* I e III (também chamadas de prefiguração e refiguração), respectivamente.

Na fase de prefiguração, Ricoeur (1983) convida a pré-compreender o mundo da ação a partir de três instâncias sucessivas: 1) suas estruturas inteligíveis, isto é, a linguagem do “fazer” e a tradição cultural da qual procede a intriga/ação; 2) seus recursos simbólicos, ou seja, as regras de significação em função das quais a intriga/ação pode ser interpretada; 3) seu caráter temporal, que rompe com a representação linear do tempo, entendida como uma simples sucessão de agoras. A refiguração, por sua vez, consiste no encontro entre o mundo do texto e o mundo do leitor. É importante perceber que a fenomenologia hermenêutica, conforme ilustrado na figura 1, apresenta-se como forma de compreensão da experiência prática através das mediações narrativas, e não apenas como um modelo de análise das estruturas narrativas. As etapas devem ser vistas como instâncias reflexivas às quais podem (e devem) se unir outras perspectivas teórico-metodológicas.



Figura 1
Percurso da compreensão narrativa proposta por Paul Ricoeur.

11.3. Forças e limitações da análise narrativa

Apoiada na premissa de que o sentido resulta de uma construção social entre interlocutores inseridos em determinadas condições sócio-históricas, a análise narrativa propõe-se a interpretações ou releituras da realidade, sem pretensão de especificar uma verdade absoluta. Coutinho (2014) lembra que, ao interpretar ações de quem é também intérprete, revela-se uma dupla dimensão hermenêutica. Isto porque, além de parciais e perspectivadas, as interpretações produzidas pela análise narrativa serão circulares, uma vez que a interpretação da parte (das práticas discursivas em si) dependerão da interpretação do todo (das condições materiais de produção onde se inserem os interlocutores), da mesma forma que a interpretação do todo dependerá da interpretação das partes. Trata-se do círculo hermenêutico da interpretação, cuja produção do conhecimento é concebida como um processo circular, interativo e em espiral.

Como técnica de análise de dados, a análise narrativa adequa-se perfeitamente a investigações de natureza qualitativa, cuja característica, consoante Noor (2008), implica uma ênfase em processos e significados que não são rigorosamente examinados ou medidos em termos de quantidade, intensidade ou frequência ou mesmo em testes de hipóteses, mas sim em discernimento, descoberta e interpretação. No entanto, para que este mesmo pressuposto não represente uma fragilidade, é capital que se assuma as próprias crenças e valores diante do objeto de estudo, bem como se esclareçam as estratégias metodológicas adotadas, sobretudo o modelo de análise, o processo de amostragem e as técnicas/instrumentos de recolha dos dados. Em concordância com Orozco & González (2012), não existe uma realidade objetiva lá fora, impermeável ao pensamento e à visão de quem quer compreendê-la. A fiabilidade do estudo dependerá da destreza, honestidade, disciplina e experiência daqueles que se propõem executá-lo.

Outro pressuposto da análise narrativa é que dificilmente haverá um só caminho pré-definido aplicável a toda e qualquer investigação. Conforme explicam Guimarães et al. (2020), o objetivo do dispositivo de análise é mesmo a aplicação da teoria. Ainda que a seção anterior tenha apontado as bases epistemológicas da análise narrativa na perspectiva de Paul Ricoeur, há outras posições particulares nos estudos de narrativa. Isto significa que as premissas epistemológicas da fenomenologia hermenêutica serão o norte das escolhas metodológicas, isto é, serão o fio condutor do estudo e precisamente por isso se torna possível a constante reconfiguração do dispositivo analítico. Os conceitos-chave irão guiar os procedimentos metodológicos, mas, sendo os contextos de investigação os mais diversos, será sempre possível a adaptação do modelo de análise. O próprio fenômeno empírico convocará outras discussões teóricas à medida que for observado nas etapas reflexivas (*mímesis*).

É preciso reconhecer, todavia, pelo menos três limitações. Primeiro, as interpretações produzidas pela análise narrativa serão provisórias, por isso será sempre possível um outro olhar a respeito de certas questões. Segundo, será preciso um esforço consciente para elaborar sínteses, dado que o percurso da fenomenologia hermenêutica,

por si só, produz observações redundantes. Por fim, a análise narrativa evidencia a produção e o compartilhamento de sentidos sociais ao longo do tempo. Logo, os textos importam como um todo. Esta é precisamente uma das dificuldades colocadas pela análise de narrativas, porque, em certa medida, cada texto carrega em si uma significação e uma estrutura próprias. Os movimentos propostos por Motta (2007) ajudam a demonstrar como e por que certos sentidos foram produzidos em determinado período.

11.4. Implementação prática e desafios esperados

Ainda que as possibilidades de aplicação da análise narrativa sejam diversas, de forma que não se pode definir *a priori* um padrão homogêneo de indicadores que atenda quaisquer estudos, o processo descrito nesta secção pode evidenciar como o dispositivo analítico se adapta consoante os conceitos articulados. Trata-se de mostrar a metodologia em ação, isto é, de elucidar um conjunto de decisões coerentes, gerais e abstratas que é preciso tomar a fim de compreender certa realidade. Será utilizado como exemplo o tema geral, o discurso jornalístico acerca da Amazônia, entendida não apenas como bioma majoritariamente brasileiro, mas sobretudo como espaço socioeconômico e político. Esse tema afeta-me de maneira particular, entretanto, independente das minhas crenças e valores, as investigações que já desenvolvi, apoiaram-se em procedimentos metodológicos específicos, em especial as técnicas de tratamento dos dados análise crítica do discurso (Van Dijk & Kintsch, 1983) e a análise narrativa (Motta, 2007). Em diálogo com Orozco & González (2012), toda investigação (mesmo as que se colocam sob a égide da natureza quantitativa) envolve algum tipo de interesse, logo é capital evidenciar as expectativas de quem se propõe a investigar para que esse interesse não impeça a obtenção das informações. Antes de caminhar em direção à aplicação da análise narrativa numa investigação, **deve esclarecer-se o próprio envolvimento na formulação do objeto de estudo**. Para melhor se perceber as características da análise narrativa, em alguns momentos haverá a comparação com a análise crítica do discurso.

Passo 1: Delimitação das questões-problema e dos objetivos de investigação

A análise narrativa só será útil se ajudar a responder a problemas ou questões (gerais e específicas) de pesquisa. Portanto, antes de qualificar a técnica como boa ou má, é importante atentar para a formulação do objeto de investigação. Novamente, Orozco & González (2012, p. 39) explicam que o objeto envolve a relação entre, pelo menos, quatro elementos – sujeitos, processos, cenários e temporalidades: “sujeitos são os atores ou agentes que realizam operações de algum tipo (processos), que acontecem em um espaço ou lugar (cenários) e em algum ponto (temporalidades). Sem esses quatro elementos em interação, temos apenas uma vaga ideia sobre algum fenômeno”. Segundo os autores, quando se constrói a pergunta de pesquisa, identificando um problema, também se decide, em grande parte, o caminho que se terá de percorrer e o que, em termos gerais, isto implicará. Para Quivy & Campenhoudt (2005), os problemas de investigação revelam a maneira pela qual se observará o objeto

de pesquisa, bem como expõem a orientação teórico-epistemológica escolhida de forma a obter um sistema conceitual organizado.

No exemplo do discurso jornalístico acerca da Amazônia, observa-se que estão articulados os sujeitos (os jornais/jornalistas em interlocução com a sociedade) e o processo (as práticas discursivas sobre a Amazônia), entretanto, para que este tema se configure em uma ou em mais de uma questão de pesquisa, é necessário relacionar os outros dois elementos (cenários e temporalidade) ao que se deseja compreender. Os objetivos estarão igualmente vinculados à boa articulação do tema e da questão ou questões-problema. Perceba-se que o caráter temporal é, precisamente, o que caracteriza a análise narrativa. Para a análise discursiva individual, sugere-se recorrer a outras técnicas de análise de dados exploradas no capítulo 14.

Tema de pesquisa: O discurso jornalístico acerca da Amazônia.

Questão-problema: De que maneira foram produzidos os discursos jornalísticos sobre o “dia do fogo” na Amazônia, em 2019?

Objetivo geral: Identificar e compreender como foram produzidos os discursos jornalísticos sobre o “dia do fogo” na Amazônia, em 2019.

De acordo com o exemplo acima, nota-se a importância de fundamentar os pontos de partida da investigação. Se o discurso jornalístico representa um dos principais processos a ser examinado, naturalmente deve circunscrever-se o entendimento de jornalismo que adotará no estudo. Se, em vez disso, o tema da investigação fosse o discurso publicitário acerca da Amazônia, necessário seria estabelecer a concepção de publicidade. Outrossim, a leitura não só de obras científicas, mas também de outras fontes de informação, ajuda a caracterizar o cenário e a temporalidade da investigação. No exemplo citado, por meio da literatura específica e de notícias diversas, percebeu-se que o caso/acontecimento “dia do fogo” referia-se à organização de fazendeiros e empresários do Estado do Pará (Brasil) para, num único dia (10 de agosto de 2019), atear fogo a grande parte da floresta amazônica a fim de expandir a fronteira agropecuária (Camargos, 2019). No tema de investigação, a Amazônia havia sido articulada de maneira geral. Todavia, ao se analisar com mais atenção o cenário, foi possível situar o bioma majoritariamente brasileiro na especificidade de um tempo e de um lugar. Portanto, sugere-se **observar o objeto de estudo para perceber o que de fato se deseja compreender**.

Passo 2: Revisão teórico-epistemológica

Se a investigação coloca o discurso jornalístico no centro da investigação, capital é que estes dois conceitos estejam plenamente fundamentados: o de discurso e o de discurso jornalístico. Novamente, se o estudo se propusesse a examinar o discurso institucional, também seria preciso discutir as duas instâncias: a do discurso e a do discurso institucional. Segundo mencionado antes, trata-se de um processo, portanto é preciso estabelecer as pontes ao longo do caminho. Não há opção certa ou opção errada para a apreensão teórica, apenas diversas possibilidades.

Por exemplo, pela visada crítica, pode perceber-se o discurso como um evento comunicativo complexo e específico, que envolve atores sociais num contexto específico (tempo, lugar, circunstâncias). Van Dijk & Kintsch (1983) afirmam que as dimensões cognitiva e sociocultural estão envolvidas nos discursos produzidos e recebidos, por falantes e ouvintes, em situações específicas dentro de um contexto sociocultural mais amplo, tais como as situadas pelos meios de comunicação social. Por isso, os interlocutores constroem uma representação não apenas do texto, mas também do contexto social, isto é, do resultado de alguma ação social.

Já pela mirada da fenomenologia hermenêutica, Ricoeur (1976) define o discurso como um evento de linguagem, ou seja, de uma abstração que depende do todo concreto, que é a unidade dialética de evento e significação da frase, e que se realiza temporalmente, no momento presente. Logo, o que se busca compreender não é o evento, enquanto transitório, mas a sua significação. O filósofo destaca que o evento não é apenas a experiência vivida (de maneira privada) expressa e comunicada, mas também a própria troca intersubjetiva, isto é, o acontecer do diálogo. Como o sentido é atravessado pela intenção de referência do falante, o que deve compreender-se não é a situação inicial do discurso, mas sim o que aponta para um mundo possível, graças à referência não ostensiva do texto.

As duas propostas acima mencionadas não são as únicas possíveis para a compreensão do discurso, tampouco são excludentes. Contudo, **o posicionamento epistemológico que se adotar deve orientar toda a investigação**. Isto não inviabiliza a interlocução entre os diferentes autores ou mesmo a crítica entre eles, apontando as forças e as limitações de cada um, porém é preciso estar com os alicerces bem definidos, dado que os próximos passos resultam diretamente da boa execução deste.

Passo 3: Explicitação das estratégias metodológicas

Muitas vezes, esta etapa é negligenciada nas investigações. Não quero dizer que não sejam adotados certos procedimentos, porém, sem a devida descrição e explicação das escolhas assumidas, corrobora-se a errônea ideia de que os estudos qualitativos carecem de fiabilidade ou que não são mensuráveis. Medir não é sinônimo de contar. De forma a estabelecer um elo entre a revisão teórico-epistemológica e a apresentação e análise dos dados (passo 4), deve explicitar-se o caminho que se irá percorrer. As etapas aqui discutidas devem ser tomadas como uma só. Entretanto, para facilitar o entendimento, serão explicadas em quatro instâncias: a dedução das questões e dos objetivos específicos; a situação teórico-metodológica da investigação; a caracterização do método; e as técnicas de análise discursiva (como foco para a análise narrativa).

3.1. Dedução das questões e dos objetivos específicos

Sugere-se retomar as questões-problema e os objetivos de investigação para, com o apoio da revisão teórico-epistemológica, **deduzir as questões e os objetivos específicos**. Em diálogo com Orozco & González (2012), os objetivos da investigação devem tornar-se elementos onipresentes na consciência de quem se propõe a investigar, como se fossem uma bússola ou um lembrete constante e persistente para evitar

divagações desnecessárias. Dada a natureza qualitativa dos estudos que utilizam a análise narrativa como técnica de tratamento de dados, não se espera que sejam formuladas hipóteses. De acordo com os referidos autores, as hipóteses são características das investigações quantitativas, uma vez que se propõem comprovar ou desaprovar certas afirmações, além de serem muito precisas em termos de variáveis. Claro que também é possível adotar hipóteses em investigações qualitativas, porém o papel que desempenham é mais de orientação do processo de pesquisa do que de comprovação. Por isso, se uma pessoa desejar, **podem admitir-se algumas premissas de partida**, entendidas como princípios norteadores, ideias do que se deseja descobrir.

Consoante o exemplo já mencionado, o Quadro 1 evidencia que, à medida que o percurso metodológico caminha do tema em direção aos objetivos específicos, revelam-se as particularidades da investigação. Em última instância, os estudos críticos do discurso podem revelar as relações de poder que atravessaram os discursos jornalísticos sobre o “dia do fogo” na Amazônia, ao passo que a fenomenologia hermenêutica pode revelar como foram produzidas as narrativas jornalísticas sobre o mesmo tema. Propositamente, a primeira questão específica e o primeiro objetivo específico repetiram-se em ambas as situações. Isto para evidenciar que as condições de produção do discurso são mesmo essenciais para a compreensão do processo. Neste exemplo, que toma o discurso jornalístico como elemento central, importa perceber como as práticas e rotinas das redações contribuem para a construção discursiva. Se a investigação fosse a respeito do discurso publicitário, seria igualmente capital entender a dinâmica laboral que envolve a criação de uma peça publicitária.

Convém lembrar Thompson (2011), para quem o mundo sócio-histórico não se trata apenas de um campo-objeto observado pela investigação, mas também de um campo-sujeito. Em outras palavras, retoma-se a dupla dimensão interpretativa, pois se admite que a produção discursiva envolve sujeitos que, de acordo com as circunstâncias, buscam estabelecer sentidos. Como analistas do discurso, caminha-se sempre em direção a reinterpretções possíveis sobre determinados temas.

Quadro 1
Questões e objetivos
específicos.

Tema	
O discurso jornalístico acerca da Amazônia	
Questão-problema	
De que maneira foram produzidos os discursos jornalísticos sobre o “dia do fogo” na Amazônia, em 2019?	
Objetivo geral	
Identificar e compreender como foram produzidos os discursos jornalísticos sobre o “dia do fogo” na Amazônia, em 2019.	
Questões específicas	
<i>Estudos críticos do discurso</i>	<i>Fenomenologia hermenêutica</i>
Como as práticas e as rotinas jornalísticas moldaram o processo de construção das notícias sobre o “dia do fogo” na Amazônia?	Como as práticas e as rotinas jornalísticas moldaram o processo de construção das notícias sobre o “dia do fogo” na Amazônia?
Quais foram as superestruturas e as macroestruturas produzidas sobre o “dia do fogo” na Amazônia?	Quais foram os quadros de sentido produzidos sobre o “dia do fogo” na Amazônia?
De que maneira as estratégias discursivas sobre o “dia do fogo” na Amazônia revelaram relações de poder entre grupos político-econômicos?	De que maneira as crenças e os valores dos jornalistas contribuíram para a construção das narrativas sobre o “dia do fogo” na Amazônia?

Objetivos específicos

Mostrar o processo de produção de notícias sobre o “dia do fogo” na Amazônia, do ponto de vista das práticas e das rotinas jornalísticas	Mostrar o processo de produção de notícias sobre o “dia do fogo” na Amazônia, do ponto de vista das práticas e das rotinas jornalísticas
Identificar e perceber como foram acionadas, na construção discursiva, as superestruturas e as macroestruturas sobre o “dia do fogo” na Amazônia	Identificar e perceber como foram acionados, na construção discursiva, os quadros de sentido sobre o “dia do fogo” na Amazônia
Explicar como o discurso jornalístico sobre o “dia do fogo” na Amazônia repercutiu relações de poder	Compreender os sentidos produzidos pelas narrativas jornalísticas sobre o “dia do fogo” na Amazônia

3.2. Situação teórico-metodológica da investigação

Para garantir a coerência epistemológica da investigação, será útil **situar o ponto de vista teórico-epistemológico da investigação** através destes elementos: paradigma de investigação, metodologia, modelo de análise e método (figura 3). Orozco & González (2012) definem alguns pares mutuamente excludentes, como quantitativo/qualitativo, indutivo/dedutivo, positivista/fenomenológico, etc. Conforme já mencionado, o estudo que adota a análise narrativa como técnica de análise de dados está, amiúde, inserido no paradigma qualitativo ou interpretativo, dado que atenta para particularidades ou casos a fim de compreender como os sujeitos interpretam o mundo e nele agem: “é o procedimento por meio do qual o processo de construção de sentido é realizado pelos sujeitos estudados” (Orozco & González, 2012, p. 58). A expressão ‘paradigma interpretativo’ enfatiza que o principal objetivo é entender a rede de significados em que os seres humanos atuam, tal como se abraçassem o mundo subjetivo das pessoas que estão estudando para tentar ver o mundo por meio dos olhos delas. Baxter & Babbie (2003, p. 59) explicam que os seres humanos agem propositalmente apoiados na rede social de significados em que estão inseridos, de forma que suas ações recebem significado por outros de dentro deste mesmo sistema de significado: “os seres humanos são responsáveis por suas ações para com os outros em seu mundo social compartilhado e fazem sentido (para os outros e para si mesmos) com base na sua capacidade de tornar suas ações inteligíveis”.

A seguir, importa explicitar a metodologia da investigação. Silva & Araújo (2017, p. 20) explicam que, em análises discursivas, a metodologia não consiste numa leitura extensiva, mas sim numa “apreciação em profundidade, que é possibilitada pela descrição e interpretação em que se examina, por exemplo, posição e sujeito assumidas, imagens e lugares estabelecidos a partir de regularidades discursivas demonstradas nas materialidades”. De novo: a metodologia está intrinsecamente relacionada à revisão teórico-epistemológica. Logo, se se adotar a linha dos estudos críticos do discurso, em diálogo com Van Dijk & Kintsch (1983), será preciso explicar que a noção de estratégia é capital para apreender o discurso jornalístico, sobretudo a partir das superestruturas (esquemas ou categorias convencionais, amiúde organizadas hierarquicamente, que atribuem uma estrutura adicional aos vários níveis do discurso; as manchetes, os *leads* e os primeiros parágrafos das notícias, em geral, são as mais relevantes superestruturas do discurso jornalístico) e das macroestruturas

(o produto de processos inferenciais, isto é, a intuição da “essência” de um discurso que, por ser reduzida, concentra a mensagem comunicativa essencial).

Por outro lado, se se optar pela fenomenologia hermenêutica como postura epistêmica e metodológica, deve esclarecer-se que seu objetivo é reinterpretação de fenômenos simbólicos, visto que estes fenômenos já foram previamente interpretados pelos sujeitos do mundo sócio-histórico (no exemplo citado, o discurso jornalístico trata-se de uma construção interpretativa produzida pelos jornalistas/jornais; a investigação irá apresentar um novo olhar sobre esses sentidos). Davidson & Vallée (2016) lembram que a especificidade da fenomenologia hermenêutica reside mesmo entre o rigor do texto e os requisitos do fenômeno (conforme mencionado na seção 11.2), pois se observa um componente hermenêutico da fenomenologia, na tentativa de ir além da superfície das coisas para um significado mais profundo, da mesma forma que se percebe um componente fenomenológico da hermenêutica, dada a busca de estabelecer uma distância crítica em relação ao mundo ao qual pertencemos.

Reitera-se que estas não são as únicas possibilidades metodológicas em análises discursivas, porém, qualquer que seja o caminho escolhido, é necessária a sua justificação. Após situar o paradigma e a metodologia do estudo, será útil **construir-se um modelo de análise**, em que se articulem, consoante Quivy & Campenhoudt (2005), os conceitos (a construção-seleção abstrata que vai dar conta do real), as dimensões (os aspectos observáveis da referida realidade), os componentes (as partes que formam as dimensões) e os indicadores (as manifestações objetivamente observáveis e mensuráveis das dimensões do conceito). O modelo de análise é capital para se enfatizar em quais categorias analíticas irão se basear as interpretações. Reforça-se que as categorias analíticas derivam de conceitos teóricos, ou seja, são construídas normalmente de forma dedutiva, bem como devem ser articuladas de forma a responder as questões-problema e a atingir os objetivos de pesquisa. Há a possibilidade de, no processo de análise, surgirem categorias não previstas a partir da literatura. Caso isso ocorra, deve justificar-se a sua importância para a compreensão do fenômeno e inseri-las no modelo de análise. Em momento algum isto irá descaracterizar a abordagem dedutiva. Conforme mencionado anteriormente, os contextos de investigação são diversos e não há fórmula pronta que se aplique a todos. De maneira geral, Orozco & González (2012) referem que dedução e indução são paradigmas mutuamente excludentes, porque o viés indutivo tende à generalização, já que admite a probabilidade de algo particular ser verdadeiro num contexto maior que possua as mesmas circunstâncias. Como se verá adiante, a compreensão narrativa não pretende generalizar suas conclusões, mas sim conhecer as especificidades de um caso/acontecimento.

Outrossim, o modelo de análise deve contemplar o processo e o cenário da investigação, que pode ser admitido como um caso. Numa pesquisa qualitativa, o método refere-se às maneiras pelas quais se coletam dados para construir argumentos. Em geral, a análise narrativa, como técnica de análise de dados, serve bem a estudos de caso, definidos por Orozco & González (2012) como estudos em profundidade com finalidade comparativa em que deve ser possível captar outros elementos do contexto

maior, sem necessariamente ser representativo dele. Na explicação de Noor (2008), um caso refere-se a um acontecimento, uma entidade, um indivíduo ou mesmo uma unidade de análise. Trata-se de uma pesquisa empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real. Por conseguinte, os estudos de caso preocupam-se com, como e por que as coisas acontecem, permitindo a investigação das realidades contextuais. Igualmente, o estudo de caso não pretende ser um estudo de toda a organização, dado que se concentra numa questão, recurso ou unidade de análise específica. Como método, torna-se particularmente útil para entender profundamente algum problema ou situação em particular onde é possível identificar riqueza em informações.

No exemplo mencionado, do discurso jornalístico sobre o “dia do fogo” na Amazônia, o “dia do fogo” na Amazônia representa o cenário da investigação e, também, o caso a ser analisado por meio do discurso jornalístico. Numa dimensão mais ampla, aprofundar-se-ão as informações sobre a Amazônia, contudo as interpretações não podem ser generalizadas para todo e qualquer acontecimento que envolva o referido bioma majoritariamente brasileiro. Afinal, o discurso jornalístico resulta de condições de produção específicas e, também, com a ambiência sociocultural onde estão inseridos os interlocutores, de forma que sempre há a possibilidade de o discurso jornalístico ser produzido de outra forma. Por isso, é importante esclarecer, no modelo de análise, quais as dimensões, os componentes e os indicadores utilizados para compreender, além do processo, o cenário/caso. Em seguida, deve esclarecer-se o processo de amostragem e as técnicas/instrumentos de recolha e análise dos dados.



Figura 2
Exemplo de estratégia metodológica: paradigma, metodologia, modelo de análise e método.

3.3. Caracterização do método

O primeiro passo do processo de amostragem é a **justificação da materialidade será analisada**, em outras palavras, deve-se esclarecer onde será observado o discurso em ação. No exemplo citado, do discurso jornalístico sobre o “dia do fogo” na Amazônia, poderiam ser analisados jornais ou revistas, telejornais, rádio-jornais, etc. Imaginemos que se tenha escolhido jornais diários. É importante mostrar por que esta opção é relevante (ou seja, no que acrescenta ao estado da arte) e adequada para responder às questões-problema e para atingir os objetivos de pesquisa. É preciso atenção para o fato de que nem sempre o que é mais familiar corresponde à opção que agregará valor ao estudo. Portanto, a justificativa não deve se limitar ao bel-prazer.

A seguir, é preciso **delimitar a amostra do estudo**. Na definição de Coutinho (2014), amostra é o conjunto de sujeitos de quem se recolherá os dados, isto é, representam os participantes da investigação. Os 'sujeitos' podem ser pessoas ou documentos. A exigência fundamental é que possuam as mesmas características da população de onde foram extraídos. Geralmente, quando a amostra é composta por textos escritos, utiliza-se a expressão *corpus*. Será preciso descrever com minúcia e precisão o procedimento de amostragem utilizado, bem como as características da amostra selecionada. Novamente, no exemplo mencionado, o discurso jornalístico pode ser observado em jornais diários do mundo todo, entretanto pode optar-se por selecionar um jornal brasileiro e outro português; ou um jornal brasileiro, um jornal português e outro espanhol. Tudo dependerá das questões-problema e dos objetivos de pesquisa, mas também de quanto tempo e esforço se está disposto a investir. Obviamente, há mais margem na execução de uma tese de doutoramento do que de uma dissertação de mestrado, porém, para que o estudo tenha profundidade, não necessariamente será preciso envolver muitos sujeitos.

Em concordância com as características do estudo de caso, sugere-se que se estabeleça a comparação entre, pelo menos, dois elementos a fim de perceber similaridades e diferenças entre eles (não para que um seja admitido como correto e o outro como errado, mas sim para que se entenda melhor como o processo se constrói empiricamente de acordo com diferentes situações socioculturais). Outrossim, é preciso deixar claro que se trata de uma amostra não probabilística composta por casos típicos. Não probabilística porque a seleção dos sujeitos não resulta do acaso ou da sorte. Por casos típicos porque envolve uma escolha criteriosa. O tamanho da amostra está em relação direta com a metodologia. No exemplo mencionado, do discurso jornalístico sobre o "dia do fogo" na Amazônia, se se optar pelos estudos críticos do discurso, convém que a amostra não seja composta por muitos textos, uma vez que, para utilizar a metáfora de Carvalho (2000), este tipo de abordagem, à maneira de um aparelho de raio-X, privilegia a análise da estrutura e da construção discursiva de forma interna, ao passo que, se se adotar a fenomenologia hermenêutica, a amostra deve reunir mais textos coletados ao longo de um intervalo de tempo, pois esta perspectiva objetiva mostrar o discurso, entendido como ação em movimento, à maneira de uma câmera de vídeo.

No modelo de análise, indicam-se os critérios para medir a amostra e, assim, conhecer melhor a realidade. Deve, agora, **descrever-se as técnicas/instrumentos de recolha dos dados**. Consoante Quivy & Campenhoudt (2005), a coleta de informações da amostra pode ser feita por meio da observação direta e da observação indireta. A observação direta trata-se do conjunto de operações por meio das quais o modelo de análise é submetido ao teste dos fatos e confrontado com dados observáveis. Portanto, consiste numa fase intermediária entre a construção dos conceitos e o exame dos dados utilizados. Em outras palavras, na observação direta, recolhem-se as informações sem um mediador, baseando-se numa grelha de análise ou num guia de observação construído a partir dos indicadores do modelo de análise. Não se deve confundir a observação direta, enquanto procedimento de investigação, com a observação direta como método, que se baseia na observação visual e cujas variantes

são a observação participante, de tipo etnológico, ou a observação não participante. O que se quer destacar, aqui, é o contato inicial da pessoa que se propõe a investigar com a empiria. As informações coletadas nesta instância poderão iluminar as decisões futuras.

No exemplo mencionado, do discurso jornalístico sobre o “dia do fogo” na Amazônia, pode ser importante observar quais os gêneros jornalísticos presentes na amostra; se houve retificação em algum texto; quais os tópicos presentes; em quais editoriais os textos foram publicados; se a localidade foi informada; quem foram os autores; quais foram os canais de fontes de informação acionados; quais os elementos visuais presentes, etc. Pela perspectiva dos estudos críticos do discurso, pode chamar a atenção o fato de a maioria dos textos sobre o “dia do fogo” na Amazônia ter sido publicado na editoria de política, e não de ciência/ambiente. Já pela fenomenologia hermenêutica, é possível que se destaque o fato de a maior parte dos textos ter sido produzido por um único jornalista. Quanto melhor se conhecer a amostra, melhor se irá proceder a observação indireta, quando irá se dirigir aos sujeitos envolvidos por meio de entrevistas em profundidade.

Finalmente, é preciso **explicitar as técnicas de análise**. Conforme mencionado anteriormente, a análise narrativa não dispõe de um único procedimento que irá atender a toda e qualquer investigação, dado que a metodologia se constrói em relação direta com a revisão teórico-epistemológica. É possível a associação de diferentes técnicas numa investigação, todavia a escolha deve ser justificada e estar ao serviço das questões-problema e dos objetivos de investigação. As entrevistas em profundidade, por exemplo, são um importante recurso para se perceber melhor como e por que determinadas práticas discursivas foram produzidas. Caso haja tempo na execução da investigação, convém identificar interlocutores-chave e conhecer a experiência deles no caso/acontecimento. Há sempre a chance de os sujeitos não terem disponibilidade para compartilhar suas versões, por isso as entrevistas devem ser entendidas como técnica auxiliar. A Figura 3 sistematiza o percurso metodológico que se deve percorrer, tomando como exemplo o estudo de caso acerca do discurso jornalístico sobre o “dia do fogo” na Amazônia.

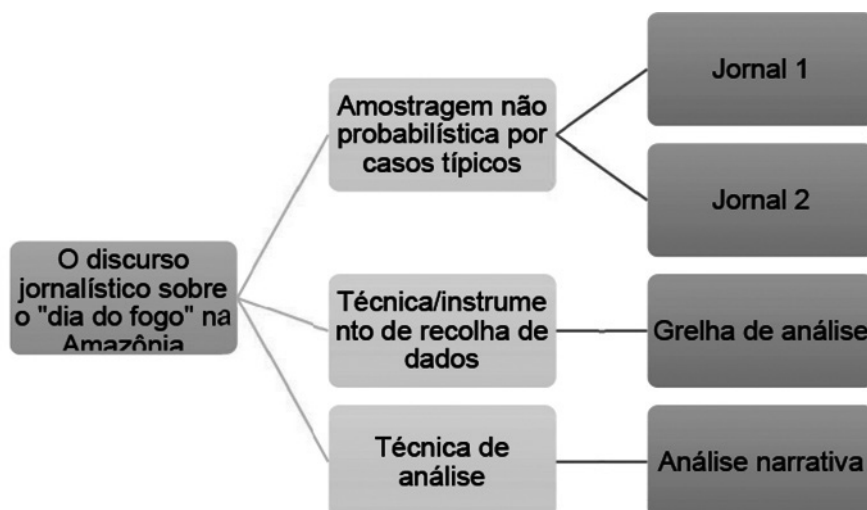


Figura 3
Ilustração do percurso metodológico.

3.4. A análise narrativa

Entre as diversas possibilidades de análise discursiva (mais bem explicadas no capítulo 14), destacam-se duas que se tem mostrado satisfatórias em diferentes investigações que envolvem textos jornalísticos: os estudos críticos do discurso e a análise narrativa. Em Van Dijk (2015), os estudos críticos do discurso caracterizam-se por revelar a maneira como o abuso do poder social e a desigualdade são decretados, reproduzidos, legitimados e resistidos por texto e conversa no contexto social e político. Entre os recursos que definem a base de poder de um grupo ou instituição, o acesso ou controle sobre o discurso público consiste numa importante estratégia simbólica. Segundo Van Dijk & Kintsch (1983), o discurso jornalístico organiza-se de forma a apresentar ao leitor pistas poderosas para a inferência de macroestruturas, ou seja, da informação principal. Estas pistas podem ser coletadas por meio de superestruturas, como manchetes, posição inicial, negrito, *lead* ou frases temáticas iniciais. Portanto, de acordo com o que se definiu no modelo de análise, as macroestruturas podem se configurar como os indicadores que vão medir as relações de poder que atravessaram o discurso jornalístico. Deve, assim, definir-se as superestruturas discursivas a serem observadas e produzir as macroestruturas. Esta segunda será tanto mais aprofundada quanto mais informações sócio-históricas se dispor.

Já na análise narrativa, há mais procedimentos envolvidos, dado que a dimensão da amostra certamente será maior do que uma amostra sobre a qual se aplique os estudos críticos do discurso. Em diálogo com a fenomenologia hermenêutica, Motta (2007) propõe que se integre um conjunto de notícias isoladas num acontecimento jornalístico tomado como um todo, isto é, numa narrativa única. Apesar de cada texto possuir uma unidade própria (com começo, meio e fim), a ideia da técnica é simular o entendimento do leitor, que percebe e constrói a realidade social por meio da memória. Nesta perspectiva, a construção discursiva é percebida como um dispositivo de argumentação na relação entre os sujeitos, de forma que as narrativas, em última instância, representam ações estratégicas de comunicação de significações em contexto: “as narrativas são formas de relações que se estabelecem por causa da cultura, da convivência entre os seres vivos com interesses, desejos, vontades e sob constrangimentos e as condições sociais de hierarquia e poder” (Motta, 2007, p. 146).

Ao todo, a análise narrativa proposta por este autor aponta para seis movimentos (Figura 4). Não é necessário percorrer a ordem exata dos movimentos, uma vez que não se trata de um modelo, tampouco uma ordem gradual de aproximação. Exige-se, apenas, que cada um deles seja explorado ao máximo. Os seis movimentos da análise narrativa são:

- 1) **recomposição da intriga ou acontecimento jornalístico**, cujo objetivo é conectar as partes (as notícias fragmentadas pelas edições diárias dos jornais) e identificar o encadeamento narrativo cronológico. A determinação do início e do fim da nova narrativa jornalística é decidida de forma mais ou menos arbitrária, todavia não deve prescindir de rigor, coerência e justificação. Trata-se da reescrita de uma nova história, uma nova síntese, diferente

e mais completa do que as notícias isoladas, e que terá outra significação. Esta recomposição indutiva é que vai orientar a análise;

- 2) **identificação dos conflitos e funcionalidade dos episódios.** Motta (2007) explica que este movimento remete à situação inicial, ou seja, a uma situação-problema que desestabiliza, rompe o equilíbrio e traz ambiguidades, da mesma forma que apresenta, pelo menos, dois lados em confronto. Os conflitos, como elementos estruturadores da narrativa, abrem espaço para novas ações, sequências e episódios – os quais prolongam e mantêm a narrativa viva. Deve-se reconhecer os conflitos principais e secundários da história recomposta (da nova síntese), que podem ser de natureza política, econômica, psicológica, jurídica, policial, entre outras. A partir dos conflitos identificados, é possível nomear funcionalidades, por exemplo, situação estável (equilíbrio), complicação, clímax, resolução, vitória, desfecho, punição, recompensa, etc.;
- 3) **construção de personagens jornalísticas (discursivas)**, cujo reconhecimento e dinâmica funcional relacionam-se diretamente com a identificação dos episódios. Isto porque as personagens são atores que realizam coisas, ou seja, atuam na progressão da história. Ademais, é importante perceber que as personagens jornalísticas representam uma pessoa com existência real, contudo este movimento revela uma construção por parte dos jornalistas: “a subjetivação pressupõe que se apresente a personagem como uma interpretação e uma construção e não como uma ilusão referencial” (Motta, 2007, p. 154);
- 4) **estratégias comunicativas**, que consistem na identificação dos dispositivos retóricos utilizados intencionalmente pelos jornalistas. Observa-se, neste movimento, que se torna mais complexa a análise narrativa, uma vez que, por conta do desprendimento das características de enunciação, o discurso jornalístico tenta camuflar seu papel como narrador, apagar sua mediação, de forma que o leitor tenha a impressão de que os fatos surgiram no horizonte, falando por si próprios. Logo, deve-se identificar a) estratégias de objetivação (construção de efeitos de real) e b) estratégias de subjetivação (construção de efeitos poéticos);
- 5) **relação comunicativa e o “contrato cognitivo”**, que significa observar o entorno ou a situação espaço-temporal onde as notícias são produzidas, bem como identificar supostas violações do “contrato cognitivo” implícito entre jornalistas e audiência – o qual se inspira pela objetividade e pelo entendimento do jornalismo como “lugar natural da verdade, o lugar do texto claro, isento, preciso e sem implicaturas nem suposições” (Motta, 2007, p. 164). Nota-se, aqui, um caminho do texto, como unidade estática, em direção à relação comunicativa intersubjetiva;
- 6) **metanarrativas** (significados de fundo moral ou fábula da história), dado que, se as notícias representam rupturas ou transgressões em relação a algum significado estável, cabe ao investigador ou a investigadora identificar, interpretar e elucidar as novas possibilidades. Está-se, enfim, próximo das significações culturais mais profundas, por exemplo, que o crime não compensa, que a corrupção tem que ser punida, que o trabalho enobrece, que a família é um valor supremo, entre outras.

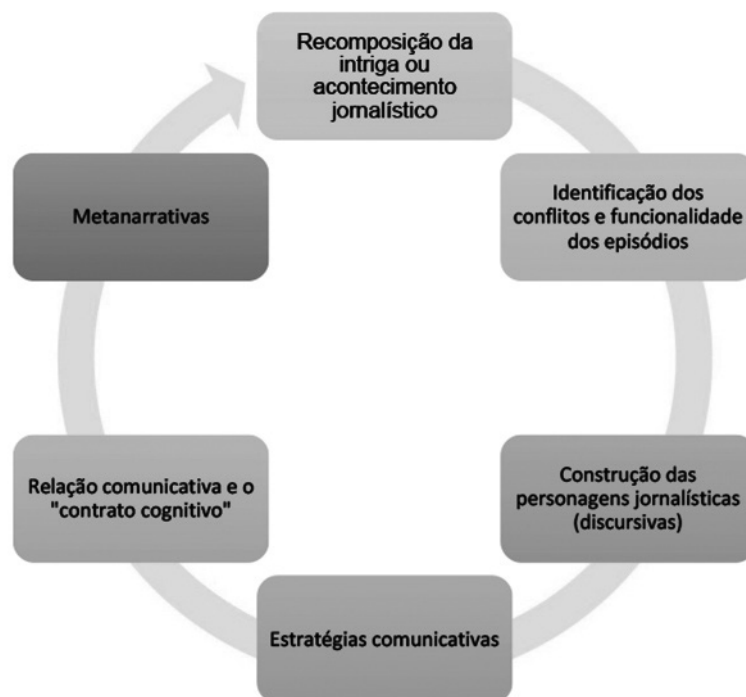


Figura 4
Movimentos previstos por Motta (2007) para a análise narrativa.

Passo 4: Apresentação e análise dos dados

Esta etapa prevê que, com base no que foi indicado no modelo de análise, se apresente os dados coletados. Não se deve esquecer de que os indicadores equivalem aos medidores do processo, logo, devem ser explorados ao máximo em todas as suas dimensões. Aqui começa a se delinear a verdadeira contribuição/ inovação do estudo. No exemplo mencionado, do discurso jornalístico sobre o “dia do fogo” na Amazônia, em concordância com os estudos críticos do discurso, as superestruturas e as macroestruturas podem ser admitidas como os indicadores por meio dos quais se vão compreender as relações de poder entre grupos político-econômicos. Imaginemos que tenham sido selecionados dois textos sobre o caso, um produzido pelo jornal brasileiro *Folha de S. Paulo* e outro pelo jornal português *Público* nos dias 14 e 22 de agosto de 2019, respectivamente. É possível sistematizar as informações coletadas consoante o Quadro 2, porém a investigadora ou o investigador tem liberdade para apresentar os dados de acordo com a própria criatividade. Foram aqui adotadas as superestruturas manchete (M), submanchete (SM) e o primeiro parágrafo (PP) de cada texto, todavia, consoante a justificação teórico-metodológica, outras superestruturas podem ser apontadas.

Discurso jornalístico sobre o “dia do fogo” na Amazônia		
Folha de S. Paulo (Brasil)		
Superestruturas		Macroestrutura
M	Em ‘dia do fogo’, sul do PA registra disparo no número de queimadas	O dia do fogo foi uma ação organizada por grupos econômicos do sul do Estado do Pará, em concordância com a agenda do presidente Jair Bolsonaro. O monitoramento ambiental indica a possibilidade de que as queimadas na Amazônia tenham sido criminosas.
SM	Fazendeiros dizem que a ideia dos incêndios é mostrar trabalho para o presidente Jair Bolsonaro	
pp	Após fazendeiros do entorno da BR-163 no sudoeste do Pará anunciarem o “dia do fogo” para o último sábado (10), o Inpe (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais) registrou uma explosão de focos de incêndio na região, segundo monitoramento do Programa Queimadas. O Ministério Público Estadual investiga o caso.	
Público (Portugal)		
Superestruturas		Macroestrutura
M	Bolsonaro admite que fogos estão descontrolados: “Como vamos combater incêndios numa área destas?”	Os incêndios espalharam-se pelo Brasil e, em especial, pela Amazônia. A fumaça atingiu a cidade de São Paulo, na região sudeste. Ambientalistas acusam o presidente Jair Bolsonaro de incentivar a queima da floresta. Bolsonaro afirma que não dispõe de meios adequados para combater os fogos.
SM	Já se registaram mais de 72 mil focos de incêndio no Brasil e uma das principais vítimas é a maior floresta do mundo, a Amazônia. Ambientalistas acusam Governo brasileiro de incentivar criminosos com as suas políticas ambientais. E alertam: “Podemos chegar a esse ponto muito rapidamente”.	
PP	O Brasil está a arder há mais de duas semanas e a Amazônia é uma das principais vítimas das chamadas que tudo consomem. O fumo é tanto que o Estado de São Paulo, a milhares de quilómetros, viu o dia virar noite. Depois de semanas de silêncio, só quebrado para fazer acusações, o Presidente Jair Bolsonaro admitiu, nesta quinta-feira, que a situação está “descontrolada” e que o Brasil não tem meios adequados para combater os mais de 70 mil fogos em todo o país.	

Quadro 2

Macroestruturas podem ser indicadores previstos num modelo de análise construído a partir dos estudos críticos do discurso.

Após a apresentação dos dados coletados por meio dos estudos críticos do discurso, devem discutir-se os sentidos propostos. No estudo de caso exemplificado na Figura 6, sugere-se elucidar as significações produzidas pela *Folha de S. Paulo* e, num segundo momento, as produzidas pelo *Público*. Deve mostrar-se por que o jornal brasileiro enfatizou o “dia do fogo” como uma ação criminosa apoiada pelo presidente Jair Bolsonaro (2019-2022); por que os supostos responsáveis pelos incêndios são identificados de forma indeterminada (“os fazendeiros”); por que os envolvidos argumentaram que o fogo à floresta representava uma forma de “trabalho”; a quem este “trabalho” servia; qual a importância do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe) e do Ministério Público do Estado do Pará no caso; quais os interesses do periódico em destacar o dia do fogo etc. Igualmente, precisa-se analisar por que o jornal português tratou os incêndios no Brasil de maneira geral, se os fogos se concentraram na Amazônia; por que a cidade de São Paulo foi acionada como metáfora para mostrar a gravidade dos incêndios; de que forma os ambientalistas representam os interesses da floresta amazônica; por que Jair Bolsonaro afirmou não conseguir

controlar os incêndios, etc. Esta apreciação será tão mais aprofundada quanto mais informações tiverem sido reunidas acerca do caso.

Se, em vez dos estudos críticos do discurso, se tivesse optado pela análise narrativa para compreender o discurso jornalístico sobre o dia do fogo na Amazônia, dever-se-ia, então, aplicar os seis movimentos (Figura 4) primeiro ao *corpus* da *Folha de S. Paulo* e, depois, ao *corpus* do *Público*. Naturalmente que, por conta do número maior de textos, a análise narrativa seria certamente extensiva e, por conseguinte, difícil de ser sistematizada em uma só figura. Contudo, há sempre a possibilidade de apresentar os dados de forma original. Conforme mencionado na seção 11.3, essa é mesmo uma das principais dificuldades da análise narrativa, uma vez que são muitos os textos examinados. Por isso, deve haver um esforço consciente para produzir sínteses ao final da exposição de cada movimento.

Passo 5: Reinterpretação da realidade e conclusões da investigação

Com frequência, esta etapa final da investigação evidencia certo cansaço – afinal, a jornada é mesmo longa. Como, no passo anterior, os dados foram apresentados e analisados, pode concluir-se que já não há mais o que acrescentar à pesquisa. Isto é equivocado, porque deve-se, por meio de sínteses criativas, finalmente ser capaz de responder às questões-problema. Sugere-se, assim, que esta fase se desdobre em duas. A primeira instância é a comparação entre as construções discursivas. Se foram observadas duas ou mais situações no estudo de caso, é preciso que as contiguidades e os distanciamentos sejam esclarecidos. Não porque um é melhor que o outro, mas sobretudo porque são diferentes e as diferenças são produzidas em contexto. Há muito valor em apresentar e analisar os dados (passo 4), entretanto a capacidade de síntese é o que vai mesmo lapidar a investigação. Conforme mencionado, pode recuperar-se as questões-problema e respondê-las de forma a evidenciar as características do discurso.

A segunda instância representa as conclusões da investigação. Não existe um modelo ideal de escrita das conclusões, no entanto, se sugere que se faça uma contextualização de forma a mostrar a relevância do objeto de pesquisa para a área (em termos científicos e sociais). Em seguida, deve recuperar cada seção do trabalho para revelar a importância dessas partes na compreensão do todo. Igualmente, é preciso destacar as estratégias metodológicas adotadas, evidenciando no que contribuíram para a produção do conhecimento. As dificuldades ou limitações, bem como os acertos do percurso podem ser ressaltados com honestidade, pois o estudo pode servir de referência para outras(os) investigadoras(es). Por fim, é possível apontar para a continuidade da investigação ou para o aprofundamento do tema.

11.5. Exercício

Para exercitar a análise narrativa como técnica de tratamento de dados, observe um tema de seu interesse em diferentes materialidades. Estabeleça um intervalo de tempo para a observação. Tente desvelar as intenções e os sentidos por trás das

construções discursivas. Identifique os interlocutores e qual a relação deles com o tema. Comece com questões pequenas e, à medida que se sentir mais confiante, avance para investigações mais robustas. É preciso tempo para aprimorar o uso da análise narrativa. A seguir, algumas sugestões de livros e de artigos científicos para quem se interessar pelos estudos críticos do discurso e pela análise narrativa, na perspectiva aqui ilustrada (no capítulo 14 encontram-se importantes sugestões de leitura sobre análise narrativa, que deverão ser consultadas por quem pretenda implementar esta abordagem).

11.6. Sugestões de leitura

Discurso, notícia e ideologia: estudos em análise crítica do discurso

Traduzido por uma das principais referências em análise do discurso em Portugal, Zara Pinto-Coelho, o livro reúne os principais artigos do linguista Teun Adrianus van Dijk. Parte do material está disponível em inglês no site <http://www.discourses.org>, entretanto a obra publicada sob a égide do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho tem o mérito de familiarizar os investigadores não bilíngues à abordagem sociocognitiva.

Ideologia e poder no “dia do fogo” na Amazônia (2019): análise crítica do discurso dos jornais Público e Folha de S.Paulo

Os estudos críticos do discurso foram utilizados, neste artigo, para perceber como se manifestaram as ideologias sobre a Amazônia no discurso jornalístico sobre o “dia do fogo”. O caso foi utilizado como exemplo neste capítulo. É interessante que se observe a execução da análise crítica do discurso a partir das superestruturas e macroestruturas. Disponível em: [http://www.dissoc.org/ediciones/v16n02/DS16\(2\)Braga&Marinho.html](http://www.dissoc.org/ediciones/v16n02/DS16(2)Braga&Marinho.html)

Temps et récit

Esta obra do filósofo Paul Ricoeur divide-se em três volumes, porém o referencial teórico-epistemológico da análise narrativa, que gira em torno do conceito de tripla *mímesis*, está explicado na primeira parte do volume 1. A narrativa hermenêutica pode servir de arcabouço teórico-epistemológico para os investigadores que desejarem utilizar a análise narrativa como técnica de tratamento de dados. Se se desejar, pode-se aprofundar o conceito de narrativa com a obra O si mesmo como outro, na qual Ricoeur desenvolve a ideia de identidade narrativa. Uma revisão crítica sobre *Temps et récit (tome I)* está disponível no livro *Sociedade e Conhecimento*, organizado pelos investigadores do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, João Sarmento, Emília Araújo e Tiago Vieira da Silva.

Contribuições da hermenêutica de Paul Ricoeur para uma teoria da narratividade jornalística

Neste artigo de natureza teórica, assinado por um dos principais pesquisadores brasileiros sobre narrativa, jornalismo e a obra do filósofo Paul Ricoeur, o professor Leandro Lage (Universidade Federal do Pará), observa a tessitura entre os três elementos mencionados. É uma leitura importante porque traz o pensamento do filósofo para a luz dos desafios contemporâneos, sobretudo pelo diálogo com o pragmatismo. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2018v15n2p09>

Tempo e narrativa na Amazônia Paraense: o plebiscito no Pará pela perspectiva do “Espaço do Leitor”

As técnicas de análise narrativa foram acionadas, neste artigo, em diálogo com o referencial teórico-epistemológico proposto por Paul Ricoeur (tripla *mímesis*) a fim de compreender as narrativas produzidas por leitores de um jornal regional brasileiro sobre o processo de divisão territorial na Amazônia. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17638>

Referências

- Baxter, L. A., & Babbie, E. (2003). *The basics of communication research*. Wadsworth.
- Camargos, D. (2019, outubro 23). Fazendeiros e empresários organizaram “dia do fogo”, apontam investigações. *Folha de S. Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2019/10/fazendeiros-e-empresarios-organizaram-dia-do-fogo-apontam-investigacoes.shtml>
- Carvalho, A. (2000). Opções metodológicas em análise de discurso: instrumentos, pressupostos e implicações. *Cadernos do Noroeste: série comunicação*, 14(1-2), 143-156. <http://hdl.handle.net/1822/5520>
- Coutinho, C. P. (2014). *Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: teoria e prática* (2.^a ed). Almedina.
- Davidson, S., & Vallée, M.-A. (2016). Hermeneutics and Phenomenology in Paul Ricoeur. Em S. Davidson & M.-A. Vallée (Orgs.), *Hermeneutics and phenomenology in Paul Ricoeur: between text and phenomenon* (Vol. 2). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-33426-4>
- Freeman, M. (2015). Narrative as a mode of understanding: method, theory, praxis. Em A. de Fina & A. Georgakopoulou (Orgs.), *The Handbook of Narrative Analysis* (pp. 21-37). Wiley-Blackwell.
- Gadamer, H. (1999). *Verdade e método: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica* (3.^a ed). Vozes.
- Guimarães, G. T. D., Paula, M. C., & Hirai, W. G. (2020). *Análise De Discurso Aplicada a Investigação Qualitativa: Perspectiva Metodológica Em Debate*. 40-54. <https://doi.org/10.36367/ntqr.4.2020.40-54>
- Heidegger, M. (2005). *Ser e tempo* (M. S. C. Schuback, Trad.). Editora Vozes; Editora Universitária São Francisco.
- Josgrilberg, R. (2017). Que é hermenêutica? *Revista Internacional d'Humanitats*, 39, 75-86. <http://www.hottopos.com/rih39/75-86Rui1F.pdf>
- Labov, W. (1997). Some Further Steps in Narrative Analysis. *Journal of Narrative and Life History*, 7(1-4), 395-415. <https://doi.org/10.1075/jnlh.7.49som>

- Lage, L. R. (2018). Contribuições da hermenêutica de Paul Ricoeur para uma teoria da narratividade jornalística. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 15(2), 09-19. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2018v15n2p09>
- Motta, L. G. (2007). A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. Em C. Lago & M. Benetti (Orgs.), *Metodologias de pesquisa em jornalismo* (pp. 143-167). Vozes.
- Noor, K. B. M. (2008). Case study: A strategic research methodology. *American Journal of Applied Sciences*, 5(11), 1602-1604. <https://doi.org/10.3844/ajassp.2008.1602.1604>
- Orozco, G., & González, R. (2012). *Una coartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Tintable.
- Palmer, R. E. (2011). *Hermenêutica*. Edições 70.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais – Trajectos* (4.ª ed). Gradiva.
- Rapport, F. (2005). Hermeneutic phenomenology: the science of interpretation of texts. Em I. Holloway (Org.), *Qualitative Research in Health Care*. Open University Press.
- Ricoeur, P. (1976). *Interpretation theory: discourse and the surplus of meaning*. Texas Christian University Press.
- Ricoeur, P. (1983). *Temps et récit (tome I)*. Éditions du Seuil.
- Ricoeur, P. (1990). *Soi-même comme un autre*. Éditions du Seuil.
- Riessman, C. K. (2008). Narrative analysis. Em L. M. Given (Org.), *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods* (pp. 539-540). SAGE.
- Silva, J. C. da, & Araújo, A. D. de. (2017). A metodologia de pesquisa em Análise do Discurso. *Grau Zero*, 5(1), 17-32. <https://www.revistas.uneb.br/index.php/grauzero/article/view/3492/2240>
- Thompson, J. B. (2011). *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa* (9.ª ed). Vozes.
- van Dijk, T. A. (2015). Critical Discourse Analysis. Em D. Tannen, H. E. Hamilton, & D. Schiffrin (Orgs.), *The Handbook of Discourse Analysis* (2.ª ed, p. 466-485). Wiley Blackwell. [http://www.discourses.org/OldArticles/Critical Discourse Analysis.pdf](http://www.discourses.org/OldArticles/Critical%20Discourse%20Analysis.pdf)
- van Dijk, T. A., & Kintsch, W. (1983). *Strategies of discourse comprehension*. Academic Press.

Thaís Braga

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
thaislbbraga@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2505-7367>

12. Metodologias e perspetivas da análise visual: pertinência e aplicações da socio-semiótica visual

À memória de Gunther Kress

Um capítulo sobre análise de imagens no âmbito das Ciências da Comunicação coloca um primeiro desafio: não se trata de um capítulo que dá conta de um método, de uma metodologia específica ou que fornece caminhos para a construção de um só tipo específico de instrumento para “analisar imagens”. Tal circunstância, a de escrever sobre metodologias de análise visual, remete-nos para uma dimensão da abordagem metodológica não centrada no método ou na perspetiva. Pretendo com isto dizer que é o objeto – o “visual”, a imagem – que circunscreve e coage este capítulo metodológico, não um método ou metodologia por si.

A crença na “análise visual” como metodologia, e não como área de estudo empírico, é habitual nas Ciências da Comunicação, nomeadamente em Portugal. Repare-se, na diversidade dos modos comunicativos (Kress, 2010), porém, no absoluto domínio da componente textual. Acontece que falar de análise visual nas Ciências da Comunicação, exatamente pelo seu centramento no objeto – no modo visual –, pressupõe não uma metodologia ou um método, mas vários. Aliás, várias perspetivas, tal como acontece para a análise do modo verbal. Repare-se que a variedade de formas de nos aproximarmos da imagem, de para ela “olhar”, está patente em obras basilares da análise visual na vertente metodológica.

Tenho defendido que as Ciências da Comunicação, especificamente em Portugal, têm vindo, na sua generalidade, a adiar o inadiável: realizar mais investigação empírica de *corpora* visuais metodologicamente fundamentada – menos impressiva –, uma mais direcionada pesquisa multimodal, reconhecendo os vários modos e a sua articulação como vitais para a pesquisa no domínio da comunicação.

Assim, começar-se-á por fornecer uma perspetiva ampla sobre diferentes abordagens pertinentes para as Ciências Sociais (Ledin & Machin, 2018) e da Comunicação sobre o visual, uma panorâmica de opções em termos de posicionamento face às imagens e possíveis métodos e metodologias mais frequentemente associados a cada uma delas. Será necessariamente uma tentativa de síntese sobre as formas como um alargado leque de áreas, de perspetivas epistemológicas e metodológicas convergem para aquilo que pode ser denominado como “Investigação baseada na imagem²⁹” (Prosser, 1998, p. 7). Apesar de existir já uma quantidade significativa de trabalho académico publicado sobre o “visual”, existe uma carência de manuais, de guias que claramente deem conta dos diversos métodos de interpretação das imagens e de como empiricamente podem ser postos em prática (Rose, 2001). Questões práticas como ‘o que fazer agora com as imagens recolhidas? Como analisar o *corpus* constituído? Por onde começar a olhar para as imagens?’ necessitam de uma resposta que permita interrogar o visual de uma forma substancial e aprofundada.

Assim, por fim, e na senda da procura de uma metodologia adequada e útil para analisar o modo visual na Comunicação, centrarei o nosso olhar numa perspetiva

29 A tradução para português das citações de trechos publicados noutras línguas são da responsabilidade da autora.

teórico-metodológica que resulta da incontornável ideia de multimodalidade comunicacional (Kress e van Leeuwen, 2001; Kress, 2010) e de análise crítica do discurso, uma perspetiva que se foca naquilo que é central na imagem, tal como em qualquer modo de qualquer evento comunicativo, isto é, nos processos de produção de sentido: essa perspetiva é a socio-semiótica visual (também conhecida como semiótica social visual, simultaneamente abordagem e método, baseada na Gramática Visual do Design Ocidental de Gunther Kress e Theo van Leeuwen (2006).

12.1. Diferentes perspetivas e metodologias na análise visual: uma panorâmica

Procurando constituir uma espécie de “mini-manual” de análise visual empírica neste capítulo, é crucial explorar o leque de possibilidades em termos de perspetivas e de metodologias nas quais uma investigação de carácter visual se pode fundamentar. O objetivo é tão somente mostrar diversidades e possibilidades, implicações metodológicas da perspetiva adotada. Nesta secção serão, pois, apontados alguns caminhos teórico-metodológicos considerados úteis na hora de estudantes e investigadores de graduação e pós-graduação – de diferentes ciclos de estudos – se confrontarem com a escolha de um ponto de vista para olhar o visual, ainda que com o objetivo de se aprofundar apenas, mais à frente, a perspetiva da socio-semiótica visual da comunicação.

Assim, este capítulo fornece uma panorâmica de perspetivas e metodologias já reconhecidas em diversos manuais como sendo adequadas ao estudo empírico das imagens. Tal como acontece nos mais relevantes manuais internacionalmente publicados, procura-se mostrar diferentes caminhos, um mundo de possibilidades para as imagens, com o objetivo de que estudantes e investigadoras das Ciências Sociais e das Ciências da Comunicação (finalmente) percebam que, na Civilização da Imagem, não faz sentido “gritar aos quatro ventos” que a imagem é tudo, em especial com o advento dos novos *media*, com o exponencial aumento e importância comunicativa da presença do visual nas plataformas digitais, sem que a isso corresponda uma fundamentada análise empírica que integre, de facto, a imagem nos estudos daquelas áreas.

Por entre um leque variado de abordagens e metodologias, obviamente, alguns métodos e técnicas de análise são mais metódicos do que outros:

“Alguns estabelecem critérios de análise muito precisos, de tal modo que pode dar a impressão de que a análise visual pode ser feita “rotineiramente” e ser descrita como uma espécie de receita, um processo a seguir passo a passo, sem necessidade de qualquer tipo de iniciativa, e muito menos de inspiração. A análise de conteúdo, com o seu processamento mais ou menos mecânico dos dados, e a análise socio-semiótica, com a sua proliferação de aspetos e critérios precisos para os analisar, tendem a seguir claramente esta direção” (van Leeuwen & Jewitt, 2001, p.8).

Outras vias proporcionam regras menos precisas para realizar a análise. Apontar para diferentes perspetivas e metodologias, nesta secção, é necessariamente um exercício de síntese, cujas indicações bibliográficas poderão servir para as aprofundar.

As imagens têm sido foco de análise de diferentes perspetivas teóricas e de diferentes enquadramentos empíricos: Antropologia, Etnografia, Cultura Visual, Sociologia e Semiótica são, apenas, algumas das áreas disciplinares que o fizeram. Farei, aqui, apenas uma pequena referência a algumas perspetivas e metodologias que têm servido de base à análise de imagens, não pretendendo, de modo nenhum, esgotar uma área tão complexa. Pretende-se, apenas, explicar brevemente por que razão as diversas abordagens metodológicas são relevantes e de que forma podem contribuir para a análise do visual.

Uma ideia importante por detrás dos diferentes métodos nas Ciências Sociais é que, desde os anos 70, “a visão dos textos visuais como documentos objetivos mudou para um entendimento dos textos visuais como objeto de análise, através dos quais se poderiam inferir construções sociais (Goffman, 1979; Harper, 1979; Hall, 1991; Law & Lynch, 1990; Ball & Smith, 1992)” (Jewitt, 1996, p. 9; 1997).

As análises simbolistas e estruturalistas, apesar de utilizarem diferentes metodologias, são interessantes, nesta perspetiva, porque ambas veem os significados das aparências visuais como chave para uma compreensão mais integral da cultura na qual estão integradas. Como referem Ball & Smith (1992, p. 31), em vez de “medir elementos isolados, os simbolistas e os estruturalistas procuram chegar a uma apreciação mais completa da representação visual, relacionando-a com outros modos de funcionamento sociais e culturais”, pelo que se reforça que a interpretação e a utilização de símbolos são processos universais da vida social humana.

Em termos de antropologia visual, a análise de imagens tem sido realizada a partir de formas e sistemas visuais – vídeo, fotografia³⁰, arte “tribal” ou “primitiva”, cinema, televisão, meios digitais (Banks, 1998) – no seu contexto cultural para descrever os modos de vida passados e presentes de determinadas comunidades (van Leeuwen & Jewitt, 2001). Sendo este o seu objetivo primário, não tem sido um método usado nas Ciências da Comunicação, tendo-se restringido maioritariamente à área da Antropologia, ainda que, como refere Harper (1998), a tradição da antropologia visual³¹ (e também da Etnometodologia³²) possa vir a ser integrada no quadro da sociologia visual. Acrescente-se que tanto a antropologia visual, como a sociologia visual, procedem metodologicamente, ou fazendo representações visuais (estudando a sociedade através da produção de imagens), ou examinando representações visuais pré-existent (estudando imagens para informações acerca da sociedade) (Banks, 1995).

A área da História da Arte tem sido uma das mais profícuas no desenvolvimento de metodologia de análise da imagem. Destaca-se, entre elas, a metodologia

30 Para uma problematização da fotografia como prova documental, ver Winston (1998).

31 Ver Collier (2001).

32 Para uma síntese da abordagem etnometodológica da imagem, ver Goodwin (2001).

iconográfica, desenvolvida por investigadores como Panofsky (e. g. 1962, 1999 [1976]) e Schapiro (e.g. 1982), que, debruçando-se tradicionalmente sobre obras de arte, pode, no entanto, ser utilizada para análise de uma grande diversidade de imagens. Tendo como principal foco as camadas de significado – denotativo/primário, conotativo/convencional e simbólico das imagens (Chalumeau, 1997; van Leeuwen & Jewitt, 2001) –, aproximando-se de algum modo da Semiologia da Escola de Paris (van Leeuwen & Jewitt, 2001), mas usando, ao contrário desta, factos contextuais para as analisar (por exemplo, pesquisa de arquivo, análise literária), esta metodologia ignora, no entanto, o “próprio acontecimento pictórico” (Didi-Huberman, 1990, citado por Chalumeau, 1997, p. 105), mas, mais importante que isso, ignora o significado interacional das imagens, centrada que está no contexto histórico e “factual”.

Especificamente nas Ciências da Comunicação, as imagens e a comunicação não-verbal têm sido foco de atenção, especialmente no contexto da análise conversacional e da etnometodologia, não se tratando, no entanto, como realçam van Leeuwen e Jewitt (2001), de analisar especificamente imagens em si. Nesta perspetiva, as imagens não são autónomas, mas uma espécie de “muletas” para melhor se compreender outros fenómenos. Advoga-se aqui uma metodologia que trate as imagens especificamente como imagens.

Apesar da diversidade metodológica e disciplinar que caracteriza o objeto “imagem”, tem sido na área dos Estudos Culturais que a importância das imagens e, também, da tecnologia visual nas sociedades contemporâneas têm merecido maior e mais recente atenção, materializando-se em algo que tem sido chamado de “Estudos Culturais Visuais” (*Visual Cultural Studies*) (e.g. Evans & Hall, 2004 [1999]; Mirzoeff, 1998; Mirzoeff, 1999; Sturken & Cartwright, 2001). No entanto, nesta área os estudos raramente são sistemáticos, tratando-se essencialmente de reflexões, ou coletâneas de reflexões, que resultam numa amálgama de diferentes metodologias e mesmo disciplinas³³, não servindo, pois, os propósitos em termos metodológicos de um âmbito leque de questões específicas das Ciências da Comunicação, apesar do seu inegável interesse enquanto panorâmica do mundo visual em que vivemos.

Uma das metodologias mais utilizadas nas Ciências Sociais e na Comunicação é a análise de conteúdo (ver o Capítulo 14). Inicialmente utilizada para interpretar textos escritos e falados (Rose, 2001), tem sido o método recorrentemente utilizado para análise de imagens. No entanto, neste capítulo não existe um centramento nesta metodologia, e ainda menos na sua vertente mais tradicional e quantitativa (ver o Capítulo 9), com os seus obrigatórios procedimentos de categorização, definição de indicadores, contagem de frequências e resultados por categoria. Como se sabe, este último procedimento implica verificação da presença (e da intensidade da presença) de categorias previamente definidas, nas quais os conteúdos manifestos têm de “encaixar” por via da codificação (Mota-Ribeiro, 2002; 2005). Segundo van Leeuwen & Jewitt (2001: 2), a análise de conteúdo tem sido associada a “investigações da forma

33 Aliás, Walker e Chaplin fazem uma síntese das disciplinas nas quais assentam os Estudos Culturais Visuais e referem mais de 30, desde a Fenomenologia à Crítica Literária, passando pela Arqueologia, História da Arte, etc. (1997).

como as questões sociais são representadas nos *mass media*, e tem a distintiva vantagem de ser compreendida e aceite pela maioria das pessoas”. Além disso, permite gerir grandes quantidades de dados, geralmente para confirmar hipóteses comparativas.

Apesar de algumas vantagens, um dos problemas com a análise de conteúdo, tal como foi descrita por Berelson, é o facto de esta ser necessariamente “uma técnica de investigação para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação” (Berelson, 1952, citado por Ball, 1992, p. 20), ou seja, lidar com conteúdos óbvios e palpáveis, e não com significados latentes, o que pode ignorar uma vertente menos explícita (e não menos importante) das mensagens visuais. E, mesmo que a análise de conteúdo seja qualitativa, há limitações nesta técnica. A análise de conteúdo isola e atomiza os dados, fragmentando o conteúdo da comunicação e descontextualizando efetivamente a mensagem, não podendo, assim, “analisar, de facto, o carácter simbólico da comunicação tal como é naturalmente experienciado” (Ball, 1992, p. 27). O pressuposto deste tipo de método é que as imagens remetem para algo que representam: o mundo. Se olharmos para eles e contarmos os elementos, sabemos o que está na imagem. A questão é que o significado das imagens não deriva de uma descrição e registo daquilo que é representado pela imagem, mas de como é representado e do que poderá estar por detrás daquela forma de representar (Scott, 1994).

Apesar da resistência que esta abordagem apresenta face à análise de conteúdo, ainda que qualitativa, não posso deixar de referir que, para autores como Bell (2001) e Bell & Milic (2002), e uma vez que a Semiótica implica uma metodologia de observação empírica, é possível usar conceitos da Semiótica como base da contagem e da comparação e generalização de materiais visuais, nomeadamente os mediáticos (Bell, 2001). Bell usa, aliás, categorias da Semiótica Visual de Kress & van Leeuwen como variáveis para análise de conteúdo. Tal está, também, patente no artigo “Goffman’s Gender Advertisements Revisited: Combining Content Analysis with Semiotic Analysis” (Bell & Milic, 2002), que, como se pode depreender do título escolhido, procura precisamente uma aliança de duas abordagens epistemológicas distintas. Um artigo interessante, é certo, mas é necessário acrescentar que Goffman (1979) nunca fez ou pretendeu fazer contagem de categorias. Aliás, as imagens usadas por Goffman serviam para ilustrar o que “via” e seguir um método de “dar a ver” as suas categorias. Isto permite não só ter uma ideia visual mais clara do que é defendido pelo autor, mas também perceber os mecanismos através dos quais a imagem produz significados junto do leitor. No entanto, Goffman foi muito criticado por não ter uma “amostra” e supostamente utilizar as imagens que mais lhe convinham para ilustrar o seu ponto de vista, crítica aliás baseada numa abordagem epistemológica eminentemente positivista e limitada.

Relativamente à análise das imagens mediáticas, a análise de conteúdo tem dominado, juntamente com a análise dos efeitos. Apesar destas preocupações serem politicamente positivas, os estudos que lhe estão na base refletem uma academia dominada pela investigação em comunicação de massas “mainstream” americana,

baseada em procedimentos quantitativos e funcionalistas (Thornham, 2007). O seu resultado é a falta de capacidade de explicação do modo como as imagens funcionam. Já em 1979, Tuchman havia referido o problema crucial com este tipo de abordagem, afirmando que, quando se pretende realmente perceber as imagens mediáticas, é necessária uma abordagem teórica e metodologias mais sofisticadas que permitam perceber o funcionamento das imagens e do modo como se relacionam com os textos e discursos mediáticos (Tuchman, 1979).

Uma outra questão relevante é aquela que se relaciona com o que devemos considerar quando analisamos imagens. Em primeiro lugar, tratar-se-á da imagem em si ou também do contexto e/ou das práticas sociais? Em segundo, qual deverá ser a posição do investigador face a produtor, visionador e texto visual? Estes aspetos são explorados por van Leeuwen & Jewitt (2001). Relativamente ao primeiro, coloca-se um problema interessante: se devem as imagens ser analisadas sem recorrer à informação verbal que as acompanha: “a imagem pode ter sido concebida para ser autosuficiente ou capaz de ser inserida em muitos contextos diferentes” (van Leeuwen & Jewitt, 2001, p. 7). No entanto, e segundo os autores, apesar de a análise visual poder incluir a componente linguística, também é possível ver a palavra e a imagem como uma unidade de análise indivisível, como na análise socio-semiótica do “layout”.

Relativamente ao contexto, um outro facto a considerar na análise, van Leeuwen & Jewitt (2001, p. 7) afirmam que “existem bons argumentos para analisar imagens em independência relativa do seu contexto (para as re-contextualizar noutras palavras) e para as analisar em conjunto com o contexto físico e ou interação social nas quais se integram”, chamando também a atenção para o facto de estas diferentes perspetivas ou abordagens terem implicações no modo como produtores e visionadores são ou não considerados na análise. Relativamente a este aspeto, é crucial sublinhar-se que uma análise que se limite à evidência do texto, como acontece com a análise de conteúdo, pode não “demonstrar por si mesma a forma como os visionadores compreendem e valorizam o que veem ou ouvem”, como afirma Bell (2001, p. 26), ou aquilo que os produtores, intencionalmente ou não, pretendem comunicar. É claro que o nível segundo o qual os produtores e visionadores deveriam ser incluídos e a forma como isto deveria ser conseguido depende, uma vez mais, dos tipos de imagens analisados e dos objetivos da investigação.

Nesta perspetiva, parto do pressuposto de que a imagem pode dar-nos a posição do produtor e o modo como o visionador é posicionado por determinados discursos expressos em traços visuais específicos.

Nos estudos da Comunicação, tem estado presente esta espécie de tríade – produção, texto, receção –, e tal tem influenciado diferentes metodologias e diferentes “locais” de criação de significado. A este propósito, é interessante a perspetiva de Rose (2001), que propõe uma metodologia visual e alguns instrumentos críticos, afirmando que existem três espaços ou dimensões de criação de significado em termos de imagem: produção, imagem e audiência. A sua abordagem avança, também, três modalidades que contribuem para a compreensão das imagens: tecnológica,

composicional e social. Relativamente à produção, estão em jogo as tecnologias de produção que determinam forma, significado e efeito da imagem; a produção determina a composicionalidade da imagem, ligada ao género (“genre”), e os processos económicos da produção cultural determinam a imagética visual. Relativamente à imagem, as componentes da mesma são determinadas pelas tecnologias utilizadas na sua criação, reprodução e exibição. A composicionalidade (aspetos formais) é a modalidade mais importante na área da imagem. No que diz respeito à audiência, a tecnologia usada para fazer e veicular a imagem pode determinar a reação da audiência. Os arranjos formais de alguns elementos da imagem determinam como a imagem é vista pela audiência. No entanto, segundo Rose (2001), a modalidade social é a mais importante nesta área de criação de significados. As práticas sociais estruturam o visionamento de determinadas imagens em determinados locais e as identidades sociais da audiência fazem variar as interpretações.

As diversas articulações de espaços e de modalidades pressupõem, cada uma delas, uma abordagem diferente às imagens e, por conseguinte, diferentes métodos. Isto faz da obra de Rose (2001) uma referência, que permite que os investigadores se posicionem face a *sites* e modalidades, ultrapassando aquilo que muitas vezes são estudos da imagem intuitivos, de conteúdo, ou sem orientação epistemológica ou metodológica (Mota-Ribeiro, 2010).

12.2. A Socio-semiótica Visual: uma abordagem e um método para “modos de ver”³⁴

Neste capítulo, argumenta-se que os recursos visuais necessitam de uma abordagem própria que destaque as especificidades da gramática visual, que trate as imagens como imagens, e defende-se que a socio-semiótica visual dá conta das formas subtis de funcionamento daqueles recursos, permitindo revelar os discursos usados nas representações, uma vez que vai para além da superfície visual, procurando as “estruturas de poder que lhe subjazem” (Jewitt, 1996). Encara-se, aqui, a socio-semiótica como uma forma de análise crítica do discurso e incluída numa perspetiva multimodal da comunicação, tomando-se o detalhe da análise visual como algo que permite expor os modos de atuação de discursos e ideologias que assumem “formas cada vez mais subtis” (Lazar, 2005, p. 1).

Assim, começamos por justificar a pertinência da abordagem da socio-semiótica visual na análise de imagens. Seguidamente, damos conta da gramática tridimensional do design visual ocidental (de Kress & van Leeuwen), explicando os significados potenciais de cada um dos recursos e estruturas visuais propostas pelos autores, a partir da experiência de investigação e estudos anteriores (e.g. Mota-Ribeiro, 2010;

³⁴ Esta secção baseia-se parcialmente no capítulo metodológico de *Do outro Lado do Espelho: Imagens e Discursos de Género nos anúncios das revistas femininas – uma abordagem socio-semiótica visual feminista* (Mota-Ribeiro, 2010) e no artigo “Para além da superfície visual: os anúncios publicitários vistos à luz da semiótica social. Representações e discursos da heterossexualidade e de género” (Mota-Ribeiro & Pinto-Coelho, 2011).

Pinto-Coelho, 2006; Pinto-Coelho & Mota-Ribeiro, 2006; Pinto-Coelho & Mota-Ribeiro, 2007).

12.2.1. Uma abordagem da socio-semiótica visual

A socio-semiótica visual desenvolvida por Kress e van Leeuwen centra-se essencialmente numa gramática e numa sintaxe do visual, ou seja, no modo como as estruturas visuais combinam elementos da imagem de modo a produzirem significados, a formarem um todo significativo (Kress & van Leeuwen, 2006). Esta abordagem contrasta com as abordagens tradicionais da semiótica visual, centradas em questões ligadas ao léxico, à iconografia e à iconologia, e ainda em questões como denotação e conotação. Tem como foco de interesse o modo como os elementos representados, formam estruturas visuais mais complexas e abrangentes.

Os autores inspiram-se na tradição linguística decorrente do trabalho de Halliday, que aborda as “formas gramaticais como recursos para codificar interpretações da experiência e formas de inter(ação) social” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 1). Halliday sustenta que a gramática vai para além das regras formais de correção. É uma forma de representar padrões da experiência, permitindo “construir uma imagem mental da realidade e dar sentido ao mundo interior e exterior” (Halliday, 1995, citado por Kress & van Leeuwen, 2006, p. 2).

“Gramática” implica, de algum modo, a noção de um inventário de elementos e de regras partilhadas culturalmente, o que aponta, segundo os autores, para um conhecimento mais ou menos partilhado, implícita ou explicitamente, por membros de um grupo (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 3). A gramática visual de Kress e van Leeuwen é, portanto, uma questão social, “uma gramática genérica do design visual contemporâneo nas culturas ocidentais, que dá conta dos conhecimentos e práticas implícitas e explícitas à volta de um recurso visual, que consiste nos elementos e nas regras subjacentes a uma forma culturalmente específica de comunicação visual” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 3). Não se trata, portanto, de uma gramática universal e, mesmo que a consideremos “ocidental”, devemos tomar em atenção as variações regionais e sociais.

Neste quadro, os textos visuais não são considerados meros conjuntos de signos, estruturados de uma forma sistemática (como o explicaria a semiótica tradicional), mas “locais” onde as pessoas utilizam recursos semióticos, quer para produzir artefactos comunicativos, quer para os interpretar no contexto das práticas e situações sociais (van Leeuwen, 2005). Os recursos visuais utilizados para produzir e interpretar as imagens e os textos multimodais não possuem, nesta perspetiva, significados previamente atribuídos – como signos que representam ou significam isto ou aquilo –, mas são sempre afetados pelos seus usos passados e potenciais. No entanto, os processos de utilização destes recursos para produzirem “imagens” de produtos e de interpretação desses recursos pelos públicos da publicidade, devem ser vistos como atos de criação de signos ativos e não meras utilizações de signos criados previamente e prontos a utilizar (“ready-made”).

Tanto os produtores como os consumidores de textos imagéticos ou multimodais criam novos signos e novos significados ao interagirem com os anúncios publicitários, emparelhando, no ato de interação, um “significante” e um “significado”. O ato de criação de signos e os significados construídos pelos indivíduos assentam nas suas necessidades e interesses específicos de base, bem como nas necessidades e interesses específicos das instituições sociais em que as mensagens visuais são criadas e interpretadas. Neste contexto, analisar imagens não consiste, apenas, em analisar as imagens em si mesmas. Um enfoque no texto visual (no espaço da imagem, “the image site”), ao invés de um enfoque no espaço da produção (“production site”) ou no espaço da audiência (“audience site”) (Rose, 2001), significa que os produtores e os visionadores já se encontram, e sempre se encontraram, na imagem.

A socio-semiótica visual é funcionalista no sentido em que entende os recursos visuais como tendo sido desenvolvidos para empreender tipos específicos de trabalho semiótico. Para funcionar como um sistema completo de comunicação, o visual, tal como outros sistemas semióticos, tem de desempenhar várias funções representacionais e comunicacionais (Kress & van Leeuwen, 2006). Esta perspetiva segue Halliday (1985) no reconhecimento de três tipos principais de trabalho semiótico, que são sempre desempenhados simultaneamente (Halliday chama-lhes metafunções):

- ideacional (a função de criar representações);
- interpessoal (o papel que a linguagem desempenha na criação de interações entre quem produz a mensagem, quem escreve ou fala, e quem recebe, quem lê ou ouve);
- textual (que aglutina partes individuais da representação-e-interação em tipos de conjuntos que reconhecemos como tipos específicos de texto ou de evento comunicativo).

Kress e van Leeuwen alargam esta ideia às imagens, afirmando que qualquer imagem não apenas representa o mundo (de forma abstrata ou concreta), como também desempenha um papel numa qualquer interação e constitui um tipo reconhecível de texto (Jewitt & Oyama, 2001). Os autores usam uma terminologia ligeiramente diferente (função representacional, função interacional e função composicional) associando cada uma das funções àquilo que chamam um processo triplo de produção de sentido. A sua Gramática do Design Visual é analisável de acordo com este processo triplo.

A função representacional diz respeito aos padrões de representação disponibilizados pela gramática do design visual – as formas através das quais é possível codificar a experiência visual. É a função de representar o mundo à nossa volta e o nosso mundo interior. A função interacional manifesta-se através dos padrões de interação e representação disponibilizados pela gramática do design visual; ou seja, o que podemos fazer uns aos outros, ou uns pelos outros, com a comunicação visual; diz respeito às relações entre produtores e visionadores de signos que são implicadas por aqueles padrões. Por fim, a função composicional relaciona-se com a forma como as representações e os atos comunicativos se articulam num todo significativo; os textos visuais procuram apresentar um “mundo do texto” coerente.

Ao contrário da semiótica clássica de Barthes (1977), centrada na imagem em si e limitada por isso a critérios textuais, a semiótica social (ou socio-semiótica) defende que as estruturas das relações entre o produtor e o visionador da imagem assumem sempre um carácter prioritário: a forma como o produtor da imagem e do visionador da imagem se situam socialmente, afeta tanto aquilo de que a imagem “fala” (o seu conteúdo), como as suas leituras e usos. Não só constroem a realidade como organizam as relações entre o produtor e o visionador de determinada forma. Fazem algo ao visionador ou para o visionador (Mota-Ribeiro & Pinto Coelho, 2011). O ato da imagem, ou seja, se a imagem pede algo ao visionador ou lhe oferece algo, é crucial, tal como o é aquilo que pede ou que oferece. É a natureza do ato da imagem que determina o seu conteúdo, e este por sua vez é determinado parcialmente pela escolha composicional ou de sintaxe visual.

O processo triplo de produção de sentido baseia-se na ação simultânea destas meta-funções em cada imagem. Cada uma delas implica um conjunto de padrões e de estruturas visuais que podem realizar diferentes tipos de significados. Os recursos visuais específicos de cada tipo de estrutura assim como o leque de significados possíveis associados a cada um deles serão explorados no ponto desenvolvido em seguida.

12.2.2. Uma gramática tridimensional do design visual ocidental: inventariar recursos e estruturas visuais

Neste ponto, explicitam-se os recursos e estruturas visuais da gramática de Kress & van Leeuwen (2006; 2021) utilizados na construção de um inventário de entidades visuais aplicáveis a diferentes tipos de imagens. Este resulta da seleção dos tipos de estruturas e recursos visuais considerados relevantes no quadro de um estudo sobre género em imagens publicitárias de revistas femininas (Mota-Ribeiro, 2010), mas que é aplicável a diferentes textos visuais e multimodais.

a) Dimensão representacional

Relaciona-se com padrões de representação que a gramática visual disponibiliza; portanto, com as formas que permitem a codificação visual da experiência. As estruturas visuais representacionais são aquelas disponíveis na gramática visual ocidental para representar o mundo fora do sistema representacional – este mundo pode ser também o mundo de outros sistemas semióticos. A pergunta é: que estruturas visuais estão disponíveis para representar o mundo?

Representação dos participantes humanos

Os participantes humanos são, nas imagens, analisados de acordo com dois grandes aspetos: número e género dos participantes e caracterização (aparência e atitude). Os *itens* incluídos reproduzem genericamente os usados em Mota-Ribeiro (2002, pp. 190-197; 2005), baseados em Dyer (1982) – aparência, atitude e atividade. No entanto, parecia que a categoria atividade (nomeadamente o toque e o movimento corporal) estava já incluída nos processos representativos, nomeadamente nos

narrativos, optando-se, por isso, por manter apenas aparência e atitude. Segundo Dyer (1982), a aparência inclui os aspetos essenciais que o corpo de determinado indivíduo comunica visualmente; a atitude, por seu turno, está ligada ao comportamento e às emoções. Na grelha concebida (e que se mostrará mais à frente) a aplicar às imagens consideram-se vários aspetos das duas categorias: idade, etnia, cabelo, corpo, aspeto, expressão facial, pose e vestuário.

Cenários, fundos e adereços, objetos

Considera-se outros participantes não-humanos, seja participantes representados principais não-humanos (Kress & van Leeuwen, 2006) – como adereços, símbolos, objetos que participam nos processos representacionais –, seja o cenário ou fundo. Para Kress & van Leeuwen (2006), que se baseiam em Halliday (1985), os participantes secundários são circunstâncias. Optou-se aqui por destacar o cenário – uma circunstância locativa –, considerando que este inclui também os fundos fotográficos – alguns deles lisos – muito presentes neste tipo de imagens. Trata-se de questionar que tipo de cenário está presente e como pode ser lido, em particular na sua relação com os participantes humanos e com os processos representativos. Referiu-se já o papel dos fundos lisos e da descontextualização em alguns desses processos, particularmente nos conceptuais.

Os cenários funcionam como um contexto, uma envolvente que qualifica o ambiente, posicionando as personagens e fornecendo frequentemente importantes pistas face às mesmas, seja em termos psicológicos, seja de classe social, grupo de pertença ou estilo de vida (Mota-Ribeiro, 2002). Dyer (1982) aponta para a clássica distinção entre cenários interiores e exteriores, referindo que os primeiros parecem normalmente mais reais, enquanto os segundos compreendem frequentemente uma componente de encenação maior. Millum (referido por Dyer, 1982, p. 106) propõe uma categorização de cenários interiores que vão desde o familiar (real, experimentado) até ao fantástico e exótico (imaginário e longínquo face à realidade). Já Jewitt faz referência ao modo como os cenários podem ser lidos, referindo o natural, o urbano, o doméstico, o social ou a ausência de cenário (1996, pp. 19-29).

A ênfase é aqui na relação do cenário ou fundo com outros aspetos da gramática visual e não na representação de determinado cenário ou fundo, em si. O mesmo acontece com os adereços e objetos considerados, especialmente na sua relação com o cenário, com os participantes humanos representados e com as estruturas e processos representacionais – nomeadamente os simbólicos –, mas também com as dimensões interacional e composicional, como se verá.

Tipos de representação

As representações nesta dimensão podem ser de dois tipos: narrativas – quando representam a ação social – ou conceptuais – quando representam construções sociais. Os padrões narrativos disponíveis são adequados para representar “ações e eventos que se desenrolam, processos de mudança e arranjos espaciais transitórios”, enquanto os padrões visuais conceptuais representam os elementos ou objetos na imagem

(participantes representados, na terminologia dos autores) “em termos da sua essência genérica e mais ou menos estável e intemporal” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 59). Vários tipos de representação podem estar simultaneamente presentes numa imagem, assim como vários tipos de processos e vários tipos de estruturas conceptuais.

Os participantes representados são particularmente importantes nesta dimensão, uma vez que aquilo que marca estes dois tipos de representação é a presença ou não de um vetor que liga esses participantes espacialmente; eles são apresentados como fazendo algo uns aos outros. As representações narrativas são sempre marcadas pela presença de um ou mais vetores que ligam os participantes, as representações conceptuais são marcadas pela ausência destes vetores.

Em qualquer ato semiótico, dois tipos de participantes estão presentes: os participantes representados são aqueles que “constituem o assunto da comunicação; ou seja, as pessoas, os lugares ou as coisas (incluindo ‘coisas’ abstratas) representadas” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 48), neste caso, na imagem. Os participantes interacionais são os participantes no ato de comunicação, isto é, os produtores das imagens e aqueles que as veem.

Processos narrativos

Como referimos nas representações narrativas, estes processos identificam-se pela presença de um vetor que liga, de alguma forma, os participantes representados e que é também uma forma de identificar dois tipos de processos: acionais e reacionais. Os processos acionais incluem três tipos principais de representações narrativas. Nas não-transacionais há um vetor que emana de um participante representado (ator), mas que não se dirige a outro participante; as transitivas (aquelas em que o vetor se dirige a um outro participante) podem ser unidireccionais (um participante é o ator/ agente, o outro é o alvo da ação) ou bidireccionais (ambos os participantes são simultaneamente representados nos papéis de ator/agente e de alvo da ação). Os processos reacionais dizem respeito a ações que têm que ver com o olhar. O vetor tem a forma de um olhar de um ou mais participantes. Quando o reator (“reactor”, no original) olha para outro participante (fenómeno), temos uma reação transacional; quando o reator olha para algo fora da imagem, estamos perante uma reação não-transacional.

Processos conceptuais

Existem três tipos principais de representações conceptuais: classificativas, analíticas e simbólicas. A terminologia usada por Kress & van Leeuwen (2006) é aqui traduzida a partir de “action processes” e “reaction processes”.

Os processos classificativos estabelecem uma relação taxinómica entre os participantes representados; cada um dos participantes é representado como membro (típico) de uma categoria que os abrange. Estes participantes (subordinados) podem ser representados sozinhos – a categoria que os abrange não é representada – ou em presença de um “subordinado”, ou seja, um participante em relação ao qual a classificação é estabelecida. Algumas características visuais são centrais nas taxonomias

implícitas para que seja possível mostrar a similaridade dos participantes, para que o visionador os perceba como membros de uma mesma classe: eles são distribuídos no espaço da imagem de uma forma simétrica; mesmo tamanho, mesma distância entre si, mesma orientação relativamente ao eixo horizontal e vertical. Adicionalmente, para efetivar visualmente a natureza estável e intemporal da classificação, é frequente representar-se os participantes de uma forma descontextualizada, sendo o cenário ou o fundo lisos e neutros e a profundidade reduzida ou ausente. Também é frequente que o ângulo seja frontal e objetivo (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 79).

Os processos analíticos relacionam os participantes em termos de uma estrutura de tipo parte/todo. Têm, portanto, em princípio, um participante representado como o “todo” (o portador) e um número variável de outros participantes representados como “partes”, os “atributos possessivos”. Estes processos analítico-descritivos podem ainda ser estruturados (se mostram o portador e os atributos possessivos) ou não-estruturados (se mostram apenas os atributos possessivos). Os processos analíticos são efetivados por determinadas características pictóricas formais: os participantes são mostrados contra um fundo neutro e sem profundidade, em vez de serem colocados num local determinado e concreto. Se existe um cenário/um “setting”, ele é normalmente conceptual e aparece muitas vezes desfocado, sem luz, ou fotográfico, mas insubstancial e etéreo; os participantes são mostrados ao nível do olhar e à frente. A profundidade é reduzida ao mínimo ou não está presente; os elementos linguísticos são colocados dentro do espaço de representação da imagem; existe, normalmente, um grau elevado de abstração. O que importa não é mostrar todos os detalhes, mas apenas os relevantes e salientes. Por esta razão, estas imagens são muitas vezes desenhos simples, em vez de fotografias ou trabalhos artísticos detalhados. Por outro lado, algumas destas imagens podem ter um elevado grau de pormenorização se a essência dos participantes residir nas suas qualidades sensíveis (Kress & van Leeuwen, 2006).

Os processos simbólicos dizem respeito ao significado ou à identidade de um participante. Pode haver um ou dois participantes. Se houver dois, trata-se de um processo *simbólico atributivo*: um é o portador – o participante cujo significado é estabelecido na relação – e o outro será o atributo simbólico. Se houver apenas um, o portador, o significado é estabelecido de outra forma. No primeiro tipo de processo simbólico, o atributo simbólico é um objeto que tem uma ou mais das seguintes características formais ou quasi-formais: é tornado saliente na representação de alguma forma (ser colocado em frente, ter um tamanho exagerado, estar mais iluminado ou mais focado, ou através da cor); é apontado através do gesto, que não pode ser interpretado de outra forma que não seja apontar ao observador o atributo simbólico; é convencionalmente associado a valores simbólicos; parece estar deslocado face ao todo (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 105). Os participantes humanos nos processos *simbólico-atributivos* normalmente posam para o observador, em vez de estarem envolvidos em alguma ação. Isto não quer dizer que sejam necessariamente vistos de frente, ou ao nível do olhar, ou que olhem para o observador, apesar de um destes fatores normalmente estar presente. Têm uma pose que não pode ser interpretada como ação: simplesmente posam, de pé ou sentados, sem razão aparente, exceto exibirem-

-se para o observador. No segundo tipo, ou seja, nos processos *simbólico-suggestivos*, o valor simbólico do portador (“carrier”) é estabelecido através de outros recursos da imagem, como a desenfaturação do pormenor e a representação de um ambiente ou atmosfera que estabelece o valor simbólico. Como referem os autores, é por esta razão que estes processos não podem ser interpretados como analíticos – mais centrados no pormenor. A ambiência simbólica pode ser efetivada de várias formas: o brilho, a focagem, a luminosidade (extremando o contraste, através de redução ou de aumento), de modo a que os participantes sejam apenas contornos e silhuetas; são os valores associados ao tipo de ambiência que conferem ao portador esses valores simbólicos (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 107). Isto faz com que, nestes processos, o significado e a identidade do participante sejam representados como vindo de dentro, emanando do participante, enquanto nos simbólico-atributivos o significado e a identidade são representados como atribuídos, conferidos ao portador.

b) Dimensão interacional

Diz respeito a padrões de interação que a gramática visual disponibiliza, ou seja, àquilo que “podemos fazer uns aos outros, ou uns pelos outros, através da comunicação visual e das relações entre os produtores e os visionadores implicados nos textos visuais” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 15). Relaciona-se, pois, com os participantes interacionais da imagem, com as pessoas que produzem e com as que dão sentido às imagens, isto no contexto das instituições, que regulam “o que pode ser ‘dito’ com as imagens, como deve ser dito, e como deve ser interpretado” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 114). As imagens dispõem de variados recursos para criar determinadas relações entre o visionador e o mundo mostrado no espaço de representação. É desta forma que “elas interagem como os visionadores e sugerem as atitudes a tomar face àquilo que é representado” (Jewitt & Oyama, 2001, p. 145). A realização destes significados baseia-se em algumas entidades visuais centrais, que serão descritas de seguida.

O ato da imagem e o “gaze”

Este recurso realiza o tipo de contacto que é estabelecido imaginariamente com o visionador. Imaginariamente porque, devido à disjunção entre o contexto de produção e o de visionamento – o produtor está ausente do contexto onde a transação comunicativa se efetua –, a relação entre os participantes interacionais é apenas representada; o visionador é colocado não realmente, mas imaginariamente, na relação. Isto é válido igualmente para os outros recursos interacionais. O contacto mais próximo é criado pelo olhar direto de um participante representado dirigido ao visionador. Este tipo de olhar (um “tu” visual) efetiva uma imagem-pedido (“demand image”). O participante representado pretende que o visionador se envolva numa relação simbólica com ele ou ela. O tipo de relação é realizado, entre outros aspetos, pela expressão facial (um recurso incluído na dimensão representacional). A ausência de um olhar direto implica que o participante representado seja dado a ver, contemplado pelo visionador, tratando-se, pois, de uma imagem-oferta (“offer image”). Estes tipos de relação têm implicações na criação de significados.

O tamanho do enquadramento/escala de planos

O tamanho do enquadramento, a escala de planos, é o recurso visual que permite que os produtores das imagens façam escolhas no sentido de representarem as pessoas e coisas mostradas nas imagens como sendo próximas ou longínquas face ao visionador – é a distância social. Na interação social quotidiana, na comunicação face a face, as normas sociais determinam a distância real que mantemos face a diferentes pessoas (Hall, 1966, citado por Kress & van Leeuwen, 2006, p. 124). Nas imagens, a escala de planos (grande-plano, plano-médio, etc.) recria simbolicamente a “proxémia” (Hall, 1964). Assim, por exemplo, uma distância íntima corresponderá a um grande plano ou a um plano de pormenor (apenas face ou cabeça) e, no extremo oposto, uma distância pública corresponderá a um plano geral. Optou-se na aplicação deste recurso por referir o tipo de distância significada e não o plano específico.

Ângulo de tomada de vista – perspectiva

O ângulo de tomada de vista face ao(s) participante(s) representado(s) é indicador de um leque de significados relativos à atitude que o visionador é “convidado” a tomar face a ele(s) ou ela(s).

O **ângulo horizontal** escolhido indica o nível de envolvimento da relação. Um ângulo frontal indicará um envolvimento elevado, uma vez que facilita a identificação do visionador, da audiência, com os participantes representados. É frequentemente usado com este fim quando os participantes representados exibem características que os visionadores devem ver como positivas. Um ângulo oblíquo, ou mesmo lateral, dá conta que o produtor da imagem não se alinhou, não se envolveu com o mundo daqueles participantes, sendo estes representados como desligados e fora do mundo do visionador. Quando isto acontece, as imagens estão a dar a ver aqueles participantes como “diferentes da norma ou como o ‘outro’” (Jewitt, 1996, p. 28). O ângulo de costas é bastante complexo. Indicando possivelmente o mínimo de envolvimento possível, não deixa de ser, como afirmam Kress & van Leeuwen (2006), de algum modo ambíguo, já que voltar as costas a alguém implica também tornar-se vulnerável, colocando-se a questão da confiança.

Por outro lado, as escolhas relativas ao **ângulo vertical** estabelecido entre o visionador/ produtor e o participante representado codificam visualmente a sua relação de poder. As teorias fílmica e fotográfica têm destacado que o ângulo contrapicado confere ao elemento representado poder, triunfo, um aspeto imponente, enquanto o ângulo picado faz com que esse elemento pareça pequeno, insignificante, quase esmagado.

Este recurso é, por isso, bastante rico enquanto forma de significar a relação de poder entre os participantes interacionais e os participantes representados, especialmente se humanos. Kress e van Leeuwen preferem colocar a questão, não em termos do aspeto conferido aos participantes representados, já que isso parece deixar de fora o visionador, mas em termos de como estes são vistos. Se um participante representado for visto a partir de um ângulo picado, então a relação entre os participantes

interacionais (o produtor da imagem e, logo, o visionador) e os participantes representados é mostrada como uma relação na qual produtor e visionador têm poder sobre aquilo ou aquele que é representado – “o participante representado é visto da perspectiva do poder” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 140). Se, pelo contrário, a escolha é de um ângulo contrapicado, os elementos representados olham para os visionadores de cima, da sua posição de poder – são por isso mostrados como tendo poder sobre quem os olha. Uma escolha intermédia (ser visto ao nível do olhar) implica uma representação que pretende codificar uma relação de igualdade.

Modalidade – modelos da realidade, uma teoria social do real

Um último aspeto da dimensão interacional é a modalidade da imagem. A modalidade relaciona-se com a questão vital da credibilidade das imagens, em termos da própria forma das mensagens e não, por exemplo, da credibilidade da fonte. Kress e van Leeuwen sugerem que os indivíduos agem de acordo com a credibilidade percebida, baseando-se em marcadores de modalidade da própria mensagem (2006, p. 154). Nas imagens, os marcadores visuais fazem com que estas sejam interpretadas como mais ou menos “reais”, mais ou menos credíveis – todas têm uma modalidade.

Uma modalidade elevada remete para o real (o que é); uma modalidade baixa remete para o menos real (o que pode ser, a possibilidade). Como chamam a atenção Kress e van Leeuwen, a questão não é se a cena representada é mais ou menos improvável ou fantasista, afirmando que fantasmas ou relva púrpura podem ter uma elevada modalidade se forem representadas como reais, recorrendo a elementos formais visuais que lhes conferem credibilidade visual (Kress & van Leeuwen, 2006; 2021).

Esta credibilidade varia de sociedade para sociedade, uma vez que é culturalmente marcada. Os autores põem a hipótese de a capacidade da fotografia atual a cores diferenciar cor e produzir determinada saturação e modelação de cor constituir para a cultura atual uma espécie de padrão cultural para a modalidade visual (Kress & van Leeuwen, 2006). “Portanto, a modalidade visual reside em padrões cultural e historicamente determinados daquilo que é real e daquilo que não é, e não na correspondência objetiva da imagem visual a uma realidade definida por vezes independentemente dela” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 163). Mesmo na nossa própria cultura não se aplicam os mesmos padrões do que é “real” a todos os contextos. Os autores utilizam a expressão de Bernstein (1981) “orientação de codificação” para se referirem a princípios de realidade. Orientações de codificação são conjuntos de princípios abstratos que informam a maneira através da qual os textos são codificados por grupos sociais específicos, ou em contextos institucionais específicos (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 165).

O nível de modalidade que diferentes recursos visuais conferem, varia consoante o tipo de codificação em causa. Para que se tenha apenas uma ideia genérica destes princípios, faz-se aqui referência a cada uma delas (ver Kress & van Leeuwen, 2006, pp. 163 e ss.). A orientação de codificação científico-tecnológica tem como princípio dominante a eficácia da imagem. Por exemplo, o uso da cor pode aqui implicar uma modalidade baixa. Uma orientação de codificação sensorial é usada no contexto de

instituições onde se permite que o princípio do prazer seja dominante: por exemplo, alguns tipos de arte, publicidade, moda, etc. Quanto mais este aspeto sensorial for explorado, mais elevada será a modalidade. Utiliza-se orientações de codificação abstratas no contexto de elites socioculturais; quanto mais a imagem reduzir o individual ao geral, e o concreto às suas qualidades individuais, mais elevada será a modalidade. A orientação de codificação naturalista é a dominante na nossa sociedade e aquela à luz da qual olhamos a generalidade dos fenómenos visuais contemporâneos – incluindo os anúncios em análise neste capítulo. Serviu esta incursão para mostrar que os diferentes marcadores de modalidade podem apontar para níveis de modalidade diferentes consoante o tipo de orientação de codificação.

Neste caso, os marcadores de modalidade são descritos face à orientação dominante, a naturalista. Quando se refere, por exemplo, modalidade baixa, a referência é a orientação de codificação naturalista, sendo que tal pode corresponder, por exemplo, a uma imagem de codificação de tendência tecnológica e, portanto, de modalidade elevada para aquela codificação. É, de facto, nos marcadores de modalidade que estas questões ficam mais claras. Em cada um deles, fala-se de um *continuum* de uma escala.

A **cor** é um importante marcador de modalidade naturalista em termos de três escalas e é com ela que se dá início à descrição dos diferentes marcadores (Kress & van Leeuwen, 2006) e corresponde aos primeiros três marcadores destacados.

(1) **Saturação da cor**: diz respeito a um continuum entre cores muito saturadas e a ausência de cor (preto e branco); (2) **Diferenciação cromática**: uma escala que vai desde uma máxima diferenciação, uso de uma grande variedade de cores, até ao uso de uma paleta reduzida, chegando ao monocromatismo; (3) **Modulação cromática**: escala que vai desde uma cor totalmente modulada (ou seja, muitos tons de uma mesma cor) até uma cor lisa, homogénea (apenas um tom da mesma cor).

Num dos extremos de cada uma destas escalas, a cor é reduzida; no outro, ela é totalmente articulada, usada no seu máximo potencial. Cada ponto na escala, no continuum, corresponde a um valor de modalidade em termos de critério naturalista. No entanto, “o ponto mais alto de modalidade não corresponde a nenhum dos extremos da escala”; “a modalidade naturalista aumenta à medida que aumenta a articulação, mas num determinado ponto ela atinge o seu nível mais alto e a partir daí decresce” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 160). Máxima saturação, diferenciação e modulação de cor nem sempre significam alta modalidade. Isto acontece porque, quando o uso da cor é exagerado, a imagem é percecionada como “hiper-real”, reduzindo a modalidade. Uma imagem pode apresentar cores tão intensas e ser modulada com tanto detalhe que pareça mais que real, hiper-real (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 158). O facto de haver um ponto no *continuum* a partir do qual um valor muito elevado significa uma modalidade mais baixa aplica-se a todos os marcadores.

O quarto marcador é (4) a **contextualização** e efetiva-se numa escala que vai desde o fundo ou cenário mais detalhado e articulado, até à ausência de fundo; numa orientação de codificação naturalista, a ausência de um fundo baixa a modalidade.

(5) A **representação** remete para uma escala que varia entre a máxima representação do detalhe pictórico até ao mínimo, ou seja, à máxima abstração. Quanto mais pormenores forem representados, mais elevada a modalidade. (6) A **profundidade** diz respeito a uma escala que vai desde a máxima representação da profundidade até à ausência de profundidade. (7) A **iluminação** efetiva-se numa escala que vai desde a ausência de representação dos jogos de luz e sombra até à sua máxima potenciação; nas representações naturalistas, os participantes são representados como sendo afetados por uma fonte de iluminação particular; imagens menos naturalistas podem abstrair da iluminação e mostrar apenas sombras na medida em que são necessárias para dar volume. Por fim, (8) o **brilho** relaciona-se com uma escala que vai desde a representação de apenas dois valores de brilho de uma mesma cor (por exemplo, apenas cinza-escuro e cinza-claro) até à máxima diferenciação de valores de brilho; os valores de brilho podem também contrastar mais ou menos, isto é, numa imagem a diferença entre a zona mais escura e a zona mais iluminada pode ser muito grande (negros profundos, brancos luminosos) ou mínima, criando um efeito nebuloso (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 162).

Apesar de cada um dos marcadores ser considerado no inventário, não é obrigatório que todos sejam minuciosamente descritos para cada imagem, até porque alguns são mais relevantes que outros para o tipo de imagem. Por exemplo, no que diz respeito à iluminação, o facto de estarmos genericamente perante imagens fotográficas faz com que sejamos confrontados com uma iluminação de tipo naturalista e não conseguida através de sombreado. Os marcadores serão essencialmente utilizados como referências para a interpretação e classificação da modalidade da imagem, uma vez que esta é realizada num complexo jogo destes indicadores visuais e não particularmente em nenhum deles. Isto é notório pelo facto de algumas imagens poderem ser, por exemplo, “abstratas” em termos de um ou vários marcadores de modalidade e “naturalistas” em termos de outros (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 163). O que importa, portanto, e aquilo a que se dará destaque é que “a partir de uma diversidade de indicadores visuais é criada pelo visionador uma avaliação geral da modalidade” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 163).

c) Dimensão composicional

Esta dimensão dá conta do modo como os padrões de representação e os padrões de interação se relacionam, se articulam coerentemente para formar um todo significativo, um texto visual. Esta articulação é feita através de princípios de integração que têm precisamente como função a produção de um texto. Inclui três recursos principais, ou melhor, três princípios geradores de significados composicionais inter-relacionados: valor informativo, saliência e delimitação, que foram desenvolvidos especificamente para o estudo da composição pictórica (Kress & van Leeuwen, 2006).

Valor informativo

Kress & van Leeuwen (2006) afirmam que a estrutura da composição fornece informação acerca do significado da imagem e que “a colocação de elementos

(participantes e sintagmas que os relacionam entre si e com o visionador) lhes confere valores informativos específicos ligados a várias ‘zonas’ da imagem: **esquerda e direita, topo e fundo, centro e margem**” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 177). O posicionamento destes elementos representacionais pode ter por base uma estrutura centrada ou polarizada espacialmente. Se for polarizada, a composição organiza-se em torno de um eixo horizontal (esquerda e direita) e/ou de um eixo vertical (topo e fundo).

Os significados da organização esquerda-direita ligam-se, segundo os princípios da semiótica social, à escrita alfabética e à leitura da esquerda para a direita. O elemento à esquerda terá o valor informativo do “dado”, do adquirido, do pressuposto; de algo que se assume que o leitor/visionador já sabe, como parte da cultura; trata-se daquilo que é conhecido, compreendido, implicitamente pressuposto. Generalizando, a direita será o lugar da informação nova, daquela à qual o leitor deve prestar especial atenção, da “mensagem”. A direita equivale àquilo que vai ser apresentado como ainda não conhecido, não tomado como garantido, que vai ser explicitado, como o “novo” (Kress & van Leeuwen, 2006).

A composição pode, por outro lado, basear-se num princípio de oposição vertical entre dois significados. O valor informativo do topo e do fundo da imagem relaciona-se com o ideal e o real. Quando os elementos da composição são colocados na parte superior da imagem são apresentados como o Ideal, enquanto os colocados em baixo são construídos como sendo o Real. Segundo os autores, “para algo ser ideal significa que é apresentado como a essência idealizada ou generalizada da informação, logo, também, como a sua componente ostensivamente mais saliente” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 186-187). O Real opõe-se ao Ideal, apresentando “informação mais específica (por exemplo, pormenores), mais objetiva (...), ou mais prática” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 187). Estas duas estruturas polarizadas de informação podem ser combinadas numa mesma página (ou composição, em geral), dividindo-se o espaço da composição em quatro quadrantes de acordo com estas distinções (Kress & van Leeuwen, 1996, p. 108).

Kress e van Leeuwen tecem também considerações acerca das implicações em termos de saliência, já referida, e também de modalidade. Assim, genericamente, a modalidade tende a ser mais elevada em baixo no espaço do real, e algo reduzida, em cima, no espaço do ideal e do mais valorizado. Na parte superior da composição, à esquerda teríamos “Dado” e “Ideal”, com saliência média, enquanto à direita teríamos “Novo” e “Ideal”, com elevada saliência. A parte inferior da imagem será o espaço do real e menos valorizado. À esquerda, teríamos “Dado” e “Real”, com baixa saliência, enquanto à direita teríamos “Novo” e “Real”, com saliência média (Kress & van Leeuwen, 1996, p. 108). Os significados ligados a este tipo de estruturas composicionais são complexos e este tipo de considerações não deve ser aplicado como se se tratasse de uma receita para ler imagens. Trata-se apenas de algumas indicações relativas a possíveis potenciais de significado que não estão necessariamente presentes em todas as imagens.

Outro modo de organização de informação visual é a estruturação de acordo com as dimensões centro e margem. O elemento que está no centro da composição é o núcleo de informação, do qual os restantes elementos de algum modo dependem. Estes elementos podem ser posicionados formando um tríptico ou um círculo à volta do elemento central. Em alternativa, os elementos não-centrais podem estar nas margens, sendo o centro um mediador que reconcilia dois elementos polarizados. Isto significa que, também aqui, são possíveis combinações. “Dado”-“Novo” e “Ideal”-“Real” articulam-se com Centro e Margem.

Saliência

Viu-se que os princípios de integração situam os elementos significativos de uma composição no todo, determinando “onde fica cada coisa” e relacionando assim os elementos significativos uns com os outros, dando coerência e ordem uns em relação aos outros (Kress & van Leeuwen, 2006). A saliência como princípio assume a função de hierarquizar e ordenar os elementos. Estes elementos “(participantes e sintagmas representacionais e interacionais) destinam-se a captar a atenção do visionador em diferentes níveis” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 177). Os visionadores de composições espaciais conseguem avaliar intuitivamente o “peso” dos vários elementos e, quanto maior o peso de um elemento, maior a saliência. “A função do peso visual é criar uma hierarquia de importância entre os elementos de textos espacialmente integrados, é fazer com que a atenção seja captada mais facilmente por alguns elementos e não por outros (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 202). A saliência não é mensurável objetivamente, mas é o “resultado de uma complexa interação entre várias características dos elementos: tamanho, distância, focagem, contraste, saturação, localização no campo visual (...), bem como de fatores culturais, como a aparência da figura humana ou a presença de um potente símbolo cultural” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 202). Percebe-se aqui a inter-relação entre este princípio e o anterior.

Delimitação/Ligação

Uma importante dimensão da composição é a delimitação/separação ou ligação dos elementos visuais. Os elementos de uma composição podem estar delimitados/separados uns em relação aos outros através de vários aspetos (como linhas de moldura, descontinuidades de brilho ou saturação da cor, de forma visual, ou ainda espaços vazios) ou então ligados através de continuidades de coerência (rimas visuais de cor, forma, etc.). Quanto maior a delimitação de um elemento, mais ele será percecionado como uma unidade de informação separada e, quanto mais agrupados os elementos, mais serão percebidos como membros do mesmo grupo.

12.2.3. Esquema de grelha de parâmetros / entidades visuais

O esquema de inventário de entidades visuais a ser aplicado às imagens, apresenta-se de seguida (Mota-Ribeiro, 2010; Mota-Ribeiro & Pinto-Coelho, 2011):

a) Dimensão representacional

Representação dos participantes humanos:

Número e género

Caracterização

1 – Aparência

Idade

Etnia

Corpo

Cabelo

Aspeto

2 – Atitude

Expressão facial

Pose

Vestuário

Cenários, fundos e adereços, objetos

Tipos de representação:

Processos narrativos

Processos conceptuais

b) Dimensão Interacional

O ato da imagem e o “gaze”

O tamanho do enquadramento/escala de planos

Ângulo de tomada de vista – perspetiva:

Ângulo horizontal/envolvimento

Ângulo vertical/ poder

Modalidade – Marcadores:

Saturação da cor

Diferenciação cromática

Modulação cromática

Contextualização

Representação do pormenor
Profundidade
Iluminação
Brilho

c) Dimensão composicional

Valor informativo

Saliência

Delimitação

12.3. Procedimento de análise – como fazer?

Utilizando a abordagem de Kress e van Leeuwen e aplicando a gramática acima explicada, é possível descrever em detalhe os significados ligados a cada um dos recursos visuais e estruturas presentes numa imagem ou numa análise sistemática de um *corpus* – de um conjunto de imagens. Cada recurso ou entidade visual aponta para um leque de significados. Mas os recursos não funcionam, como vimos, isoladamente. É a articulação das entidades visuais de cada uma das três dimensões que permite a compreensão dos processos de construção de sentido numa determinada imagem. Estes processos são complexos e apenas uma análise em profundidade, como a proposta, poderá desvendar as representações e os discursos presentes nas imagens.

Para tal, a grelha ou inventário de entidades visuais descrita em cima pode ser aplicada a um *corpus* de imagens, e resultando numa descrição pormenorizada de cada um deles num quadro de “dupla entrada” que, na dimensão horizontal, integra cada uma das imagens do *corpus* e, na dimensão vertical, cada um dos recursos. Mostra-se, de seguida, a título de exemplo, a grelha de Mota-Ribeiro (2010), preenchida para duas imagens, neste caso, publicitárias. Trata-se de uma ilustração com fins metodológicos. Para cada questão de investigação e tipo específico de imagens, esta grelha pode (e deve) deixar de fora parâmetros menos relevantes, assim como acrescentar outros que pareçam importantes para a construção de sentido.

Tabela 1

Exemplo de grelha de análise preenchida (Mota-Ribeiro, 2010: 379-381) para duas imagens.

		11- <i>Bepanthene</i>	36 - <i>Custo</i>
I - Dimensão representacional			
TIPOS DE REPRESENTAÇÃO			
Representações narrativas		Processos acionais transitivos: homem abraça mulher e bebé; mulher abraça bebé; mulher é alvo de uma ação dele, ele não é alvo de uma ação dela. Ela segura, sustém o bebé.	Processo acional transitiva: 2 elementos (F+M): ela (ator) abraça-o (goal).
Representações conceituais		Processos analíticos: homem e mulher são constituídos por atributos corporais propriamente femininos e propriamente masculinos; Simbolico-sugestivo: portadores são os participantes – valorização da atmosfera em vez do pormenor (nos adultos cabeças fora do enquadramento – não há nada de distintivo), tipo de focagem, fundo iluminação – imagem não representa um momento específico mas uma essência generalizada – de homem, mulher, criança (família tradicional).	Processo analítico: 3 participantes humanos são constituídos pelas partes (essencialmente a sua aparência: maquilhagem, cabelo, corpo, vestuário).
REPRESENTAÇÃO PARTICIPANTES HUMANOS			
Número e sexo		1 F + 1 M + 1 bebé	1 F + 1 M + 1 F
Caracterização:			
1 – Aparência			
idade		Cabeças fora do enquadramento; permite identificar corpos aparentemente belos, perfeitos e com características entendidas como masculinas e femininas; corpos são jovens. Estão nus, mas nela é visível um top de alças. Brancos / ocidentais.	Mulher esquerda: muito jovem, magra, bela, cabelo negro curto (corte urbano, alternativo, transgressor); olhos muito maquilhados (negros), intensos; expressão fria e alheada; pose de pé; perna visível; vestuário eclético e transgressor / sedutor: saltos altos, meias com fitas atadas, mini-saia;
raça/ etnia			
corpo			
cabelo			
aspeto			
2 – Atitude			
expressão facial			Homem: magro, jovem, ar andrógino; cabelo ruivo liso, alternativo; aspeto urbano, transgressor; tronco magro nu, casaco oversized, calças justas e grandes botas com fivelas; pose de exibição corporal; expressão um tanto provocadora, séria e indiferente; Mulher direita: mulher jovem, magra, bela; longos cabelos azuis soltos; chapéu de coco fantasista; vestuário urbano independente (meias às riscas, casaco/vestido negro estampado, cinto de fivela); aspeto rebelde e transgressor; expressão de desafio (confronta visionador) e pose de desafio (mãos na cintura).
pose			
vestuário			

Tipo de feminilidade / masculinidade	Mulher mãe e esposa, protegida pelo homem. "Novo" homem.	jovens urbanas, rebeldes, transgressoras e simultaneamente elegantes; ornamentadas e de visual não-normativo.
CENÁRIOS, FUNDOS	Fundo escuro, com uma espécie de aura luminosa a envolver os participantes.	Interior: espécie de túnel branco.
ADEREÇOS, OBJECTOS		Chapéus de coco, maquilhagem forte, cores não naturais de cabelo, meias com "fitas" remetem para o universo do ornamento, da máscara, da produção de personagens e sexualidade fantasista.

II – Dimensão internacional

Ato da imagem (tipo de contacto)	Oferta: da família idealizada, heterossexual e com filhos.	Pedido: que admirem o seu visual, que o considerem diferente e que se interroguem acerca destas 3 figuras (um par mais uma mulher).
Tamanho do enquadramento/escalas de planos (distância social)	Distância próxima pessoal: são pessoas muito próximas de nós e que podemos tocar; este modelo de família é próximo de nós.	Distância social afastada.
Ângulo horizontal / envolvimento	Frontal com o bebé de costas: envolvimento com os adultos, o casal.	Frontal: há envolvimento (na situação, na fantasia?).
Ângulo vertical / poder	Ao nível do olhar: igualdade (que reforça a proximidade e a identificação).	Ligeiramente contra-picado (o seu estilo de vida está acima do visionador).
Modalidade	Média/alta	Média
Marcadores:		
Saturação da cor (preto e branco/saturação máxima)	Média	Alta
Diferenciação cromática (máxima/monocromatismo)	Diferenciação média	Alta
Modulação cromática (modulação máxima / cor plana)	Cor modulada	Cor modulada
Contextualização – setting (absence/full)	Muito baixa contextualização (fundo sem informação).	Pouca contextualização; cenário abstrato mas é um espaço 3D.
Representação do pormenor/ tipo de representação (abstrata...naturalista)	Naturalista	Naturalista
Profundidade / perspectiva (presente / ausente)	Presente	Muito presente (linhas que convergem num ponto de fuga).
Iluminação	Utilização do claro/escuro.	Utilização do claro/escuro
Brilho (max. n.º de diferentes níveis....dois níveis)	Diferentes graus de brilho.	Diferentes graus de brilho.

III – Dimensão composicional**Valor informativo**

Esquerda/Direita: Dado/

Novo

Cima/Baixo: Ideal /Real real: em baixo; o produto (embalagem) e informação sobre o produto)
ideal: família com filho.

Tríptico e circular

Saliência

destaca-se o volume constituído pelos corpos entrelaçados;

Saliência: volumes dos corpos contra fundo branco; Vestuário (cores e texturas); cabelo azul; olhos muito maquilhados.

é mais saliente o bebé, uma vez que é o único totalmente visível e ao nível do olhar.

Delimitação

separação parte inferior e superior (real e ideal); lista branca e lista rosa servem de fundo e de separação para a parte relativa ao produto; rimas de cor.

Não há grande separação / delimitação; marca sobreposta, em baixo.

MENSAGEM LINGUÍSTICA E RELAÇÃO

O texto diz “o seu bebé”, dirigindo-se apenas a um dos pais, o responsável por mudar a fralda e aplicar o creme; neste caso, é a mulher; parentalidade é construída como diferenciada pelo género.

Apenas marca, sobreposta com nome da cidade que a identifica e número para informações.

Síntese significados recorrentes visuais/ representações

Mulher-mãe/heterossexualidade; mãe cuidadora; visionador posicionado como mãe

Aparência não-normativa como desvio face às convenções; do que é um homem, uma mulher e a relação; triângulo é desvio; jogo com o visionador.

Discursos

Discurso maternidade como essência feminina; Discurso “novo” pai. Discurso família tradicional.

Discurso não-normativo face à aparência feminina. Discurso fantasista. Discurso heterossexualidade (alternativa?). Discurso desvio: aparência equivale a desvio sexual.

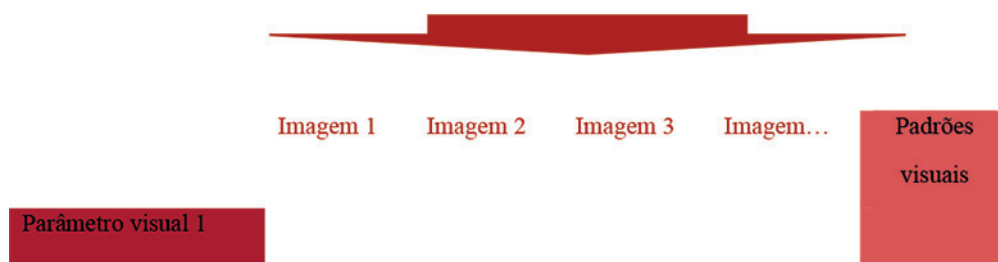
Discurso heterossexualidade dominante.

Discurso idealização da heterossexualidade monogâmica e procriadora.

Homem como protetor e mulher como cuidadora.

Depois de preenchida, a grelha de análise permite, esquematicamente, dois tipos de leitura: horizontal e vertical.

Um “olhar” horizontal, ou seja, transversal dos recursos, permite ler como cada um desses recursos semióticos usados tem expressão em diferentes imagens e qual o seu significado (Mota-Ribeiro, 2010). Vejamos esquematicamente:



Quadro 1
Esquema de análise horizontal.

Sendo a descrição dos recursos visuais usada transversalmente, é possível identificar, para cada recurso, ou conjunto de recursos, inventariado padrões ao longo do *corpus*; é uma perspectiva mais centrada no uso dos recursos no conjunto das imagens. Porquê? Porque permite perceber o funcionamento de cada recurso e as suas articulações transversais – ao longo das imagens. Consegue dar conta dos padrões e das formas de representação recorrentes e as ligações entre recursos no seu conjunto.

A grelha apresentada na Tabela 1 mostra uma descrição da totalidade dos recursos para cada imagem, ou seja, como em cada uma delas os diferentes recursos ou parâmetros das três dimensões se articulam. Uma análise imagem a imagem, ou seja, vertical (Mota-Ribeiro, 2010). Esta aponta para a imagem como um todo significativo, para o trabalho de co-construção de significados, numa imagem, criando caminhos para desvendar como os significados trabalham na construção de representações e discursos.



Quadro 2
Esquema de análise vertical.

Acima de tudo, a interação do “olhar” vertical e horizontal permite falar de forma fundamentada e detalhada dos significados das imagens, ligados a vários tipos de discursos, que emergem dos padrões visuais. A identificação das representações e dos discursos emergentes e construídos através dos parâmetros visuais da socio-semiótica visual é fundamental nas Ciências da Comunicação e dá conta de como as imagens – eventos comunicativos – permitem desvendar discursos e ideologias, cujos significados não estão à superfície.

Exercício

- Selecione um *corpus* de imagens publicitárias, de entre as publicadas em revistas femininas num determinado mês. Explícite os critérios de seleção das fontes (e. g., apenas revistas femininas mensais) e dos anúncios (e. g., apenas anúncios que têm um participante representado humano feminino).
- Aplique a grelha apresentada acima a um número reduzido daquelas imagens (5), preenchendo verticalmente – imagem a imagem (para cada imagem preencha os espaços da grelha destinados a cada um dos parâmetros).
- Preenchida a grelha, proceda de forma horizontal, descrevendo como cada parâmetro de análise funciona ao longo das imagens. Sintetize esta descrição numa coluna final (a última) sobre o funcionamento dos padrões visuais.
- Para uma análise aprofundada, procure identificar as representações e os discursos relativos ao feminino e ao género presentes e contruídos nas imagens, dando conta de como os parâmetros visuais funcionam nos anúncios para produzirem aquelas representações e discursos.

A complexidade e o detalhe da grelha de análise que construí a partir da gramática de Kress e van Leeuwen, podem levar algumas pessoas a pensar que é de aplicação restrita, e, portanto, de utilidade duvidosa para quem tem de analisar grandes quantidades de imagens (Mota-Ribeiro & Pinto-Coelho, 2011). No entanto, a experiência de investigação mostra que não só é possível, como é imprescindível para qualquer trabalho em que se pretenda ir para além da superfície visual e revelar os discursos que dão sentido às imagens. Vejamos: para as imagens, entendidas como eventos comunicativos, a utilização desta grelha (Mota-Ribeiro, 2010) permite-nos, por um lado, verificar que uma única imagem contém traços de vários discursos e, por outro, abrir caminho para nos interrogarmos sobre os significados das regularidades visuais detetadas.

Para que este trabalho se torne verdadeiramente fecundo, é necessário utilizar estes recursos para fazer perguntas e testar hipóteses construídas a partir de várias leituras, para diferentes géneros imagéticos e especialmente no contexto de textos multimodais que integram uma componente visual.

12.4. Sugestões de leitura

Ball, M. & Smith, G. (1992). *Analysing Visual Data*. Sage.

Kress, G. & van Leeuwen, T. (2021). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (3rd ed.). Routledge.

Ledin, P. & Machin, D. (2018). *Doing Visual Analysis: From Theory to Practice: 1*. Sage.

Prosser, J. (ed.) (1998). *Image-based Research – A Sourcebook for Qualitative Researchers*. Routledge.

Rose, G. (2001). *Visual Methodologies*. Sage.

Van Leeuwen, T. & Jewitt, C. (eds.) (2001). *Handbook of Visual Analysis*. Sage.

Referências

Ball, M. (1992). Analysing the Content of Visual Representations. In M. Ball & G. Smith (eds.). *Analysing Visual Data*. Sage, 20-30

Ball, M. & Smith, G. (1992). *Analysing Visual Data*. Sage.

Banks, M. (1995). Visual Research Methods. *Social Research Update*, 11, 1-6.

Banks, M. (1998). Visual Anthropology: Image, Object and Interpretation. In J. Prosser (ed.). *Image-Based Research: a Sourcebook for Qualitative Researchers*. Routledge, 9-23.

Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. Fontana Press.

Bell, P. (2001). Content Analysis of Visual Images. In T. van Leeuwen & C. Jewitt (eds.). *Handbook of Visual Analysis*. Routledge, 10-34.

Bell, P. & Milic, M. (2002). Goffman's Gender Advertisements Revisited: Combining Content Analysis with Semiotic Analysis. *Visual Communication*, 1(2), 203-222.

Bernstein, B. (1981). Codes, Modalities, and the Process of Cultural Reproduction: A Model. *Language in Society*, 10, 237-363.

Chalumeau, J. (1997). *As Teorias da Arte*. Piaget.

Collier, M. (2001). Approaches to Analysis in Visual Anthropology. In T. van Leeuwen & C. Jewitt (eds.). *Handbook of Visual Analysis*. Sage, 35-60.

Dyer, G. (1982). *Advertising as Communication*. Methuen.

Evans, J. & Hall, S. (eds.). (2004 [1999]). *Visual Culture: The Reader*. Sage.

Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. Harper and Row.

Goodwin, C. (2001). Practices of Seeing Visual Analysis: An Ethnomethodological Approach. In T. van Leeuwen & C. Jewitt (eds.). *Handbook of Visual Analysis*. Sage, 157-182.

Hall, E. (1964). Silent Assumptions in Social Communication. *Disorders of Communication*, 42, 41-55.

Halliday, M. A. K. (1985). *An Introduction to Functional Grammar*. Edward Arnold.

Harper, D. (1998). An Argument for Visual Sociology. In J. Prosser (ed.), *Image-Based Research: a Sourcebook for Qualitative Researchers*. Routledge, 24-41.

Jewitt, C. (1996). *Images of Men: Images of Male Sexuality in Sexual Health Leaflets and Posters for Young People*, Dissertação de Mestrado, University of Surrey, UK.

Jewitt, C. (1997). Images of Men: Male Sexuality in Sexual Health Leaflets and Posters for Young People'. *Sociological Research Online*, 2(2).

Jewitt, C. & Oyama, R. (2001). Visual Meaning: A Social Semiotic Approach. In T. van Leeuwen & C. Jewitt (eds.). *Handbook of Visual Analysis*. Sage, 134-156.

Kress, G. & van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Deakin University Press.

Kress, G. & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. (2 ed.). Routledge.

Kress, G. & van Leeuwen, T. (2021). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. (3 ed.). Routledge.

- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Oxford University Press.
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. Routledge.
- Lazar, M. (2005). Politicizing Gender in Discourse: Feminist Critical Discourse Analysis as Political Perspective and Praxis. In M. Lazar (ed.), *Feminist Critical Discourse Analysis: Gender, Ideology and Power*. Palgrave Macmillan, 1-28.
- Ledin, P. & Machin, D. (2018). *Doing Visual Analysis: From Theory to Practice: 1*. Sage.
- Mirzoeff, N. (1998). What is Visual Culture? In N. Mirzoeff (ed.), *The Visual Culture Reader*. Routledge, 3-13.
- Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*. Routledge.
- Mota-Ribeiro, S. (2002). *Retratos de Mulher: Construções Sociais e Representações Visuais do Feminino*, Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga.
- Mota-Ribeiro, S. (2005). *Retratos de Mulher: Construções Sociais e Representações Visuais no Feminino*. Campo das Letras.
- Mota-Ribeiro, S. (2010). *Do Outro Lado do Espelho: Imagens e Discursos de Género nos Anúncios das Revistas Femininas: Uma abordagem socio-semiótica visual feminista*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, <http://hdl.handle.net/1822/12384>.
- Mota-Ribeiro, S. & Pinto-Coelho, Z. (2011). Para além da Superfície Visual: os Anúncios Publicitários Vistos à Luz da Semiótica Social – Representações e Discursos da Heterossexualidade e de Género. *Comunicação e Sociedade: Publicidade – Discursos e Práticas*, 19, 227-256.
- Panofsky, E. (1962). *Studies in Iconology: Humanistic Themes in the Art of the Renaissance*. Icon Editions.
- Pinto-Coelho, Z. (2006). *The Uncertain Meaning of Ads: Representation of Women and Viewing Positions of Female Magazine Readers*. 4th International Language, Communication, Culture Conference, 2006, Universidade Lusófona, Lisboa.
- Pinto-Coelho, Z. & Mota-Ribeiro, S. (2006). *Analisando os Discursos de Género das e sobre as Imagens Publicitárias de Mulheres: Como Articular a Análise Socio-semiótica com a Análise da Recepção*. VII Congresso Internacional de Comunicación Lusófona, LUSOCOM, Santiago de Compostela, Espanha.
- Pinto-Coelho, Z. & Mota-Ribeiro, S. (2007). Imagens Publicitárias, Sintaxe Visual e Representações da Heterossexualidade / Advertising Images, Visual Syntax and Heterosexuality Representations. *Comunicación e Ciudadanía. Revista Internacional de Xornalismo Social / Social Journalism International Review*, 1, 79-94.
- Prosser, J. & Schwartz, D. (1998). Photographs within the Sociological Research Process. In J. Prosser (ed.), *Image-Based Research: a Sourcebook for Qualitative Researchers*. Routledge, 115-130.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies*. Sage.
- Schapiro, M. (1982). *Style, Artiste et Société*. Gallimard.
- Scott, L. (1994). Images in Advertising: The Need for a Theory of Visual Rhetoric. *Journal of Consumer Research*, 21(2), 252-273.
- Sturken, M. & Cartwright, L. (2001). *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford University Press.
- Thornham, S. (2007). *Women, Feminism and Media*. Edinburgh University Press.
- Tuchman, G. (1979). Women's Depiction by the Mass Media. *Signs*, 4(3), 528-542.
- van Leeuwen, T. (2005). *Introducing Social Semiotics*. Routledge.
- van Leeuwen, T. & Jewitt, C. (2001). Introduction. In T. van Leeuwen & C. Jewitt (eds.), *Handbook of Visual Analysis*. Sage, 1-9.

Walker, J. & Chaplin, S. (1997). *Visual Culture: An Introduction*. Manchester University Press.

Winston, B. (1998). The Camera Never Lies': The Partiality of Photographic Evidence. In J. Prosser (ed.). *Image-Based Research: a Sourcebook for Qualitative Researchers*. Routledge, 60-68.

Silvana Mota-Ribeiro

Departamento de Ciências da Comunicação, Instituto de Ciências Sociais,
Universidade do Minho.

CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
silvanar@ics.uminho.pt

<https://orcid.org/0000-0003-2665-1808>

13. Análise estatística

Vários métodos abordados neste manual envolvem recolha de dados que podem ser representados numericamente. O inquérito por questionário e a análise de conteúdo quantitativa são os mais evidentes, mas a análise estatística pode ser aplicada também ao conteúdo de entrevistas e mesmo da observação. A análise estatística, como indicado pelo nome, ajuda o investigador a entender melhor os seus dados e o que estes podem revelar sobre o objeto de estudo. Como todas as formas de análise, a estatística é vulnerável a erros, abuso e interpretações erradas. Este capítulo dá ao leitor uma perspetiva abrangente de como usar a análise estatística para responder a questões de investigação e testar hipóteses. Vamos abordar também brevemente diferentes programas informáticos que podem ser usados para executar análise estatística, mas não de uma forma detalhada. Regra geral, estes programas e as formas de utilização mudam rapidamente, e há amplos recursos disponíveis para o seu uso (referenciados no final do capítulo). Quando o investigador em Ciências da Comunicação domina os fundamentos subjacentes aos principais testes estatísticos, torna-se mais fácil procurar a informação relevante para executar estes mesmos testes, independentemente do tipo de dados, contexto, ou ferramenta informática.

13.1. Preparar os dados

A grande vantagem da análise estatística comparativamente a outras componentes do processo de investigação, é que há um elevado grau de definição e precisão relativamente aos passos que devem ser dados e regras a seguir. No entanto, esta característica não significa que o investigador não tenha que refletir criticamente naquilo que está a fazer. Entender o propósito dos testes estatísticos que conduzimos e interpretar corretamente os resultados, requer um entendimento do que cada passo significa no contexto mais abrangente da pesquisa. Para garantir que as etapas da análise estatística decorrem sem problemas, importa em primeiro lugar organizar os dados corretamente. As bases de dados para análise estatística são estruturadas de forma tabular, onde as variáveis estão representadas nas colunas e as unidades de análise nas linhas. Por exemplo, na base de dados de um questionário, as colunas podem corresponder a cada uma das questões enquanto cada linha corresponde a um participante. A Tabela 1, em baixo, representa um exemplo da estrutura típica de uma base de dados.

Tabela 1
Base de dados de passageiros do Titanic.

Id Passa-geiro	Sobreviveu	Classe	Sexo	Idade	Bilhete	Preço	Cabine	Porto de embarque
1	Não	3	masculino	22	A/5 21171	7.25		S
2	Sim	1	feminino	38	PC 17599	71.20	C85	C
3	Sim	3	feminino	26	STON/O2. 3101282	7.92		S
4	Sim	1	feminino	35	113803	53.1	C123	S
5	Não	3	masculino	35	373450	8.05		S
6	Não	3	masculino		330877	8.45		Q
7	Não	1	masculino	54	17463	51.80	E46	S
8	Não	3	masculino	2	349909	21.07		S
9	Sim	2	feminino	27	347742	11.13		S
10	Sim	2	feminino	14	237736	30.07		C
11	Sim	2	feminino	4	PP 9549	16.7	G6	S
12	Sim	1	feminino	58	113783	26.55	C103	S

Assumindo que o investigador recolheu todos os dados através de um inquérito por questionário, análise de conteúdo, observação ou outro método, o primeiro passo para a análise estatística é garantir que toda a informação recolhida pode ser representada numericamente. Alguns tipos de dados apresentam-se naturalmente numa forma numérica. A idade de um participante, o produto interno bruto de um país, o número de vezes que a palavra “poder” surge numa entrevista, este tipo de informação pode ser inserido diretamente na base de dados uma vez que já se encontra na forma de um número. Este tipo de dados, ou de variável, é normalmente chamada *contínua*.

Em contraste, certo tipo de dados não se apresenta de uma forma numérica evidente. Considere-se a pergunta relativa à nacionalidade, que surge frequentemente em inquéritos por questionário. Mesmo que todos os participantes tenham respondido apenas portuguesa ou não-portuguesa, não é imediatamente evidente como é que esta informação pode ser convertida em números. Nestes casos, cabe ao investigador atribuir um número a cada categoria que a variável pode assumir. Por exemplo, os participantes com nacionalidade Portuguesa recebem o número de 0 para a pergunta sobre a nacionalidade, enquanto participantes com nacionalidade não portuguesa recebem o número 1. O mesmo se pode aplicar a outras questões como género, nível educacional, local de residência. Estas variáveis chamam-se *categóricas*. A tabela 2 ilustra como a base de dados muda quando transformamos as variáveis categóricas em número. Por exemplo, no caso da variável *Sexo*, todas as instâncias de sexo masculino foram convertidas em 1, enquanto as instâncias de sexo feminino foram substituídas por um 2. O mesmo acontece com a variável *Porto de embarque*.

Id Passageiro	Sobreviveu	Classe	Sexo	Idade	Bilhete	Preço	Cabine	Porto de embarque
1	0	3	1	22	A/5 21171	7.25		1
2	1	1	2	38	PC 17599	71.20	C85	2
3	1	3	2	26	STON/O2. 3101282	7.92		1
4	1	1	2	35	113803	53.1	C123	1
5	0	3	1	35	373450	8.05		1
6	0	3	1		330877	8.45		3
7	0	1	1	54	17463	51.80	E46	1
8	0	3	1	2	349909	21.07		1
9	1	3	2	27	347742	11.13		1
10	1	2	2	14	237736	30.07		2
11	1	3	2	4	PP 9549	16.7	G6	1
12	1	1	2	58	113783	26.55	C103	1

Tabela 2
Base de dados de passageiros do Titanic com variáveis numéricas.

Há uma última consideração a ter neste processo preparação de dados. A tabela 2 mostra as colunas de *Sexo* e *Porto de Embarque* em forma numérica. No entanto, algumas variáveis, como o *Bilhete* e a *Cabine* ainda estão em forma não-numérica. Por que motivo não convertemos estas variáveis em variáveis categóricas? Neste caso, é muito provável que cada passageiro tenha um número de bilhete ou de cabine únicos, ou seja, não é possível extrapolar nenhum padrão, tendência ou informação estatística relevante a partir destas variáveis. Uma vez que as variáveis *Bilhete* e *Cabine* não vão ser incluídas na análise, não há propósito de atribuir a cada bilhete e cabine

um número único. Importa, no entanto, considerar que o investigador pode mudar de ideias num momento posterior. Por exemplo, se o número da cabine também indicar o piso em que se encontrava o passageiro, esta informação pode ser útil para prever se esse passageiro sobreviveu ou não. Neste caso, o investigador teria que atribuir um número à variável cabine consoante o piso a que está associada a cabine.

13.2. Análise descritiva

A análise de dados pode ser dividida em dois grandes tipos: descritiva e inferencial. A análise descritiva pode ser usada para obter informações sobre a amostra, enquanto a análise inferencial é usada para testar hipóteses ou generalizar informações relativas à população. Nesta secção focamo-nos na análise descritiva. A análise descritiva, apesar de nem sempre ser o propósito principal de um projeto de investigação, é uma ferramenta útil para contextualizar os dados e garantir a validade da análise inferência. Os três tipos de análise descritiva mais usados são as frequências, as medidas de tendência central e as medidas de dispersão.

As frequências são uma forma útil de inspecionar e explorar os dados num momento inicial. Estas podem ser absolutas (número de vezes que um determinado valor de uma variável surge na base de dados) ou relativas (percentagem de casos na base de dados que assumem um determinado valor para uma variável). A tabela 3 dá um exemplo para as frequências relativas e absolutas da variável *Sexo*. Um primeiro olhar para esta tabela é útil para perceber o tamanho da nossa amostra ($N = 11$) e que esta está equilibrada em termos de género. As frequências são particularmente úteis no caso de variáveis categóricas e representam-se normalmente sob a forma de tabelas em que cada linha corresponde a um valor de uma variável. São também úteis para verificar se há dados em falta, ou se alguma das categorias ou valores está mal atribuído (e.g. um número 3 na variável *Sexo*).

Tabela 3
Frequências absolutas e relativas para a variável *Sexo*.

Valor	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Masculino	5	45.5%
Feminino	6	55.5%
Total	11	100.0%

Apesar de serem úteis no caso das variáveis categóricas, as tabelas de frequências são menos úteis para variáveis contínuas. Veja-se o exercício abaixo.

Exercício

Constrói uma tabela de frequências para a variável *Idade*, de forma semelhante à Tabela 3. O que podes concluir relativamente à utilidade de uma tabela de frequências neste caso?

Resposta: A tabela de frequências tem 9 linhas, e apenas uma das quais tem uma frequência relativa acima de 1 (35 anos). Neste caso o investigador poderia ter obtido a mesma informação olhando para a base de dados. As tabelas de frequências são muitas vezes difíceis de ler em casos de variáveis contínuas.

As medidas de tendência central são úteis para obter uma visão abrangente da base de dados, encontrando o seu ponto central ou mais frequente. Há três principais medidas de tendência central: a moda, a mediana e a média. A moda indica o valor mais frequente de uma variável na base de dados e é particularmente útil para variáveis categóricas. Por exemplo, no caso da variável *porto de embarque* da tabela acima, a moda é S, uma vez que este é o valor que aparece mais frequentemente na base de dados (8).

Por sua vez, a mediana divide os valores ordenados de uma variável da base de dados em duas partes tão iguais em número de casos quanto possível, em que uma das partes se encontra acima do valor e a outra se encontra abaixo. Por exemplo, os valores da variável *classe* podem ser ordenados da seguinte forma, 1 1 1 2 2 2 3 3 3 3. Neste caso, o número 2 encontra-se no meio desta sequência ordenada (posição 6 de 11), pelo que a mediana corresponde a 2. A mediana pode ser aplicada a variáveis contínuas ou a variáveis categóricas que podem ser ordenadas, mas não a variáveis categóricas sem ordem. Por exemplo, a variável *sexo* não tem mediana, uma vez que não é possível ordenar os valores masculino e feminino. No entanto, uma variável categórica para *nível de habilitações* com os valores ensino básico, ensino secundário e ensino superior pode ter uma mediana, uma vez que estes valores podem ser ordenados do nível educacional mais baixo ao mais elevado.

A última medida de tendência central é a média. A média só pode ser calculada para variáveis contínuas e obtém-se adicionando os valores de uma variável e dividindo esses valores pelo número de casos. Por exemplo, a média da variável idade é $(22 + 38 + 26 + 35 + 35 + 54 + 2 + 27 + 14 + 4) / 10 = 25,7$ anos. Note-se que apesar de termos 11 casos na base de dados, apenas estamos a somar e dividir 10 números, isto acontece porque não temos informação relativamente à idade do passageiro 6, é um valor ausente. A média e a mediana são ambas úteis para perceber quais são os valores típicos de uma variável. No entanto, é importante notar que a média é mais sensível a valores extremos (muito elevados ou muito baixos), pelo que para variáveis com valores extremos a mediana é mais aconselhada. Por exemplo, a média pode não ser um bom indicador de tendência central para uma variável *salário médio* se um dos participantes tiver um salário muito mais elevado que os restantes.

Exercício

Num questionário perguntou-se quantos carros possuía cada um dos participantes. As respostas foram as seguintes: 0 2 0 1 1 0 0 1 18. Calcula cada uma das três medidas de tendência central para esta variável. Qual delas representa melhor a tendência central da variável?

Resposta: A mediana, que assume o valor de 1 carro por pessoa. A moda (0) pode transmitir a ideia errada que os participantes na amostra não têm carros. Em contrapartida, a média (2.56) é demasiado afetada pelo participante que é colecionador de carros com 18 carros e pode dar a impressão que os participantes têm muitos carros.

Para além das medidas de tendência central, pode interessar ao investigador avaliar a dispersão dos dados, ou seja, quanto é que os valores de uma variável diferem uns dos outros. As medidas de dispersão fazem mais sentido nas variáveis contínuas. Se o investigador quiser avaliar a distribuição dos dados para uma variável categórica, faz mais sentido olhar para uma tabela de frequências ou para um gráfico de barras construído a partir desta variável.

Há várias medidas que podem ser usadas para medir a dispersão dos dados, como a diferença entre o máximo e o mínimo, a dispersão interquartil, a variância e o desvio padrão. Neste capítulo, focamo-nos no desvio padrão por dois motivos: (1) o cálculo do desvio padrão é baseado na variância e (2) tende a ser a medida mais usada para avaliar a dispersão de uma variável contínua.

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \mu)^2}{N}}$$

O desvio padrão, representado pela letra grega sigma (σ) é calculado automaticamente por todos os programas de análise estatística. No entanto, pode ser interessante observar a fórmula de cálculo. Em termos práticos, os passos de cálculo do desvio padrão para uma variável são: (1) subtrair a média (μ) da variável ao valor de cada caso (x_i). Calcular o quadrado destes resultados e somar estes valores ($\sum$). De seguida, dividir o resultado desta soma dos quadrados pelo tamanho da amostra/número de casos (N). Esta sequência de passos dá-nos a variância, normalmente representada por (σ^2). Por fim, calcula-se a raiz quadrada deste valor para obter o desvio padrão. A propriedade mais importante deste cálculo é a de que, quando os valores de cada caso estão mais distantes da média da variável, o desvio padrão aumenta. Assim, um desvio padrão mais elevado indica que a nossa variável tem uma maior dispersão dos dados.

Uma característica útil do desvio padrão é que o número apresentado pode ser interpretado aproximadamente nas unidades da variável original. No caso da variável idade, por exemplo, o desvio padrão é de 17.2, o que significa que a idade de cada indivíduo se desvia aproximadamente 17.2 anos da média (25.7). Olhando para os dados, podemos observar que isto faz intuitivamente sentido, considerando que temos algumas crianças pequenas (2 e 4 anos) e dois passageiros mais velhos (54 e 58 anos). Isto mostra que há alguma dispersão nas idades dos passageiros do Titanic. Antes de terminar esta secção, importa salientar que o cálculo do desvio padrão apresentado acima assume que a base de dados possui todos os indivíduos da população em estudo, neste caso, os passageiros do Titanic. Quando estamos a abordar uma amostra, a fórmula altera-se ligeiramente subtraindo-se 1 a N , e o desvio padrão deixa de ser representado em letras gregas para ser representado por um s do alfabeto romano.

13.3. Análise inferencial

A análise descritiva é útil para compreender melhor as características da base de dados do investigador. No entanto, em muitas instâncias, o objetivo da investigação não é apresentar conclusões relativamente à amostra, mas à população da qual essa amostra é retirada. Por exemplo, numa sondagem para as eleições, saber como vão votar os Portugueses (população) tendo por base uma amostra com 1000 participantes. Assim, o investigador pode querer saber qual a probabilidade que um determinado valor da amostra, como a média, possa ser também aplicável à população, ou calcular intervalos de confiança. Aplicada ao exemplo acima, a análise inferencial permite ao investigador determinar que a média de idades da população de passageiros do Titanic se encontra com 95% de certeza entre os valores 23,7 e 27,7. Uma vez que o investigador não tem a certeza das características da população, trabalha com probabilidades e intervalos de confiança que assumem que a população se aproxima de uma determinada distribuição.

O primeiro teste inferencial que pode ser útil ao investigador é o teste do qui-quadrado. Como o nome indica, este teste tem por base a distribuição do qui-quadrado, e aborda a diferença entre frequências da amostra e as frequências esperadas. Uma vez que é focado em frequências, o teste do qui-quadrado é particularmente útil para estudar variáveis categóricas. Quando o investigador quer saber se a distribuição de frequências de uma variável na amostra é diferente de uma hipotética distribuição na população, usa o teste de ajuste do qui-quadrado (*goodness of fit* em inglês). Por exemplo, para testar se a taxa de sobrevivência a naufrágios é superior a 50% com base nos dados do Titanic. Quando o investigador quer testar se duas variáveis categóricas estão relacionadas, usa o teste do qui-quadrado para independência das observações. Por exemplo, para avaliar se a variável sexo influencia a sobrevivência ao naufrágio.

Exercício

Um investigador quer avaliar o nível educacional dos participantes num inquérito por questionário. Para o efeito, pede aos participantes que indiquem o número de anos que passaram a estudar no sistema de ensino. Esta variável é categórica ou contínua?

Resposta: O nível educacional é normalmente apresentado como uma variável categórica (e.g. ensino primário, ensino secundário, ensino superior). No entanto, como a questão se refere ao número de anos, em que os intervalos entre os valores da variável são iguais e quantificáveis, esta variável é contínua.

O teste do ajuste do qui-quadrado compara a distribuição de uma variável na amostra com uma hipotética distribuição da variável na população. Recuperando a informação da Tabela 3, o investigador pode, por exemplo, estar interessado em perceber se as frequências da variável sexo no Titanic são representativas da população global, com 50.4% de pessoas do sexo masculino e 49.6% do sexo feminino.

Reportar: Um teste de qui-quadrado de uma amostra mostrou que a distribuição de sexo na nossa amostra (Masculino 41,7%; Feminino 58,3%) não é significativamente diferente da distribuição da população global (Masculino 50,4%; Feminino 49,6%), $\chi^2(1, N = 12) = 0.37, p = .545$.

Em contraste, o teste do qui-quadrado para independência examina se duas variáveis categóricas estão relacionadas uma com a outra. O princípio é o mesmo, comparar a distribuição real dos dados com uma distribuição hipotética, mas neste caso essa distribuição hipotética assume que não há relação entre as variáveis. Veja-se, por exemplo, a relação entre a sobrevivência ao naufrágio do Titanic e a variável sexo. Caso o sexo não tenha influência na taxa de sobrevivência, passageiros do sexo masculino e do sexo feminino têm a mesma probabilidade de sobreviver. Com base nos dados, em 11 passageiros, 6 sobreviveram. Ou seja, se as duas variáveis não estão relacionadas, a distribuição será algo como o mostrado na Tabela 4, ambos os sexos têm aproximadamente a mesma probabilidade de sobreviver.

	Sobreviveu	Não Sobreviveu	Total
Masculino	3	2	5
Feminino	4	3	7
Total	7	5	12

No entanto, a nossa distribuição dos dados é na verdade a que está representada na tabela 5.

	Sobreviveu	Não Sobreviveu	Total
Masculino	0	5	5
Feminino	7	0	7
Total	7	5	12

Todos os sobreviventes são do sexo feminino, enquanto todos os não sobreviventes são do sexo masculino. Isto parece indicar que a variável sexo é um fator importante para prever se alguém sobrevive ao naufrágio do Titanic. Mas como podemos saber que as variáveis estão realmente relacionadas, e que estes dados não advêm apenas de uma coincidência? Com o teste do qui-quadrado para independência.

Reportar: Um teste do qui-quadrado para independência revelou que a probabilidade de um passageiro sobreviver ao naufrágio do Titanic está associada ao sexo do passageiro. As passageiras do sexo feminino têm uma taxa de sobrevivência (100.0%) significativamente superior à dos passageiros do sexo masculino (0.0%), $\chi^2(1, N = 12) = 12, p < .001$.

Os exemplos anteriores mostram como podemos conduzir análises inferenciais quando temos uma variável dependente que é categórica. No entanto, como é que se podem analisar variáveis dependentes contínuas? Nesses casos, a diversidade de valores que a variável pode assumir é demasiado grande para poder ser abordada com o teste do qui-quadrado. Para variáveis contínuas, recorre-se ao teste-t ou análise de variância (ANOVA), dependendo do número de categorias da variável independente.

Quando o objetivo do investigador é o de comparar um valor médio de uma determinada variável com um determinado valor teórico, deve-se usar o teste-t de uma amostra. Considere-se, por exemplo, a variável idade. Neste caso, o investigador quer testar se a idade média dos passageiros é significativamente inferior a 30 anos, para saber se os passageiros podem ser considerados, em geral, uma população jovem. Neste caso, a média de idade, como vimos anteriormente, é de 25,7 anos. À partida, isto parece indicar que a amostra é efetivamente mais jovem. No entanto, este facto pode dever-se a um simples acaso, e não é possível concluir que os passageiros do Titanic tendem a ser mais jovens que a generalidade da população. Para testar a significância deste desvio de idades, o investigador calcula a probabilidade de uma amostra com uma média de 25,7 anos acontecer numa população que tem a média de idade de 30 anos. Se esta probabilidade for inferior a 5%, considera-se que a amostra do Titanic se desvia significativamente da média da população.

Reportar: Um teste-t de uma amostra revelou que a idade média dos passageiros ($M = 25.7$) não é significativamente diferente da idade média da população estimada em 30 anos, $t(10) = 0.25$, $p = .807$.

Os testes-t não servem apenas para comparar a média de uma amostra com uma hipotética média de idades, mas podem também servir para comparar as médias de dois grupos. Por exemplo, se o investigador quiser saber se a idade dos passageiros do sexo masculino é, em média, diferente da idade das passageiras do sexo feminino, pode realizar um teste-t de amostras independentes. Em primeiro lugar, o investigador analisa a média de idades do sexo masculino (28,3) e do sexo feminino (21,8). À primeira vista, parece que as idades são efetivamente diferentes, e que os passageiros do sexo feminino tendem a ser mais novos. No entanto, mais uma vez, importa perceber se isto não se trata de um acaso da amostra, e se é efetivamente possível concluir que as passageiras do Titanic tendem a ser mais novas que os passageiros. Assim, o teste-t calcula a probabilidade de esta diferença de médias existir no caso de as populações dos dois sexos terem a mesma média de idades.

Reportar: Um teste-t para amostras independentes revelou que a média de idades do sexo masculino ($M = 28.3$) e do sexo feminino ($M = 21.8$) não é significativamente diferente, $t(9) = .05$, $p = .961$.

Mas o que deve o investigador fazer nos casos em que há mais do que três grupos a comparar? Por exemplo, se quiser comparar a média de idades de cada uma das três classes do navio. Olhando para as médias, os passageiros de primeira classe têm uma idade média de 46.0 anos, os passageiros de segunda classe têm, em média, 15.0 anos, enquanto os passageiros de terceira classe têm 21.3 anos. Aparentemente há uma diferença de idades entre as três classes. No entanto, será que esta diferença não se deve apenas a um acaso? Neste caso, o investigador usa uma ANOVA, uma abreviatura para análise de variância, que o informa se há diferenças significativas entre os três grupos. De seguida, para descobrir que grupos diferem uns dos outros, o investigador pode comparar pares de grupos usando o teste-t para amostras independentes, por exemplo, os passageiros de classe 1 com os passageiros da classe 2.

Reportar: Uma ANOVA revelou que a classe dos passageiros do Titanic está significativamente relacionada com a idade dos passageiros, $F(2, 8) = 6.51, p = .024$. Comparações post-hoc usando um teste-t para amostras independentes revelaram que os passageiros de primeira classe ($M = 46,3$) são significativamente mais velhos que os passageiros de terceira classe ($M = 19.3$), $t(8) = 3.29, p = .011$.

Até este ponto, examinamos apenas casos em que as variáveis independentes eram categóricas. No entanto, como podemos examinar casos em que as variáveis independentes são contínuas? Nestes casos, há demasiados valores diferentes para poder usar uma ANOVA para comparar grupos. Considere-se por exemplo, que o investigador quer estudar se, para os passageiros do Titanic, há uma relação significativa entre a idade do passageiro e o preço do bilhete. Olhando para os dados, verifica-se que ambas as variáveis são contínuas. Para testar a hipótese de que, quanto mais elevada a idade, mais elevado o preço dos bilhetes, o investigador realiza uma regressão linear. A regressão linear testa qual a probabilidade de os dados da amostra apresentarem uma determinada correlação caso as variáveis não sejam relacionadas uma com a outra na população. Para além do valor p que indica esta probabilidade, a regressão apresenta ainda um coeficiente beta com valores situados entre -1 e 1 que indica se a relação é positiva ou negativa, e quão forte é. Por exemplo, um coeficiente beta de -0.3 indica que à medida que uma variável aumenta de valor, o valor da outra variável diminui. Uma vez que o valor -0.3 está relativamente próximo de 0, que indicaria que não existe relação, pode-se concluir que esta relação negativa entre as duas variáveis não é muito forte. Um aspeto útil da regressão linear é o de que esta permite ao investigador adicionar mais variáveis independentes à mesma regressão, se assim o desejar. No entanto, deverá ter em conta que o tamanho da amostra deverá ter pelo menos 15 casos por cada variável independente para que os resultados sejam estatisticamente robustos.

Reportar: Uma regressão linear com a idade do passageiro como variável independente e o preço do bilhete como variável dependente que a idade explica 17.5% da variância do preço do bilhete, mas que este valor não pode ser significativamente generalizado para a população, $R^2 = .18, F(1, 9) = 1,91, p = .200$. Embora o coeficiente revele um efeito moderado da variável idade na variável preço, este não é significativo ($\beta = .42, p = .200$).

Nos parágrafos anteriores, cobrimos quase todas as situações de análise que o investigador pode encontrar quando procura relacionar duas variáveis ou comparar uma variável com uma média ou distribuição teórica. O último caso que falta considerar acontece quando o investigador tenta perceber a influência de uma variável contínua numa variável categórica, por exemplo, como é que a idade de um passageiro afeta a probabilidade deste passageiro sobreviver ao Titanic. Em termos de coeficientes e valores p , a regressão logística é bastante semelhante à regressão linear. No entanto, para uma regressão logística, os valores da variável dependente deverão sempre estar codificados como 0 e 1 (e.g. 0 = Não sobreviveu, 1 = Sobreviveu).

Reportar: Uma regressão logística com a variável idade como variável independente e a variável sobrevivência como variável dependente não foi estatisticamente significativa, $\chi^2(1, N = 11) = 0.00, p = .955$. O efeito da idade na probabilidade de sobrevivência não foi significativo ($B = .00, p = .955$).

Este capítulo abordou de uma forma superficial os principais testes estatísticos que o investigador poderá ter de realizar ao tratar uma base de dados. No entanto, um capítulo não é suficiente para cobrir todos os passos e informação relevante associada a estes testes. Por exemplo, há uma série de condições que têm de ser cumpridas para que os resultados de uma regressão linear sejam fiáveis, como a normalidade da distribuição das variáveis e dos erros. Assim, recomenda-se que o investigador complemente a descrição geral deste capítulo com a informação mais detalhada que pode ser encontrada nas leituras recomendadas.

13.4. Sugestões de leitura

Agresti, A., & Finlay, B. (2012). *Métodos estatísticos para as ciências sociais*. Penso Editora.

Gonçalves, J., Navio, C., & Moura, P. (2021). The occidental otaku: Portuguese audience motivations for viewing anime. *Convergence*, 27(1), 247-265.

Gonçalves, J. (2018). Aggression in news comments: How context and article topic shape user-generated content. *Journal of Applied Communication Research*, 46(5), 604-620.

Pallant, J. (2020). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using IBM SPSS*. McGraw-hill education (UK).

João Gonçalves

João Gonçalves, Erasmus University Rotterdam
ferreiragoncalves@eshcc.eur.nl
<https://orcid.org/0000-0002-8948-0455>

Parte III – Aplicações ao Campo da Comunicação

A Parte III deste manual procura mostrar de que forma os métodos e técnicas apresentados nas partes anteriores podem ser mobilizados para responder a desafios de investigação específicos às Ciências da Comunicação. Embora as partes anteriores tenham incluído uma série de exemplos e exercícios relevantes para a área, os capítulos da parte III têm um foco nas características do objeto de estudo e nos pressupostos teóricos que os enquadram, permitindo à leitora avaliar de uma só vez as oportunidades e desafios que lhes estão associados.

Composta por dois capítulos, a Parte III aborda os métodos e técnicas para estudar textos e imagens. O Capítulo 14, da autoria de Anabela Carvalho e Zara Pinto-Coelho, apresenta e problematiza quatro abordagens centrais no estudo de textos: análise de conteúdo, análise de *frames/ framing*, análise narrativa e análise crítica de discurso. A comparação direta entre estas abordagens para o estudo de textos concretiza a aplicação de vários princípios que aparecem em capítulos isolados na parte II.

O Capítulo 15, da autoria de Isabel Macedo e Tiago Vieira da Silva, foca-se nos métodos e técnicas de análise da imagem em movimento. Este capítulo propõe um mapeamento crítico das abordagens disponíveis para investigar objetos visuais, sublinhando as suas especificidades epistemológicas, os seus principais quadros teóricos e a sua aplicação.

Esta Parte III pretende, assim, funcionar como um elo entre a teoria, os métodos e técnicas, e os objetos de estudo característicos das Ciências da Comunicação. Estes capítulos são úteis não só pelo seu conteúdo direcionado à aplicação, mas também pela estrutura, que se assemelha à decisão que a investigadora enfrenta quando tem que escolher o método mais adequado à sua pergunta de investigação e objeto de estudo.

14. Métodos e técnicas para estudar textos: mapeamento e estudos de referência

Embora o termo “texto” possa ser entendido de forma lata, integrando diferentes recursos semióticos, este capítulo toma o conceito de “texto” essencialmente como linguagem verbal, e como um artefacto que pode ser lido, ouvido e interpretado. As abordagens aqui discutidas são simultaneamente lentes e ferramentas para análise do texto e, como tal, as opções a fazer devem resultar de uma ponderação cuidada das suas características, potencialidades e limites. A análise de textos é problematizada neste capítulo no quadro da investigação social, e não (tanto) pensada de um modo meramente formal ou descritivo. Como tal, métodos e técnicas de análise de textos não são dissociáveis de problemáticas e objetivos de investigação. O texto é a matéria e o recurso através do qual as investigadoras inferem respostas para as suas perguntas de investigação.

As abordagens selecionadas para este capítulo são quatro: análise de conteúdo; análise de *frames/ framing*; análise de narrativas; e análise crítica de discurso. Trata-se de abordagens com uma vasta utilização nas Ciências da Comunicação (e noutras Ciências Sociais) e que, embora por vezes apresentem pontos de contacto entre si, são claramente diferenciadas. De seguida, apresenta-se, de forma introdutória, cada uma dessas abordagens.

A análise de conteúdo (AC) tem uma longa tradição e continua a ser hoje uma das técnicas de análise de dados mais usadas na investigação empírica realizada pelas Ciências da Comunicação, em particular a referente ao campo dos média (Lovejoy, Watson, Lacy & Riffe, 2014). A AC engloba uma grande diversidade de técnicas e funciona muitas vezes como expressão ‘guarda-chuva’ para todas as abordagens tratadas neste capítulo.

Tratando-se da comunicação humana, o material textual é percebido como estando ligado a uma situação particular de comunicação e, enquanto tal, abordado como expressão da mesma. Tal pressupõe que a AC não é (ou não deve ser) usada só e apenas para tirar conclusões acerca dos textos em si mesmos, mas antes para responder a questões acerca do processo de comunicação. Como afirmado no capítulo 9, a finalidade da AC é fazer inferências de conhecimentos relacionados com a fonte (causas ou antecedentes da mensagem) e com o recetor (possíveis efeitos da mesma). A natureza do conteúdo que a análise dos textos visa revelar não é linguística ou formal, mas extralinguística (e.g. sociológica, psicológica, política). Para chegar a este tipo de conteúdo, a que Bardin chama de “uma outra significação”, “um sentido que se encontra em segundo plano” (1979, p. 41), a via são, como referido acima, os textos.

Os termos *frame* e *framing* são amplamente utilizados em várias áreas disciplinares, como a sociologia, a psicologia social, os estudos políticos e a linguística, com sentidos muito diversos. No início do século XXI, Bryant e Miron (2004) identificaram um claro aumento da utilização da teoria de *framing* nos estudos de comunicação e o emprego dos termos *frame* e *framing* em análises de textos acentuou-se enormemente desde então (Vliegenthart & van Zoonen, 2011). A popularidade destes conceitos (e de abordagens analíticas com eles relacionadas) na investigação recente justifica, por si só, a sua inclusão neste capítulo. Mais importante, porém, é o facto

de eles remeterem para uma questão básica nas ciências da comunicação: como se dá sentido ao mundo? Ou seja, como organizamos mental e discursivamente a realidade? Como interpretamos situações complexas e decidimos o que está em causa, o que importa, o que conta? No campo da comunicação e do estudo dos media, a análise de *frames* é utilizada para desconstruir os processos envolvidos num *frame*, ou seja, num enquadramento simbólico (Kitzinger, 2007). O analista pode perguntar: como é que o jornalista abordou um determinado assunto? Como é que o problema, as suas causas e soluções são apresentadas? Que perspetivas alternativas teriam sido possíveis? Como veremos, a análise de *frames* pode ser muito útil mas, como referem Pozobon e Schaeffer (2015, p. 120), a “indefinição conceitual e falta de sistematização metodológica das pesquisas” são pontos críticos deste tipo de abordagem.

A partir dos anos 70-80 do século XX, acompanhando uma maior orientação qualitativa nas ciências sociais, a atenção às narrativas cresceu significativamente. Da mesma forma que outras abordagens exploradas neste capítulo, também a investigação sobre narrativas tem sido desenvolvida no quadro de diversas correntes teóricas e disciplinares, tais como os estudos literários, a antropologia, a sociologia, a psicologia, as ciências cognitivas, a sociolinguística, os estudos fílmicos, etc. A “viragem narrativa” nas ciências sociais no final do milénio (Czarniawska, 2004) significou não apenas um interesse acrescido por textos narrativos, mas também o desenvolvimento de modos de investigação focalizada nas experiências dos sujeitos sociais em questões como as migrações, o desemprego, as desigualdades, etc., bem como no modo de construção de sentidos por parte desses sujeitos. Nesta linha, uma entrevista, por exemplo, deixaria assim de ser um instrumento para aceder a informação para se tornar num processo de formulação de uma estória sobre si mesmo e sobre outros. Ao longo deste capítulo, vai-se procurar clarificar vários aspetos do estudo e análise de narrativas, sobretudo como abordagem distintiva na análise de textos, que, ao contrário de outras abordagens discutidas no capítulo, só é aplicável a textos que tenham uma forma narrativa, ou seja, que se estruturam em torno de *sequências* e *consequências* de eventos, criando efeitos de sentido particulares.

A análise do discurso enquanto área de investigação é também um espaço muito heterogéneo, onde convergem diferentes preocupações teóricas e tradições científicas, providas de diversos quadrantes das Ciências Humanas e Sociais. Os modos de interrogar, abordar e analisar o discurso expressam, de formas significativas, esta inflexão disciplinar, contribuindo para enriquecer o campo em termos conceituais e instrumentais, ao mesmo tempo que o tornam um terreno polémico, de competição entre diferentes abordagens, escolas e práticas analíticas. Para este capítulo interessa a investigação empiricamente orientada, que trabalha com *corpora* de material autêntico, quer dizer, com exemplos de usos da linguagem em situações ‘reais’ ou ‘naturais’, por exemplo, notícias em jornais com linhas editoriais específicas, ou artigos em revistas com características particulares. A preocupação com a autenticidade dos dados pressupõe uma visão da linguagem e dos seus usos como estando orientados para a ação e como inscritos em eventos comunicativos ou em sequências de interação social e culturalmente situadas. A investigação desenvolvida sob esta visão assume que ao escrever ou falar não estamos apenas a falar sobre alguma coisa ou

a referir-nos a algo, nem realizamos apenas os atos de falar ou escrever mas que, ao fazê-lo, realizamos vários tipos de ações comunicativas (não apenas a de informar), mais ou menos diretas, cuja adequação e relevância social só podem ser compreendidas interpretando-as como inseridas em sequências de interação e práticas sociais e como estando orientadas *para*, ou sendo governadas *por*, a natureza da situação social em que têm lugar, ou seja, pelo contexto dos usos linguísticos.

Em todas as abordagens e opções analíticas, há vantagens e desvantagens, ou potencialidades e limites. Em todas as formas de análise de textos, o recurso à medida, ou seja, a técnicas de quantificação, é, a vários níveis, redutor; por outro lado, uma abordagem qualitativa ‘profunda’ pode produzir análises muito ricas, mas é limitada em termos de abrangência de dados e da identificação de padrões facilmente ‘demonstráveis’. Como responder a estes desafios? A resposta não é linear. Em cada estudo, o investigador deverá definir claramente o problema de investigação e fazer opções que assegurem coerência (teórica, epistemológica) e produtividade (sobretudo a nível metodológico) (ver capítulos 1 e 2 neste livro).

14.1. Análise de conteúdo

14.1.1. Enquadramento teórico e epistemológico

Se a análise do texto pode seguir várias direções e objetivos, ancorada em perguntas relativas ao processo da comunicação, que relação há entre o texto e os outros elementos do processo de comunicação e como é que através do texto chegamos aos conteúdos que importam, os que darão resposta à pergunta de investigação?

A forma clássica de estruturar o leque de perguntas a que uma AC pode responder, usada pelos fundadores desta técnica (Berelson, 1952) e parafraseada em manuais mais recentes (Neuendorf, 2002/2017, p. 52), poderá ajudar-nos a responder àquelas questões. Trata-se da fórmula proposta em 1946 por Harold Lasswell, figura crucial no desenvolvimento da AC, para descrever um ato de comunicação, QUEM diz O QUÊ, através de que meio, a QUEM e com que EFEITO, sendo os elementos graficamente assinalados aqueles que têm suscitado um maior interesse entre os investigadores.

Como é sabido, esta fórmula de Lasswell está em ligação estreita com outros modelos de comunicação dominantes na pesquisa da época, a saber, o da Teoria Matemática da Informação de Shannon e Weaver (1949) e o chamado Modelo Hipodérmico da Comunicação (Wolf, 1987). A esta luz, a comunicação é entendida como “transporte de significações de um emissor para um recetor” (Bardin, 1979, p. 32), ou como transporte de um conteúdo que um emissor passa para um recetor, através de um meio ou canal, com o objetivo de produzir um determinado efeito.

Esta conceção reenvia-nos para uma segunda aceção do termo conteúdo: as significações *pretendidas* pelos emissores nos seus textos e as *recuperadas* pelos recetores. Como se chega a esse conteúdo? Entendido como sendo partilhado entre os

participantes, incluindo por quem faz uma AC, e, portanto, como sendo de sentido único e determinado pela intenção do emissor, funcionando o recetor como um espelho daquele, esse conteúdo poderá ser recuperado a partir do que está nos textos, das características dos mesmos. Por ser visto como algo inerente aos textos, é passível de ser descrito de uma forma exata através de operações de “recorte, agregação e enumeração”, executadas de forma sistemática e segundo regras precisas definidas a priori (Bardin, 1979, p. 103), um rigor que torna possível a intersubjetividade (se não a objetividade) dos procedimentos e visa assegurar a fidelidade da codificação. Neste entendimento, o conteúdo, ou o que um texto significa, é o que o texto em si mesmo significa (ou seja, o que o texto significa é visto como estando contido no texto). Essa significação é (vista como) algo de objetivo e estável, uma entidade que existe de forma independente e, como tal, passível de ser apreendida diretamente pelo analista. Nesta aceção, o termo conteúdo refere-se ao significado semântico do texto, visto como sendo recuperável a partir das “significações manifestas” ou da “superfície dos textos” (Bardin, 1979, pp. 4; 153), quer dizer, do significado tal como codificado nas formas léxico-gramaticais ou palavras. Trata-se do conteúdo que responde às perguntas: sobre que fala este texto? Que significação contém?

Temos, assim, no conteúdo três dimensões: (a) o conteúdo que não é dito, mas que os textos ajudam a revelar e que constitui aquilo que queremos investigar e tem uma natureza não linguística; b) o conteúdo pretendido, que remete para um sentido estável e unívoco, conferido pelo emissor no ato de produzir textos; (c) o conteúdo “contido” nas unidades de registo, que correspondem aos segmentos de conteúdo a considerar como unidades de base, visando a categorização e a contagem frequencial (Bardin, 1979, p. 104).

Neste tríplice, (c) funciona como prova e simultaneamente como base para inferir (b) e constitui o material, ponto de partida e indicador a partir qual o conteúdo que importa (a) (de natureza sociológica, psicológica, política), relativo ou ao emissor ou ao recetor, ou seja, a informação de que precisamos para responder às perguntas de investigação, é inferida. Dada a regra da objetividade, as inferências feitas a partir de (c) têm como base indicadores de frequências, ou indicadores combinados (e.g. coocorrências, ausências), material a partir do qual “se pode regressar às causas, ou até descer aos efeitos” (Bardin, 1979, p. 22).

Este entendimento permite ao analista dissociar a inferência acerca dos “efeitos ou causas” dos textos do seu trabalho de descrição, como se aqueles fenómenos de interesse fossem premissas seguras e imutáveis que apenas coexistem com a informação retirada dos textos.

Quando o analista trabalha o conteúdo verbal, ou o que é dito no texto, no quadro deste entendimento, vê o texto como reproduzindo, retratando ou refletindo, com maior ou menor fidelidade um mundo ou fenómeno que se passa noutro cenário, noutro espaço (sociológico, psicológico, político) e a linguagem como o instrumento (mais ou menos adequado) de expressão desse real, mas que dele não faz parte nem

dele precisa para funcionar, uma vez que é vista como um sistema formal, autónomo, fechado e estático, de natureza essencialmente referencial.

Tais crenças possibilitam ao e à analista colocar-se numa posição de exterioridade face a realidades (texto + “condições de produção/receção”) supostas funcionarem por si mesmas e de forma independente das assunções que faz acerca delas e dos propósitos com que as maneja, condição necessária para assegurar a replicabilidade e estabilidade da análise em circunstâncias diferentes.

Este conjunto de assunções está na base da imagem da AC como uma técnica de análise de textos que se inscreve no “método científico” (Neuendorf & Kumar, 2015, p. 2). Enquanto tal, segue um conjunto de procedimentos técnicos que visam assegurar a validade e a fidelidade (ou confiabilidade) da estratégia escolhida para a análise, assim como atender a padrões de objetividade/intersubjetividade e de generalização.

Em suma, a AC é um procedimento hermenêutico (Kuckartz, 2019) estandardizado de interpretação de textos, destinado a desestabilizar a inteligibilidade imediata da superfície dos textos, mostrando em oposição características latentes e, logo, presentes de forma oculta. Mas, face a essa tradição, cuja herança é reconhecida também por outros proponentes da AC de pendor qualitativo (Mayring, 2014), reivindica um lugar particular – “o desejo de rigor” – pois, como refere Bardin, o interesse interpretativo é guiado “por processos técnicos de validação” (1979, pp. 14; 28).

14.1.2. Pressupostos, forças e limitações

A AC foi ganhando ao longo dos tempos uma maior flexibilidade como técnica de investigação, atestada pela diversidade das práticas atuais, que combinam quadros quantitativos com qualitativos e vice-versa (Franzosi, 2004), e pela inovação relativa a instrumentos de quantificação (Lewis, Zamith & Hermida, 2013), à análise qualitativa da informação (Mayring, 2014; Schreier, 2012), à combinação de dados obtidos através da AC com outros dados sobre o emissor ou o recetor (denominada *abordagem integrativa*, Neuendorf & Kumar, 2015, p. 3) para validar resultados, e à inclusão de material visual (Bell, 2001).

A AC integra um conjunto variado de técnicas, desde a mera contagem de palavras, à análise sintática básica, à referencial, proposicional, temática (que é das mais usadas – ver capítulo 10) (Krippendorf, 1980/2004, pp. 60-63) e à análise estrutural da narrativa (Franzosi, 2004), entre outras. Cada técnica que a AC integra tem as suas forças e fraquezas e campos de aplicação. Por exemplo, a análise referencial, com ênfase na relação entre atores, eventos, objetos e a sua representação, positiva, negativa, etc., e a análise temática têm uma aplicação mais geral do que a análise estrutural da narrativa, só aplicável a textos narrativos como, por exemplo, as notícias. Diferentes técnicas servem diferentes propósitos. A análise temática serve para mostrar o conteúdo básico de um texto; a referencial, estando mais centrada na forma do que no conteúdo, serve para mostrar como um ator, evento ou situação foi retratado num texto, enquanto que a análise da narrativa, que mostra quem fez o quê a quem e

porquê, poderá servir para revelar a rede de relações sociais em que os atores estão inseridos (Franzosi, 2004, p. 559).

Na AC aplicada aos média, o propósito mais comum tende a ser de natureza descritiva, de identificação de padrões, tendências e mudanças no conteúdo ou retratos, olhando para jornais, televisão, internet, publicidade ou notícias, sobre saúde, política, género, raça, etc. Sendo descritiva a natureza da AC, não é de admirar, portanto, que assim o seja. Mas, como se disse antes, tal não tem significado o descurar da procura de outro tipo de respostas, como as que giram em torno do *como* ou *do que vai com o quê* ou do que *não é dito* e até mesmo do *porquê* (Mayring, 2014). Certo é que nem os números, nem os textos, falam por si mesmos e a sua significação varia inevitavelmente. Não basta afirmar que se identificaram os temas que integram a cobertura jornalística de um determinado assunto ou que se descobriu como um determinado grupo é retratado ou que há jornais que são mais sensacionalistas do que outros. É necessário explicitar os contextos “que se trazem para a análise, de quem são as leituras que se fazem, que processos e normas levaram às conclusões e que visões do mundo estão em causa” (Krippendorff, 1980/2004, p. 29). A AC não pode ser usada como se refletisse de forma a-teórica ou a-problemática o mundo social ou ideológico fora do contexto particular do meio estudado. Por muito que se procure objetivar os contextos (relativos ao meio escolhido e ao mundo projetado pelos textos) em que se procura dar sentido aos textos, e se recorra a números para reforçar a impressão de objetividade, não se pode negar o interesse e a “participação concetual do analista na construção dos mesmos” (Krippendorff, 1980/2004, p. 28), inclusive nas análises de natureza indutiva. A explicitação desses contextos ajuda a compreender a lógica que o analista segue para estabelecer relações entre os textos e as inferências que faz. O rigor procurado na codificação e categorização do material textual, bem como toda a ênfase posta em fórmulas de fiabilidade entre codificadores e meios de amostragem, não devem ser confundidos com rigidez (Franzosi, 2008, xl) e sobretudo com falta de consciência acerca do papel do analista em todo o processo, incluindo no que está por detrás da contagem (a classificação dos dados). Importa reconhecer, portanto, a natureza provisória e condicionada – pelos quadros teóricos e metodológicos – das respostas encontradas.

A AC oferece várias técnicas, mas não é um *pass-partout*. O procedimento a seguir depende da pergunta de investigação formulada e da qualidade do material em causa. O lema “primeiro quantitativo e depois qualitativo” não dá conta da diversidade de combinações possíveis e realizadas nas práticas da AC atual. A força desta técnica reside na possibilidade que oferece de quantificar grandes quantidades de dados qualitativos e de identificar padrões nos dados, uma força que se tornou ainda maior na era da *big data*. Mas que sentido dar a esses padrões fora de uma problemática? Para investigadores da comunicação, o interesse não está nem nos números, nem nas palavras *per se*, mas no estudo da comunicação humana e da sua significância social, política e cultural.

14.1.3. Mapeamento de estudos de referência

Uma coletânea de textos que fornece uma visão compreensiva da evolução da AC e das suas aplicações, com textos históricos fundamentais para o desenvolvimento e consolidação da técnica, bem como um vasto e diversificado conjunto de aplicações de referência da AC em vários campos.

Franzosi, R. (Ed) (2008). *SAGE benchmarks in social research methods: Content analysis* (4 Vol.). Sage.

Krippendorff oferece nesta obra uma visão global e histórica da AC, dos seus princípios fundamentais e problemas. Obrigatório ler a discussão em torno dos critérios de qualidade.

Krippendorff, K. (1980/2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.

Dois manuais de referência, entre os quais o de Neuendorf, investigadora norte-americana das Ciências da Comunicação, que advoga a quantificação, e o de Bardin, da Psicologia Social, com uma proposta de análise qualitativa.

Bardin, L. (1979). *Análise de conteúdo*. Ed. 70.

Neuendorf, KA. (2002/2017). *The content analysis guidebook*. Sage.

14.1.4. Literatura adicional

Da escola alemã, pouco divulgada em Portugal, três propostas de conceitualização da análise qualitativa de conteúdo, iniciada por Kracauer (1952): por Kuckartz, cientista político, criador do software MAXQDA; de Mayring, psicólogo, um manual de referência publicado originalmente em 1983, defensor de uma versão híbrida, que propõe neste trabalho de 2014, entre outras coisas, uma forma de relacionar texto com contexto; e um manual de Margrit Schreier, útil para entender o processo de uma análise qualitativa.

Kuckartz, U. (2014). *Qualitative text analysis: A guide to methods, practice & using software*. Sage.

Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis. Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>

Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Sage.

Para uma discussão sobre os fundamentos e a evolução da análise qualitativa de conteúdo no contexto alemão e internacional, ver a introdução ao volume 20 desta revista.

Schreier, M.; Stamann, C.; Janssen, M.; Dahl, T. & Whittal, A. (2019). Qualitative content analysis: Conceptualizations and challenges in research practice -Introduction to the FQS special issue “Qualitative Content Analysis I”. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 20(3). <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/rt/prINTERfriendly/3393/4505>

14.2. Análise de *frames*/framing

14.2.1. Enquadramento teórico e epistemológico

O uso do conceito de *frame* no campo da comunicação foi iniciado por George Bateson (1955), que, partindo de uma análise de brincadeiras entre macacos simulando luta, defendeu que uma mensagem só pode ser entendida por referência a aspetos meta-comunicativos ou contextuais, ou seja, no âmbito de um determinado quadro (*frame*) de sentido. Erving Goffman é muitas vezes referido como o fundador do estudo de *frames*. Num livro com o título *Frame Analysis*, Goffman (1974) desenvolveu uma análise dos processos de *framing* na interação social, procurando compreender como as pessoas atribuem significado a diferentes experiências (comunicativas) em função de determinados traços culturais (por exemplo, se usam um *frame* religioso ou laico na ‘leitura’ de uma situação). Goffman começa por postular que, sempre que confrontados com uma determinada situação, os indivíduos procuram organizar mentalmente – ou dar sentido – ao que observam. “O que é que se está a passar aqui?” (p. 8), perguntam, de forma mais ou menos consciente, procedendo à aplicação de um *frame*, um modelo interpretativo para ‘definir’ a situação. Enquanto quadros interpretativos que condicionam o sentido dos encontros – e desencontros – que temos no dia a dia, os *frames* influenciam as relações sociais. Como refere Littlejohn (1977), numa revisão da obra de Goffman, os *frames* operam essencialmente no domínio do simbólico. Ao interpretar ativamente o que o outro diz ou faz, e ao ‘apresentarem-se’ de determinada forma perante o outro, os indivíduos procedem à ‘manipulação simbólica’ de determinados *frames* (por vezes, mesmo, com o objetivo de enganar ou iludir o outro). Seja a nível intrapessoal, seja a nível interpessoal, os *frames* estão, assim, ligados às práticas de comunicação.

Gitlin (1980) desenvolveu um dos primeiros estudos em que a noção de *frame* foi aplicada aos media. Numa investigação sobre um movimento estudantil de esquerda nos anos 60, procurou compreender quais as ‘definições dominantes’ na sua cobertura pela imprensa norte-americana e concluiu que a mesma criava uma dicotomia simbólica entre ‘moderados’ e ‘desviantes’ (onde encaixava o movimento de estudantes). Gitlin (1980, p. 6) conceptualiza os *frames* como “princípios de seleção, destaque e apresentação compostos por pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que acontece, e o que importa”, ou seja, entende-os essencialmente como estruturas (hegemónicas) de sentido.

‘Pacotes interpretativos’ é a designação que Gamson e Modigliani (1989) deram aos dispositivos que consideram existir nas mensagens (mediáticas) e que conduzem as

leituras das audiências. Símbolos, metáforas, imagens e outros elementos ligam-se à ‘ideia central organizadora’ que subjaz aos textos e criam efeitos de sentido sobre os temas e factos relatados. Por exemplo, a energia nuclear pode ser perspectivada numa ótica de progresso técnico e económico ou numa ótica de risco e segurança, entre outros *frames* possíveis.

O enquadramento (*framing*) envolve essencialmente seleção e saliência. Estes aspetos são centrais para a influente definição de Entman (1993): “Enquadrar (‘to *frame*’) é selecionar alguns aspetos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes no texto comunicativo de modo a promover uma definição particular de um problema, interpretação causal, avaliação moral e/ou um tratamento recomendado para a questão” (p. 52). Esta aceção associa ao *framing* importantes funções de sentido, na medida em que se refere à construção de uma definição, interpretação, avaliação e orientação quanto ao(s) facto(s) ou outro(s) dado(s) retratado(s).

Ao tirar uma fotografia, compomos sempre um *frame*, isto é, um foco, um ângulo, uma composição (o que é destacado e o que é secundarizado; o plano mais aberto ou mais fechado; o que fica na fotografia e o que fica de fora, etc). O *frame* é enquadramento e é também perspetivação (Carvalho, 1999). Do mesmo modo, ao comunicar através da linguagem verbal, fazemos escolhas sobre o que incluir, o que omitir, o que destacar, etc. Alguns autores consideram o processo de *framing* como discricionário, ou seja, seria algo que se pode fazer ou não – ou fazer em medidas diferentes – ao comunicar. Por exemplo, Reese (2001) considera que os analistas devem “perguntar quanto ‘*framing*’ é que existe” num determinado texto (p. 13). Outros autores, porém, veem-no como inevitável: “qualquer representação da realidade envolve *framing*” (Kitzinger, 2007, p. 144). É este também o nosso entendimento: comunicar implica sempre escolher determinados aspetos/questões e ângulos de leitura/visão, e compor um texto com palavras e/ou outros recursos semióticos (Carvalho, 1999), ou seja, implica sempre a atividade de *framing*. Em síntese, portanto, em qualquer forma de comunicação há sempre processos de *framing* envolvidos. Tal não significa, porém, conceber que existem, necessariamente, *frames*, enquanto estruturas identificáveis de sentido, nos textos.

A análise de *frames/framing* não se centra apenas em textos (mesmo se entendendo o termo de uma forma ampla e incluindo nele formas de comunicação com diversos recursos semióticos). Trata-se, segundo D’Angelo (2002) de um ‘programa de investigação’ com vários objetivos inter-relacionados: identificar unidades temáticas em textos (*frames*); conhecer os fatores que precedem a produção de *frames*; compreender como os *frames* dos textos interagem com padrões cognitivos pré-existentes e a sua influência na interpretação, avaliação e tomada de decisão; perceber como os *frames* impactam processos sociais, tais como a opinião pública e o debate de questões políticas (id., p. 873).

Os estudos de Gitlin e os de outros autores nos anos 70 e 80 procuravam relacionar os *frames* identificados nos textos noticiosos com o trabalho jornalístico, rotinas, pressões e valores dominantes. Por outras palavras, aspiravam a explicar o processo

de *frame-building*, ou seja, o processo de construção dos *frames* mediáticos, e, nomeadamente, os fatores que influenciam a forma como os jornalistas perspetivam uma determinada questão (entre os quais se incluem, por exemplo, normas e valores sociais, constrangimentos organizacionais, e pressão de grupos de interesse). Conhecer a origem (ou fonte) dos *frames* (*frame sources*) e os promotores (ou defensores) dos *frames* (*frame sponsors*) e avaliar o seu papel na comunicação (a sua credibilidade, por exemplo) tem sido outro objetivo importante nalguma investigação.

Segundo Entman (1993), os *frames* têm, pelo menos, quatro ‘localizações’ distintas: o comunicador, o texto, o recetor e a cultura. Tal coloca, desde logo, a questão da definição e teorização: o que define estas estruturas ubíquas? Como veremos, são várias as respostas que têm sido dadas pelos investigadores.

Ao invés de os verem como entidades separadas, muitos investigadores consideram que os diferentes tipos de *frames* referidos acima se inter-influenciam. Como funcionam a nível individual e socialmente? É outra questão importante e que tem ocupado os estudiosos dos *frames*. Muita da investigação realizada nos EUA (em particular) enquadra-se no estudo dos chamados *framing effects*, ou seja, procura identificar os impactos dos *frames* encontrados em discursos, especialmente discursos noticiosos ou discursos políticos (e.g. Rhee, 1997). Na linha da investigação anterior sobre *agenda-setting* procura-se avaliar até que ponto os *frames* disseminados pelos media são ‘transferidos’ para os utilizadores/consumidores dos media (Pan & Kosicki, 1993). Como referem Vliegenthart e van Zoonen (2011), muita da investigação sobre os efeitos do *framing* confunde-se, como tal, com a investigação sobre os efeitos dos media.

A partir do que foi dito acima, torna-se evidente que a investigação que tem utilizado os termos *frame/framing* caracteriza-se por uma grande diversidade a nível de bases epistemológicas e referenciais teóricos. Em 1993, Robert Entman referiu-se ao *framing* como um “paradigma fraturado”, lamentando a dispersão conceptual e advogando a integração de diferentes conceções e abordagens num quadro unificador. Por contraste com esta posição, pode-se argumentar que as diferentes tradições teóricas e epistemológicas existentes nesta área contribuem para enriquecer as análises de *frames/framing*, complementando-se entre si. Esta é, por exemplo, a perspetiva de Paul D’Angelo (2002), que defende que “não existe, nem deve existir um paradigma único de *framing*” e que a diversidade de teorias e paradigmas permitiu o desenvolvimento de uma visão abrangente dos processos de *framing* (p. 870).

Quais são esses diferentes paradigmas teóricos e epistemológicos em que assentam a análise de *frames/framing*? D’Angelo (2002) aponta três paradigmas sob os quais tem sido conduzida investigação sobre *frames/framing*: cognitivista, construtivista e crítico. O paradigma cognitivista focaliza-se nos *frames* individuais que moldam a forma como cada um interpreta nova informação. Considerando que o conhecimento e as conceções anteriores de cada pessoa são determinantes, vários autores defendem que, ao processarem novos dados, os indivíduos ativam informação anterior que permita dar sentido facilmente a essa nova informação. Os *schemata*, ou padrões

cognitivos, são estruturas semânticas nodais organizadas através de conexões mais ou menos fortes ao nível da memória (Cappella & Jamieson, 1997) e pelo meio das quais os *frames* textuais são ‘lidos’. Pan e Kosicki (1993, p. 59) designaram os *frames* como “janelas cognitivas” através das quais ‘vemos’ o mundo. Do mesmo modo, a psicologia cognitiva demonstrou que as pessoas reagem de forma diferente em função dos *frames* utilizados nos textos e noutras formas de comunicação (Kahneman & Tversky, 1984) – por exemplo, os indivíduos tendem a ser mais adeptos de um aumento do financiamento estatal quando os destinatários são descritos como “pessoas pobres” do que quando são “pessoas que recebem apoios sociais”.

As perspetivas construtivistas assentam na ideia que os *frames* textuais são importantes para o desenvolvimento de visões do mundo, mas, por contraste com as abordagens cognitivistas, focalizam-se na forma como os *frames* se desenvolvem nos processos de interação social e de socialização.

No quadro do paradigma crítico, vários investigadores têm mostrado como as notícias nos media são dominadas por *frames* promovidos pelas elites políticas e económicas. Nesta perspetiva, o discurso jornalístico prevalecente reproduz os valores dos mais poderosos e contribui para a manutenção do *status quo* e da hegemonia social. Por exemplo, na sua análise da cobertura noticiosa de dois incidentes aéreos, Entman (1991) demonstrou como os media norte-americanos se colaram à visão dos acontecimentos promovida pelas autoridades oficiais dos EUA, suportando os respetivos interesses políticos.

14.2.2. Pressupostos, forças e limitações

A vasta maioria da pesquisa realizada com recurso aos conceitos de *frame* e/ou *framing* no campo da comunicação versa sobre os media (D'Angelo & Kuypers, 2010). Mais especificamente, a representação jornalística de uma enorme variedade de questões e temáticas tem sido objeto deste tipo de análise. Para além dos textos noticiosos, a análise de *frames/framing* tem sido aplicada de forma muito relevante à comunicação dos movimentos sociais, o objeto de vários estudos clássicos na análise de *frames* (Benford & Snow, 2000; Gamson & Wolfsfeld, 1993). Muitas vezes, os movimentos sociais procuram re-perspetivar questões sociais no espaço público. Por exemplo, historicamente foram cruciais para reconfigurar simbolicamente determinadas relações sociais (associadas a discriminação ou opressão, por exemplo) como questões éticas ou de direitos humanos ou determinadas práticas económicas como inaceitáveis devido ao seu impacto ambiental, redefinindo o valor da natureza. Do mesmo modo, a comunicação de outros agentes e grupos de interesse envolvidos em atividades de promoção estratégica de determinadas ‘formas de ver’ uma questão (e.g. partidos políticos, empresas, sindicatos) pode ser estudada com recurso à análise de *frames/framing*.

Tal como outras abordagens, a análise de *frames/framing* tem pontos fortes e pontos fracos. Por um lado, o conceito de *frame* é muito flexível e pode ser utilizado para clarificar processos importantes na construção do sentido. Por exemplo, representar as

peessoas que atravessam o Mediterrâneo desde o norte de África em direção à Europa como ‘refugiados’, ‘migrantes’, ‘intrusos’ ou ‘invasores’ é bastante diferente. Estes *frames* estão associados a diferentes valores e posições, podendo influenciar percepções e processos de decisão política. Uma análise de *frames* bem realizada pode, portanto, ser muito útil para explicitar os diferentes modos como os textos podem construir o significado de questões sociais complexas.

No entanto, a análise de *frames* pode ser difícil e problemática, a vários níveis. Como identificar estruturas de sentido que estão implícitas nos textos? Dependendo da natureza dos mesmos, a tarefa varia em grau de dificuldade, mas é sempre exigente. Os procedimentos não são fixos, sendo feitas opções muito diversas por parte dos investigadores. Nalguns trabalhos, a análise de *frames* tem-se resumido à construção de categorias temáticas e à sua contagem, ou seja, equivale a uma análise de conteúdo. Noutros casos, a análise de *frames* envolve vários aspetos em comum com a análise de discurso. Kitzinger (2007), por exemplo, considera que os aspetos de um texto que podem ser analisados na análise de *frames* são os seguintes:

- imagens utilizadas
- tipo de linguagem utilizada
- rótulos e definições empregues
- explicações dadas
- responsabilidade atribuída
- soluções propostas
- estrutura narrativa
- contextualização e links
- associações históricas evocadas
- comparações e metáforas
- apelos emocionais
- quem é convidado a comentar
- como é que os diferentes ‘oradores’ são apresentados
- como é que diferentes pessoas, grupos, movimentos sociais e entidades são descritos (p. 141-2).

Desde estudos clássicos, como o de Gitlin (1980), a muitos outros mais recentes, a questão dos ‘*framing devices*’ ou mecanismos de *framing*, tem sido objeto de propostas e conceções diversas.

O entendimento dos *frames* apresenta também variação no que diz respeito ao seu grau de generalidade (Dombos et al., 2012). Alguns autores propõem a este respeito diferenciar ‘*issue frames*’, ou seja, *frames* relativos apenas a um determinado assunto ou questão, e *frames* genéricos, que são transversais a vários tipos de questões, como o *frame* do ‘conflito’, da ‘ética e moralidade’, etc. Uma forma alternativa de ‘olhar’ para estas diferenças foi proposta por Iyengar (1994), com a referência a ‘*framing* temático’ e ‘*framing* episódico’ – no último caso centrado no acontecimento específico a que se refere e nos seus protagonistas; no primeiro, centrado na problemática, ou seja, com maior grau de abstração relativamente a acontecimentos específicos. Há ainda a referir *metaframes*, que se situam a um nível de análise superior ao de outros *frames*.

Outro aspecto a ter em conta é o grau de intencionalidade associado aos *frames*, que pode variar claramente. O *framing* na comunicação organizacional, por exemplo, tem tipicamente objetivos estratégicos e é trabalhado criteriosamente nesse sentido. Como foi proposto por Snow e Benford (1988), mesmo nas organizações não-governamentais, as 'estruturas interpretativas' que os *frames* oferecem podem ter diferentes funções estratégicas, a saber:

- *frames* de diagnóstico (identificação de um problema e das suas causas, explicações para uma questão);
- *frames* de prognóstico (propostas de ação, soluções para os problemas);
- *frames* motivacionais (mensagens que possam motivar ação).

O nível de rigor e de sofisticação, bem como a qualidade dos contributos oferecidos pelas análises de *frames* para o avanço do conhecimento, são bastante variáveis. Muitas vezes, os investigadores limitam-se a 'aplicar' dedutivamente determinados '*frames* genéricos' à cobertura mediática de um determinado tema sem atenção às especificidades dos contextos ou reflexão sobre questões de poder, tensões entre vozes e/ou *frames*, lutas simbólicas, etc.

É importante que tanto a análise textual como a leitura do seu significado sócio-cultural seja feita de forma cuidada e refletida. Ao invés de uma 'receita', a análise de *frames/framing* potencia caminhos diversos que serão tanto mais produtivos quanto maior for a competência, a dedicação e perspicácia do investigador. Os processos de *framing* não são, na maior parte dos casos, evidentes ao primeiro olhar pelo que, nos últimos anos, vários autores têm recomendado uma recuperação das dimensões sociológicas de análises de *frames/framing* clássicas (Gamson, 1992; Gitlin, 1980; Goffman, 1974). Complementar a análise de textos com entrevistas com jornalistas, entrevistas com fontes, análise de documentos relevantes e grupos focais com públicos dos media, entre outras estratégias de investigação possíveis, pode ser muito enriquecedor para a compreensão de uma determinada questão. Essencialmente, neste, como nos outros métodos (ou técnicas) de análise discutidos neste capítulo, há que clarificar muito bem os objetivos do estudo e as questões que se pretende trabalhar para se desenhar uma estratégia metodológica adequada e produtiva.

As análises de *frames/framing* podem constituir uma boa forma de agregar abordagens quantitativas e qualitativas. Por um lado, muitas variantes dessas análises vão ao encontro do objetivo de redução de dados a medidas numéricas, típica de perspectivas positivistas. Como refere Reese (2001, p. 8), a (aparente) precisão da medida (quantitativa) torna esta abordagem apetecível para muitos investigadores. Porém, há que notar que o *frame* mais importante pode não ser o mais frequente, ou seja, os números podem não dizer tudo ou ser até enganadores. Por outro lado, tem havido uma 'viragem qualitativa' em muita investigação sobre *frames/framing* que resiste ao "impulso reducionista de converter texto e discurso em contentores [de sentido] e contar o seu tamanho ou frequência" (Reese, 2001, p. 8). A mera contagem da presença de determinados temas ou tópicos não capta muitos aspetos do sentido do que é dito, pois tal depende de *como* é dito, do *não-dito*, etc. Assim, muitos investigadores procuram desenvolver análises de *frames/framing* que permitam apreender o sentido

de forma mais fina, atendendo a diferentes aspetos dos textos, como os que Kitzinger (2007) sugere e se citou acima. Nessa linha, tem ocorrido algum desenvolvimento de abordagens mais interpretativas, que estão atentas ao contexto, ao implícito, ao jogo de sentidos, e a relações e fatores que, muitas vezes, não são visíveis.

Alguns autores têm mesmo procurado adicionar uma dimensão *crítica* à análise de *frames*. A proposta de Verloo e Lombardo (2007) para uma *critical frame analysis* de textos políticos, parte da análise de *frames* desenvolvida no quadro do estudo dos movimentos sociais e inspirada por Snow e Benford (1988) e inclui aspetos como diagnóstico e prognóstico; voz; mecanismos de representação, etc. (p. 35). Tem também em conta o contexto específico dos textos analisados, algo fundamental para a compreensão dos mesmos. A inclusão da análise de quem tem voz e quem não tem nos textos políticos permite refletir sobre questões de poder.

14.2.3. Mapeamento de estudos de referência

Estudos fundacionais para a análise de *frames* (como acima referido), em diferentes áreas e com perspectivas diversas.

Bateson, G. (1955). A theory of play and fantasy. *Psychiatric Research Reports*, 2, 39-51.

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

Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making & unmaking of the new left*. University of California Press.

Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An essay on the organization of experience*. Harper.

Como o título indica, este artigo procura recolocar questões sociológicas essenciais na análise de *frames*.

Vliegenthart, R. & Van Zoonen, L. (2011). Power to the frame: Bringing sociology back to frame analysis. *European Journal of Communication*, 26(2), 101-115. <https://doi.org/10.1111/0267323111404838>

14.2.4. Literatura adicional

Uma obra útil para a realização de análises de *frames* no jornalismo, com contributos úteis tanto a nível teórico como metodológico.

D'Angelo, P., & Kuypers, J. A. (2009). *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*. Routledge.

Obra de referência, interdisciplinar, com uma multiplicidade de abordagens à análise de *frames*.

Reese, S. D., Gandy, Jr., O. H., & Grant, A. E. (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Routledge.

14.3. Análise narrativa

14.3.1. Enquadramento teórico e epistemológico

Em termos muito simples, “narrativa” pode ser definida como a “forma como uma história é contada em textos de ficção e não-ficção” (Rayner, Wall & Kruger, 2001, p. 44). Embora objeto de um particular interesse nas últimas décadas, a noção de narrativa tem origens longínquas no tempo. Recentemente, o termo vem sendo usado de forma mais alargada e, por vezes, até pouco precisa. Robert e Shenhav (2014) falam mesmo de uma “flexibilidade indisciplinada” (tradução nossa) deste conceito, que gera algumas dificuldades de compreensão do(s) uso(s) do mesmo nos diferentes campos em que ocorre.

Importa começar por distinguir *pesquisa narrativa* de *análise narrativa* (de textos). A primeira é um modo de fazer investigação social; a segunda (mais delimitada) é uma forma de análise de textos (narrativos). Como referem Clandinin e Rosiek (2007, pp. 42-43), a pesquisa narrativa focaliza-se nas experiências individuais, que são ‘recuperadas’ ou reportadas através de relatos (de narrativas), mas tem também em conta narrativas sociais, culturais e institucionais em que as experiências individuais se enquadram, são vividas e expressas. O conceito de narrativa é aqui mais lato e difuso do que na segunda aceção do termo, que se focaliza em textos concretos, com determinadas características, como veremos abaixo. No dizer de Robert e Shenhav (2014), estamos no primeiro caso perante narrativa como abordagem (de pesquisa) e no segundo perante narrativa como objeto (de análise) (ver capítulo 11).

A abordagem narrativa pode implicar posições sobre paradigmas de investigação (a preferência por investigação qualitativa, de profundidade, de cariz interpretativo, etc.) e mesmo orientações normativas (por exemplo, a desejabilidade de todos terem direito à narrativa e a contar as suas histórias sobre as realidades sociais, o que este tipo de investigação potenciaria). A análise narrativa vê a narrativa como algo que está presente ou inscrito em determinados textos e que pode ser estudado/analísado, centrando-se nos procedimentos para o fazer. Apesar desta diferenciação, será também de dizer que as duas aceções cruzam-se muitas vezes na investigação.

Uma outra destrição importante é entre narrativa e história. Muito brevemente, narrativa integra história e discurso sobre a história. Por outras palavras, a narrativa é uma forma de narrar uma história (como é evidente, a mesma história pode ser contada de modos – e com recursos semióticos – muito diferentes).

As histórias têm um papel importante para os seres humanos, quer ao nível da ontogénese quer da filogénese. Desde crianças que os indivíduos convivem com e habituam-se a ‘ler’ o mundo à luz de histórias. O bem e o mal confrontam-se nas histórias infantis e o habitual triunfo do ‘bem’ sobre o ‘mal’ contribui para a formação de valores. Na história da evolução humana, as histórias tiveram sempre uma grande importância por colocarem ordem onde se observa desordem, como em tempestades,

terramotos e outros fenómenos naturais. Os mitos dos ‘homens das cavernas’ são histórias com funções de explicação, compreensão e tipificação do mundo.

As narrativas são muitas vezes sobre histórias ficcionais. Mas outras narrativas podem dar conta de histórias reais, como no caso das biografias, dos documentários ou do jornalismo. Para o jornalismo, a narrativa é fundamental para estruturar a comunicação sobre questões complexas e/ou multifacetadas. O real apresenta-se muitas vezes de forma incoerente ou ambígua. As narrativas jornalísticas reduzem essa complexidade através de processos de seleção e reconstrução discursiva. Os textos jornalísticos têm também importantes dimensões retóricas ou, por outras palavras, buscam persuadir (nomeadamente, de que o que contam é verídico). Como afirmam Rayner et al. (2001), as narrativas podem ser utilizadas para influenciar as respostas de uma audiência a um evento. O modo como a informação é apresentada – ou narrada – pode levar as pessoas a adotar perspetivas determinadas e a posicionar-se favorável ou desfavoravelmente em relação às diferentes partes envolvidas.

Estabelecida que está a importância sócio-cultural das narrativas, importa mapear o seu estudo e análise académica. São várias as escolas de pensamento ou correntes teóricas a relevar. A narrativa foi pela primeira vez definida como ferramenta de investigação (social) por Labov e Waletzky (1967). No entender destes autores, a estrutura essencial das narrativas deveria ser procurada na sua fórmula mais simples: relatos pessoais orais de experiências passadas.

Neste modelo, conhecido como a macroestrutura laboviana, organizaram as narrativas em seis elementos: resumo; orientação; ação (complicação); avaliação; resolução; e “coda”.

Uma das tradições teóricas mais importantes na análise de narrativas é o chamado estruturalismo russo. Vladimir Propp (1927), um dos nomes maiores, analisou histórias populares tradicionais da Rússia e formulou uma tipificação de personagens e de acontecimentos a elas associados (que considerou irem até a um total de 31). Entre as principais personagens encontram-se as seguintes: herói, vilão, dador (oferece prenda com propriedades mágicas), assistente (ajuda o herói), e princesa (a recompensa do herói).

Em 1958, Claude Lévi-Strauss deu um importante contributo para o desenvolvimento da chamada ‘gramática da narrativa’ com a sua análise do funcionamento do mito na obra *Antropologia Estrutural*. Tal gramática foi também trabalhada, sobretudo ao nível da frase, na influente obra de A.J. Greimas (1966), que propôs a noção de actante, sujeito(s) que desempenha(m) diferentes funções narrativas.

Também estruturalista, Tzvetan Todorov (1969) reduziu as histórias a três momentos essenciais: equilíbrio-desequilíbrio-novo equilíbrio. Um quadro inicial de bem-estar é perturbado por uma força ou personagem maléfica, sendo combatida e vencida pelo herói e permitindo o regresso à situação de felicidade.

Roland Barthes é outra referência intelectual a destacar na análise narrativa, situando-se entre o estruturalismo e o pós-estruturalismo. Inspirando-se em Greimas, Todorov e outros autores, Barthes defendeu a ideia de que as narrativas partilham características estruturais (1975), mas considera que são ‘tecidas’ de forma diferente em cada uma. Na sua análise da semiótica literária, identificou cinco códigos semióticos presentes em todas as narrativas: hermenêutico (tudo o que diz respeito ao enigma associado com a evolução de qualquer narrativa), proairético (relacionado com a linha de ação da estória); semântico, simbólico e cultural (ou referencial). Para Barthes (1974), o texto é mais uma “galáxia de significados” possíveis do que a uma “estrutura de significantes”, o que implica que o modo como o leitor/investigador lê o texto e os elementos aí presentes pode variar profundamente. Esta visão do funcionamento do sentido nos textos corresponde a uma perspectiva pós-estruturalista.

Vários dos autores referidos acima, como Propp, Todorov e Barthes, inscrevem-se na “narratologia”, um tipo de análise especialmente associado aos estudos literários que procura identificar os mecanismos de funcionamento da narrativa. Mais recentemente, a Análise de Discurso tem também vindo a interessar-se pela narrativa. Afastando-se da conceção da narrativa como um género bem definido com uma estrutura identificável, os estudos de discurso e a sociolinguística têm vindo a explorar as múltiplas expressões da narrativa em diferentes arenas sociais (Fina & Georgakopoulou, 2008). Estas abordagens, menos ortodoxas em termos analíticos, assumem que as narrativas são sempre situadas e que o contexto (ou até diferentes tipos de contextos) é crucial para a sua análise e compreensão. Souto-Manning (2014) propõe trazer as dimensões críticas discutidas na secção relativa à análise crítica de discurso para o estudo de narrativas conversacionais e de como essas ‘*everyday narratives*’ são adotadas em discursos institucionais. Esta proposta de uma ‘análise narrativa crítica’ faz a ponte entre níveis micro (posicionamentos interacionais) e macro (diferenças estruturais de poder) no estudo de textos.

Como sugerido acima neste capítulo, a análise de textos (narrativas e outros) depende muito das conceções do investigador relativamente à forma como se adquire conhecimento (ou como se desenvolvem imagens mentais da realidade). Está aqui em causa a perspectiva epistemológica ou a visão sobre ‘como sabemos o que sabemos’. Também o estudo das narrativas tem estado associado a diferentes paradigmas epistemológicos e, portanto, a diversos modos de ver a relação entre realidade, pensamento (ou conhecimento) e narrativa. Ao mesmo tempo, prende-se com diferentes ontologias.

Por um lado, pode-se considerar que a narrativa é um mero modo de representação do mundo, ou seja, um meio através do qual se expressa a realidade. Quando a narrativa é vista como um dispositivo de representação de algo diferente de si, ela é concebida como ontologicamente distinta do real. Epistemologicamente, funciona como um veículo para se aceder mentalmente a esse ‘mundo lá fora’. Estamos perante o realismo (descritivo) - o texto retrata (desejavelmente com rigor) o real - e o objetivismo - é possível conhecer de forma objetiva (racional, precisa) o mundo, independentemente dos sujeitos desse conhecimento.

Podemos ainda referir o cognitivismo, uma perspetiva epistemológica que concebe a narrativa como expressão linguística de estados cognitivos, ou seja, as histórias constituíram um veículo para a exteriorização do pensamento. Nesta aceção, embora importantes, as histórias são servas de estados interiores (Esin et al., 2013).

A maior parte das formas de análise narrativa realizadas em ciências sociais assenta num paradigma construtivista. Aqui, releva a ideia de que os sentidos ou significados não estão inscritos na realidade, mas resultam de operações simbólicas dos intervenientes nos processos de comunicação, tais como seleção, hierarquização e recontextualização. Assim, a linguagem (mesmo numa narrativa jornalística) não espelha a realidade, mas constrói os seus significados. O construtivismo reconhece, portanto, o carácter constitutivo da linguagem (empregue pelos vários participantes na realidade social, incluindo os investigadores) relativamente à forma como as realidades sociais adquirem sentido. Disto decorre a valorização da diversidade de sentidos a propósito de um qualquer objeto de análise, do seu carácter dinâmico, bem como da importância do contexto e de diferentes formas de poder para a construção do sentido (Esin et al., 2013). As relações interpessoais, sociais e culturais são aqui consideradas aspetos fundamentais do processo de significação e as funções sociais das narrativas um aspeto de grande interesse para o investigador. Embora muitas análises realizadas dentro de uma abordagem construtivista não explorem a questão da relação entre história e pensamento do autor da história ('narrador'), ou seja, até que ponto o sentido expresso na história estava já pré-fixado no pensamento, é possível inferir que, em muitos casos, se reconhece que a narrativa é crucial para a formulação de significados para todos os participantes de uma dada situação de interação social.

Para o construtivismo, não é apenas a história que é escrita ou contada, o objeto relevante da análise mas também o modo como é escrita ou contada, pois tal é decisivo para o modo como adquire sentido para todos os intervenientes, incluindo o investigador e os públicos da investigação (Esin et al., 2013). Em linha com os desenvolvimentos no âmbito dos estudos de discurso e da sociolinguística acima mencionados, as histórias seriam assim co-construídas em vários contextos: interacional, histórico, institucional e discursivo (Esin et al., 2013; Riessman, 2008).

Em suma, vimos nesta secção que o estudo das narrativas se tem desenvolvido em diferentes quadros teóricos, perspetivas e paradigmas epistemológicos. São vários os modos como se concebe que as narrativas ligam realidade e pensamento e são diversos também os olhares analíticos sobre os textos narrativos. Tal pluralidade pode ser vista positivamente: "Em última instância, uma narrativa é uma forma de organizar o mundo, e desvendar o significado dessa organização exige um conjunto heterogéneo de ferramentas conceptuais associadas a uma variedade de tradições filosóficas e teóricas" (Buozis & Creech, 2018, p. 1431).

14.3.2. Pressupostos, forças e limitações

O campo de aplicação do conceito de narrativa é muito amplo. Brockmeir & Harré (2003, p. 526) referem-se a "um largo espectro de investigações, que incluem estudos

sobre as formas pelas quais organizamos as nossas memórias, intenções, histórias de vida e os ideais de nosso *self*, ou as nossas “identidades pessoais”, em padrões narrativos”. As narrativas pessoais, seja em forma oral ou escrita, e elicitadas por entrevista ou lidas a partir de diários, publicações em blogs, filmes, etc. são exemplo disso. Uma das virtudes das histórias e da análise narrativa é que podem constituir uma porta de entrada nos modos individuais de experiência de uma determinada realidade, como a violência ou a discriminação. O acesso a perspectivas subjetivas de determinadas questões ou problemas permite um conhecimento profundo e diferenciado das realidades sociais, sendo este modo de investigação sensível a questões não previsíveis numa abordagem *top-down* (dedutiva/partindo da teoria). Como tal, a pesquisa narrativa é facilitadora da compreensão das realidades sociais tal como são vividas por pessoas concretas em contextos (que são sempre) particulares.

O reconhecimento do que é postulado acima tem levado a uma expansão das abordagens narrativas muito para além do que os autores e os trabalhos fundacionais propunham. Por exemplo, o modelo laboviano, apesar de ter sido muito influente, é hoje considerado limitativo por muitos investigadores por descartar informação que não seja obtida através de entrevistas e não a classificar como narrativa. Daí decorre a ideia de que não podem ser analisadas (Nunes et al., 2017).

Exemplos como conversas informais entre colegas, fofocas, ou conversas entre familiares à mesa de jantar ficam de fora desse modelo clássico, não deixando de ser uma forma importantíssima para a obtenção de dados para a Análise da Narrativa. Novos estudos na área mostram que relatos de ações habituais, histórias hipotéticas, além de outros tipos de histórias cotidianas têm sido cada vez mais incluídos no escopo dos estudos da área. (Nunes et al., 2017, p. 9)

Esta citação evoca, de novo, a diferença entre *pesquisa narrativa* e *análise narrativa* (de textos). Para a primeira, os discursos individuais sobre a experiência e a vivência do mundo, bem como aspetos interacionais associados a esses discursos, são cruciais, mesmo que esses ‘dados’ incluam textos sem características narrativas ou até dados que não são texto. Por outro lado, para outros investigadores, a análise narrativa implica a identificação e análise de alguns elementos considerados fundamentais, nomeadamente a ação, a conclusão (ou resultado), as personagens e o quadro/contexto da ação. Muitos têm apontado a importância da sequência nas narrativas e proposto que a narrativa pode ser vista como a apresentação sequenciada de informação sobre acontecimentos ocorridos num determinado espaço e tempo (Rayner et al., 2001, p. 46). Esta é uma questão essencial que permite distinguir textos narrativos e textos não-narrativos, como relatórios técnicos, documentos estatísticos, livros de receitas, etc.

Nos estudos dos media, a análise narrativa tem assumido uma grande expressão, tendo sido empregue no campo dos media, tanto em textos noticiosos como noutros. Enquanto texto narrativo, as notícias dão estrutura e forma a uma realidade complexa e, em muitos aspetos, caótica. As peças jornalísticas são muitas vezes chamadas de ‘histórias’ pelos próprios profissionais do campo, reconhecendo o papel crucial

da atividade de escrita e narração de acontecimentos ou desenvolvimentos. Quem? [Fez] o quê? Como? Onde? Quando? – são estas as perguntas ‘clássicas’ do jornalismo, que é profundamente marcado pelos vetores correspondentes: atores, ação, modo de ação, espaço e tempo.

Muitos estudiosos do campo da comunicação e dos media têm dedicado atenção às notícias enquanto discurso narrativo. Vários têm procurado perceber as suas funções no reforço de mitos culturais (Bird & Dardenne, 1988) e na reprodução de valores e ideologias dominantes. Por exemplo, na sua análise de textos jornalísticos sobre os conflitos nos Balcãs nos anos 90, Vincent (2000) mostra como os media americanos construíram as personagens/atores sociais envolvidos de modo a criar (simbolicamente) um inimigo e a legitimar a intervenção militar dos EUA/NATO.

Como vimos acima, as análises estruturalistas convencionais visam a identificação de elementos ou componentes na narrativa e o estudo de como se relacionam entre si. Enquanto que em determinados domínios toda a análise se centra no texto, ignorando ou suspendendo os contextos socioculturais em que emergiram e em que circulam, os estudos realizados nas Ciências da Comunicação focam-se, na maior parte dos casos, sobre textos não ficcionais (de vários géneros) em que os contextos históricos e socioculturais onde emergiram e circulam importam. Consideramos então que a análise narrativa deve aqui atender a um discurso que é situado, ou seja, que se refere a um contexto específico, que se relaciona com o domínio da vivência (ou da experiência vivida), que envolve uma sequência de eventos e que assenta num ‘argumento’.

A análise de um texto sob esta ótica da narrativa toma esse texto como um todo indivisível. Aspetos como sequencialidade e ordenação temporal são essenciais, sendo o sentido dependente da integralidade dessa sequência/evolução. Como tal, na análise narrativa não é adequada a segmentação e/ou reorganização dos textos para fins de comparação, contagem ou outra operação que descontextualize e homogeneíze elementos das histórias.

A análise narrativa, sendo pouco compatível com a quantificação, implica dificuldades de tratamento de modo extensivo, ou seja, não potencia facilmente a análise de um grande número de textos. Em compensação, a análise narrativa associada a uma perspetiva construtivista e interpretativa pode ser muito profícua na compreensão integrada de textos e de determinadas realidades sociais específicas.

14.3.3. Mapeamento de estudos de referência

Os estudos fundadores da análise narrativa são referências fundamentais para compreender como a narrativa e a sua análise foram primeiramente conceptualizadas.

Barthes, R. (1974). *S/Z*. Trad. Richard Miller. Noonday Press.

Barthes, R. (1975). An introduction to the structural analysis of narrative. *New Literary History* 6(2), 237-272.

Greimas, A. J. (1966). *Sémantique structurale: Recherche de méthode*. Larousse.

Labov, W., & Waletzky, J. (1967). Narrative analysis. In J. Helm (Ed.), *Essays on the verbal and visual arts* (pp. 12-44). University of Washington Press.

Lévi-Strauss, C. (1972). *Anthropologies structurale deux*. Plon.

Propp, V. (1927). *Morphology of the folktale*. Trad. Laurence Scott. 2nd ed. University of Texas Press.

Todorov, T. (1969). Structural analysis of narrative. *NOVEL: A Forum on Fiction*, 3(1), 70-76.

Coletâneas que sintetizam evoluções importantes no campo e exemplos de aplicação.

Czarniawska, B. (2004). *Narratives in social science research*. Sage.

Elliot, J. (2005). *Using narrative in social research. Qualitative and quantitative approaches*. Sage.

Herman, D., Jahn, M., & Ryan, M.-L. (2007). *The Routledge encyclopedia of narrative theory*. Routledge.

Holstein, J. A., & Gubrium, J. F. (2012). *Variety of narrative analysis*. Sage.

Reissman, C. (1993) *Narrative analysis*. Sage.

14.3.4. Literatura adicional

Um texto muito útil para refletir sobre a relação entre mito e narrativa no jornalismo.

Bird, S. E., & Dardenne, R. W. (1988). Myth, chronicle, and story: Exploring the narrative qualities of news. In J. W. Carey (Ed.), *Media, myth, and narratives: Television and the press* (pp. 67-86). Sage.

Uma discussão sensível dos contributos da narrativa para a análise de entrevistas.

Chase, S. E. (1995). Taking narrative seriously. Consequences for method and theory in interview studies. In R. Josselson & A. Lieblich (Eds.), *Interpreting experience: The narrative study of lives* (pp. 1-25). Sage.

Os seguintes trabalhos propõem avanços inovadores na análise narrativa.

Fina, A., & Georgakopoulou, A. (2008). Analysing narratives as practices. *Qualitative Research*, 8(3), 379-387. <https://doi.org/10.1177/1468794106093634>

Souto-Manning, M. (2014). Critical narrative analysis: The interplay of critical discourse and narrative analyses. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 27(2), 159-180. <https://doi.org/10.1080/09518398.2012.737046>

14.4. Análise crítica de discurso

14.4.1. Enquadramento teórico e epistemológico

Distinguimos dentro deste tipo de análise do discurso, que procura identificar padrões ou regularidades de consistência e variedade na linguagem usada em contexto, a análise crítica de discurso (ACD), sobretudo a aplicada a material escrito, pela importância que tem adquirido nas Ciências da Comunicação, em particular nos Estudos da Mídia, do Jornalismo e nos Estudos Culturais (Bell & Garrett, 1998; Guillem & Toulal, 2018; Tracy, 2011). Tem em comum com outras formas de analisar o discurso, a ideia de que os significados não estão congelados na superfície dos enunciados ou textos, mas resultam antes dos usos linguísticos em contextos particulares, devendo, portanto, ser vistos como construções incertas e contestáveis dos participantes na interação, ou como produto de comunidades mais vastas. Associada a este entendimento está uma visão particular da linguagem, de natureza funcionalista e social. A linguagem não é entendida como um sistema abstrato, neutro e universal para todos os seus utilizadores, ou como um veículo que transporta significados essencialmente referenciais, funcionando como um espelho de um mundo “lá fora” ou de um mundo subjetivo, mas antes como um meio que não é transparente, porque guia e constrange o modo como pensamos e agimos, organiza a nossa vida social e expressa, ao mesmo tempo que constitui, a diferenciação social.

Historicamente enraizada na tradição da Linguística Crítica, a ACD difere de outros tipos de análise do discurso porque inclui não apenas uma descrição e interpretação da linguagem usada para realizar ações e participar na interação social, mas também oferece uma explicação sobre o *porquê* e o *como* desse funcionamento no seio de situações sociais e culturais particulares, estando particularmente interessada em explorar como é que certos padrões e rotinas dos usos e das práticas linguísticas imbricam em estruturas de poder e dominação. É neste enfoque particular, o de evidenciar os efeitos de poder/ideológicos latentes das práticas linguísticas e sociais, que reside uma das dimensões da natureza crítica da ACD. Trata-se de um interesse comum a outros campos do saber, incluindo ao das Ciências da Comunicação (e.g. Estudos Culturais), e que podemos fazer radicar nas tradições filosóficas de Gramsci e da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt, entre outras.

Outra das dimensões incluídas na dimensão crítica da ACD concerne a definição do objeto de estudo e respetivas implicações epistemológicas. Dando preferência, originalmente, ao discurso institucional ou público, a ACD problematiza, com base em recursos oferecidos pelas Ciências Sociais, situações e práticas políticas e sociais nas sociedades contemporâneas (Wodak, 2004), por porem em causa valores considerados fundamentais (e.g. igualdade e justiça social), com o fim de destacar

o papel do discurso nesses processos (Van Dijk, 1991) e o propósito de promover mudanças na ordem de discurso que governa um dado domínio de ação (Fairclough, 1992; Fairclough, Graham, Lemke, Wodak, 2004). Neste sentido, “crítica” significa trabalhar com um objeto construído de uma forma inter/transdisciplinar e não significa apenas criticar outros; significa também agir e intervir na situação, quer através da própria análise, quer por outras vias (e.g. trabalhando com instituições/associações/movimentos).

Neste quadro, o julgamento sobre a validade científica inclui critérios de relevância prática (van Dijk, 1990, p. 10). Ao contrário de outros tipos de análise de discurso (e.g. análise conversacional), quem faz ACD não se vê a si própria como estando fora da análise, mas considera que está dentro dela, reconhecendo, portanto, a reflexividade do processo de investigação e a natureza política da mesma. O exercício crítico não se atém somente aos processos sociais, mas estende-se às escolhas realizadas no processo de investigação, que são tornadas explícitas. Integra também uma dimensão de autocritica acerca das posições, motivações e ações envolvidas (Chouliaraki & Fairclough, 1999) e a consciência de que as interpretações oferecidas são necessariamente parciais, situadas e abertas à mudança (Fairclough, 2003, p. 15).

Na sua origem, a ACD integra esta dupla promessa, a de fazer uma análise interpretativa dos usos da linguagem na fala e na escrita com fins explicativos, visando expor a relação, frequentemente implícita, e muitas vezes contraditória, entre esses usos, o poder e a ideologia, e a de desenvolver um trabalho de empoderamento e de mobilização orientado para a eliminação da desigualdade social. A prossecução deste desiderato é orientada por um conceito de discurso de natureza dual: a ideia de discurso como sendo em si mesmo (parte de uma) prática social, como uma forma de ação, algo que os participantes fazem *a, para, e com* outros, e que se imbrica e interage com outras práticas sociais; e a de discurso como uma forma de representar práticas sociais, de produzir um conhecimento ou saber contextualizado, como aquilo que é dito sobre acontecimentos, práticas, atores e relações sociais e sujeitos ou, por outras palavras, como a linguagem usada ao representar uma prática de um ponto de vista particular (Fairclough, 1995, p. 56).

A ACD surge com o intuito de explorar esta natureza dual do discurso (van Leeuwen, 1993, p. 193): enquanto “instrumento de poder e controle”, onde adquirem particular importância a noção e a análise de géneros discursivos (ou de estilos, formatos, dependendo da perspectiva analítica) – e com ela uma atenção particular às normas, convenções e regras que regulam o uso da linguagem associado a um tipo particular de atividade social (Fairclough, 1995, p. 14) – bem como à questão do acesso preferencial e controlo dos mesmos (Van Dijk, 1993); e discurso enquanto “instrumento de construção social da realidade”, particularmente relevante na crítica ideológica, centrada nos efeitos do discurso nas estruturas de poder (van Dijk, 2006).

Consistente com a sua base linguística, a ACD investiga a natureza dual do discurso examinando de forma sistemática os detalhes da linguagem usada em textos verbais ou orais, com o fim de evidenciar padrões discursivos que formam uma constelação

de significados repetidos, ou de conhecimento e estruturas, reveladores, por exemplo, de desigualdades entre os participantes ou de omissões/secundarizações sistemáticas nas representações. Apesar de considerar que a chave das respostas a dar reside na materialidade linguística do discurso, a ACD defende, porém, desde a sua origem, que a interconexão entre a esfera social e cultural, onde as relações de poder são estabelecidas, por um lado, e a esfera linguística-textual, onde o discurso se materializa, por outro, não é direta, mas é de algum modo mediada. Entende-se que os níveis de significação que se constroem com as formas linguísticas são múltiplos e funcionam de diversas formas em situações comunicativas reais. Por ser assim, a relação entre poder ou ideologia e o discurso tem frequentemente uma natureza subtil, indireta, complexa, confusa e contraditória.

É princípio comum à ACD a ideia de que a linguagem usada simultaneamente reflete e constitui todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, moldam, restringem ou possibilitam esse uso. Sendo a análise do texto em contexto (van Dijk, 1977) um postulado indispensável à análise de discurso, no quadro da ACD, esse postulado originou o desenvolvimento de diferentes teorias e quadros analíticos. Van Dijk, o autor com uma teoria mais elaborada sobre o assunto, de viés sociocognitivo (2008), considera que a mediação é feita por constructos intersubjetivos criados e recriados no discurso, na interação entre os participantes, enquanto membros de grupos e comunidades. São esses constructos, a que chama de modelos do contexto, que influenciam a forma como o texto é produzido, formulado e interpretado. Já Fairclough et al. propõem modos de operacionalizar essa interface em termos metodológicos. Wodak, associada à “abordagem histórica do discurso” (Reisigl & Wodak, 2008), usando o princípio da triangulação, avançado por Cicourel (1969), apresenta um conceito de contexto a quatro níveis, que implica não só quatro práticas analíticas distintas, como também o uso de diferentes métodos/técnicas na constituição de um *corpus*, de forma a integrar fontes variadas e a tornar a análise o mais exaustiva possível. Na “abordagem dialética-relacional” de Fairclough, o conceito de ordens de discurso, definido com referência a Foucault (1971) e entendido como “a organização social e o controle da variação linguística para áreas particulares da vida social” (Fairclough, 2004, p. 121), através do qual são introduzidos componentes interdiscursivos e intertextuais na análise textual, funciona como a interface que permite ligar as estruturas e práticas sociais com eventos discursivos concretos.

Em suma, não há uma única forma de fazer ACD e a ACD não tem apenas uma dimensão empírica ou prática; inclui um conjunto diversificado de abordagens (e não apenas as já referidas), de estilos e enfoques que acarretam quadros analíticos próprios (ainda que com sobreposições), e o uso de diferentes teorias (linguísticas e não linguísticas).

14.4.2. Pressupostos, forças e limitações

Com o passar dos anos, a ACD tem vindo a conhecer diversos desenvolvimentos teóricos, metodológicos e práticos (Hart & Cap, 2014; Krzyżanowski & Forchtner,

2016), bem como matizes distintas, relacionadas, em parte, com a apropriação do projeto através de disciplinas (Catalano & Waugh, 2020) e continentes (Chilton, Tian & Wodak, 2010; Carvalho, 2008; Pardo, 2007), uma realidade de que a mudança de acrônimo (CDS – Estudos Críticos do Discurso), proposta por van Dijk, pretendeu dar conta. Aos problemas originalmente explorados na ACD como, por exemplo, racismo, emigração/emigrantes (e temas relacionados, como identidades nacionais, nacionalismos, refugiados, cidadania), sexismo e desigualdade de género (Wodak, 1997), juntaram-se outras preocupações e questões (e.g. feminismo, alterações climáticas, neo-liberalismo, globalização, terrorismo, políticas), métodos, domínios de aplicação, géneros de discursos, modalidades e meios, compreendendo-se atualmente a análise do discurso não apenas como um fenómeno linguístico, mas enquanto fenómeno semiótico multimodal (Flowerdew & Richardson, 2018).

Independentemente da natureza semiótica dos materiais usados para inferir discursos e mostrar a sua significância social, a particularidade deste modo de fazer análise continua a ser o interesse em mostrar, de uma forma sistemática e detalhada, o papel que tem a linguagem (e/ou outros modos de representação) nesses processos. Portanto, na ACD, a linguagem não é tratada como recurso ou informação para estudar outra coisa, mas é aquilo que importa problematizar em exemplos ou *corpora* de “dados autênticos”, quer dizer, que não são editados e estão o mais próximo possível dos contextos originais do seu uso. Dada a imensidão e variedade dos fenómenos envolvidos no uso da linguagem – formas, significados ou ação –, a escolha do que descrever e de como o fazer, depende da pergunta que conduz a investigação, do tipo de dados recolhidos, assim como da abordagem (ou combinação de abordagens) vista como adequada para responder ao problema em estudo.

Dado o interesse crítico da ACD, os traços textuais/linguísticos que poderão ser de maior interesse são os potencialmente envolvidos em padrões não neutros de representação que não são imediatamente óbvios à superfície ou no controle das (inter)ações discursivas. Deve-se, no entanto, sublinhar que nem toda a informação relevante para a interpretação está no *corpus*, ainda que, como dito acima, os textos ofereçam pistas quanto ao que podem ser os fenómenos contextuais relevantes para os participantes. Isto implica que o analista tem de se perguntar o que precisa de conhecer acerca do contexto (linguístico, da situação comunicativa e mais alargado – social, político, histórico, geográfico) para interpretar os dados, sendo que nunca deve esquecer que essa interpretação resulta da conjunção desses dois tipos de informação e não de uma articulação de tipo primeiro um e depois outro. Isto pode significar usar outros textos ou formas de discurso, e não apenas para temas históricos, e significa com certeza ter conhecimento acerca dos traços gerais e estruturas do género ou géneros discursivos incluídos no *corpus*, bem como acerca do mundo a que os textos se referem.

Se é inegável a natureza indutiva da ACD, também é certo que a visão de discurso em que assenta, enquanto abstração de uma prática em contexto, impede que a significância discursiva seja diretamente inferida do texto, ao mesmo tempo que a atenção ao detalhe carrega com ela o potencial de mostrar como as práticas linguísticas são

frequentemente ambivalentes nas suas orientações ideológicas e abertas a investimentos ideológicos contraditórios.

A natureza do projeto da ACD é, sem dúvida, ambiciosa, quer pela interdisciplinaridade necessariamente envolvida na conceção de uma investigação deste tipo, como pelo compromisso com a efetividade política ou relevância prática da mesma. Acresce que a complexidade das considerações teóricas em torno do objeto de análise, e a falta de demonstrações claras do modo como os textos podem ser analisados de acordo com os princípios e procedimentos envolvidos, dificultam a operacionalização das propostas em projetos de investigação concretos. Algumas das críticas tecidas à ACD (Barletta Manjarres, 2007) questionam precisamente a falta de densidade teórica e/ou linguística das análises realizadas, de representatividade dos exemplos usados para demonstrar um determinado padrão e se o padrão em si tem, de facto, a significância que lhe é atribuída, bem como a validade e justificação das leituras realizadas. O problema básico, como refere Bucholtz (2001, p. 178-179), não estará na subjetividade, inevitável em qualquer tipo de investigação, nem na política, uma vez que a crítica não se faz sem política, mas sim na prática, no facto dos investigadores poderem não considerar a sua participação inevitável na produção de sentido, nem a forma como os seus compromissos políticos modelam o processo de investigação.

14.4.3. Mapeamento dos estudos de referência

Dos fundadores da ACD, destacamos este conjunto de obras onde são discutidos conceitos centrais e tipos de análise propostos por cada um dos autores e mostradas as suas aplicações, incluindo no campo dos média, bem como desenvolvimentos mais recentes dessas abordagens.

Van Dijk, T. A. (1991). *Racism and the press*. Routledge.

Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and context. A sociocognitive approach*. Cambridge University Press.

Van Dijk, T. A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 115-140.

Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. E. Arnold.

Chouliaraki, L. & Fairclough N. (1999). *Discourse in late modernity: rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh University Press.

Para uma introdução à abordagem histórica do discurso, ver este capítulo de Wodak, num livro editado com Meyer, que combina contributos de figuras destacadas da ACD e análise de material escrito sobre temas diversos, incluindo alterações climáticas, liderança na gestão e globalização.

Reisigl, M. & Wodak, R. (2008). The discourse-historical approach. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis* (pp. 87-121). L Sage, 2.^a ed.

Coletâneas com desenvolvimentos no campo e exemplos de aplicações em vários domínios.

Catalao, T. & Waugh, L. R. (2020) (Eds.). *Critical discourse analysis, Critical discourse studies and beyond*. Springer International Publishing.

Flowerdew, J. & Richardson, J. (2018) (Eds.). *The Routledge handbook of critical discourse studies*. Routledge.

Hart, C. & Cap, P. (2014) (Eds.). *Contemporary critical discourse studies*. Bloomsbury Publishing.

14.4.4. Literatura adicional

Resenhas das críticas à ACD em vários campos do saber e das interseções entre a ACD e as Ciências da Comunicação nos EUA e na Europa.

Barletta Manjarres, M. (2007). Critical discourse analysis: A review of the critique. *Lenguaje*, 35(1), 217-244.

Guillem, S. M. & Toula, C. (2018). Critical discourse studies and/in communication: theories, methodologies, and pedagogies at the intersections, *Review of Communication*, 18(3), 140-157. <https://doi.org/10.1080/15358593.2018.1480793>

Tracy, K. et al (2011). Critical discourse analysis and (U.S.) communication scholarship Recovering old connections, envisioning new ones. *Annals of the International Communication Association*, 35(1), 241-286, <https://doi.org/10.1080/23808985.2011.11679118>

No plano da leitura fundamental, relativa aos Estudos do Discurso, este livro, com 40 contributos, visa representar as principais correntes, tanto na teoria como na prática e reduzir o fosso entre as abordagens norte-americanas e as europeias.

Angermuller, J., Maingueneau, M., & Wodak, R. (2014). *The discourse studies reader. Main currents in theory and analysis*. John Benjamins.

Referências

Bardin, L. (1979). *Análise de conteúdo*. Ed. 70.

Barletta Manjarres, M. (2007). Critical discourse analysis: A review of the critique. *Lenguaje*, 35(1), 217-244.

Barthes, R. (1975). An introduction to the structural analysis of narrative. *New Literary History* 6(2), 237-272.

Bateson, G. (1955). A theory of play and fantasy. *Psychiatric Research Reports*, 2, 39-51.

Bell, A. & Garrett, P. (1998)(Eds.). *Approaches to media discourse*. BLACKWELL Pub.

Bell, P. (2001). Content analysis of visual images. In van Leeuwen, T., & Jewitt, J. (Eds.), *Handbook of visual analysis* (pp. 10-34). Sage.

Benford, R. D. & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611-639.

- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of communication*, 54 (4), 662-704. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02650.x>
- Brockmeir, J., & Harré, R. (2003). Narrativa: problemas e promessas de um paradigma alternativo. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 16(3) p.525-535. <https://doi.org/10.1590/S0102-79722003000300011>.
- Bucholtz, M. (2001). Reflexivity and critique in discourse analysis. *Critique of Anthropology*, 21, pp. 157-175.
- Buoziis, M., & Creech, B. (2018). Reading news as narrative. *Journalism Studies*, 19(10), 1430-1446. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1279030>
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. Oxford University Press.
- Carvalho, A. (1999). Análises de discurso em política ambiental – conceitos, instrumentos e implicações. *Comunicação e Sociedade*, 1 (Série Comunicação dos Cadernos do Noroeste 12, 1-2), 237-266.
- Carvalho, A. (2008). Media(ted) discourse and society: rethinking the framework of Critical Discourse Analysis. *Journalism Studies* 9 (2), 161-177.
- Catalano, T. & Waugh, L. R. (2020) (Eds). *Critical discourse analysis, Critical discourse studies and beyond*. Springer International Publishing.
- Chilton, P., Tian, H., & Wodak, R. (2010). Reflections on discourse and critique in China and the West. *Journal of Language and Politics*, 9, 489-507.
- Chouliarakis, L. & Fairclough N. (1999). *Discourse in late modernity: rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh University Press.
- Cicourel, A. V. (1969). *Method and measurement in Sociology*. New York University Press.
- Clandinin, J. D., & Rosiek, J. (2007). Mapping landscape of narrative inquiry. Borderland spaces and tensions. In J. D. Clandinin (Ed.), *Handbook of narrative inquiry: Mapping a methodology* (pp. 35-75). Sage Publications.
- Czarniawska, B. (2004). *Narratives in social science research*. Sage.
- D'Angelo, P. (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: a response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), 870-888.
- D'Angelo, P., & Kuypers, J. A. (2009). *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*. Routledge.
- Dombos, T., Krizsan, A., Verloo, M., & Zentai, V. (2012). *Critical frame analysis: A comparative methodology for the 'Quality in Gender+ Equality Policies' (QUING) project*. <http://pdc.ceu.hu/archive/00006845/01/cps-working-paper-critical-frame-analysis-quiring-2012.pdf>
- Entman, R. (1991). Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents. *Journal of Communication*, 41(4), 6-27.
- Entman, R. M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 6-27.
- Esin, C., Fathi, M. and Squire, C. (2013). Narrative analysis: The constructionist approach. In U. Lick (Ed.) *The SAGE handbook of qualitative data analysis* (pp. 203-2016). Sage.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. E. Arnold.
- Fairclough, N. (2003). *Analyzing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
- Fairclough, N. (2004). Semiotic aspects of social transformation and learning. In R. Rogers (Ed.), *An introduction to critical discourse analysis in education* (119-127). Lawrence Erlbaum.
- Fairclough, N., Phil Graham, P., Lemke, J., & Wodak, R. (2004). Introduction. *Critical Discourses*, 1(1), 1-7. <https://doi.org/10.1080/17405900410001674489>
- Fina, A., & Georgakopoulou, A. (2008). Analysing narratives as practices. *Qualitative Research*, 8(3), 379-387. <https://doi.org/10.1177/1468794106093634>.

- Flowerdew, J. & Richardson, J. (2018) (Eds.). *The Routledge handbook of critical discourse studies*. Routledge.
- Foucault, M. (1971). *L'ordre du discours*. Gallimard.
- Franzosi, R. (2004). Content analysis. Hardy, M., & Bryman, A. (Eds.), *Handbook of data analysis* (pp. 547-567). Sage.
- Franzosi, R. (2008). Content analysis: Objective, systematic, and quantitative description of content. In R. Franzosi (Ed.), *SAGE benchmarks in social research methods: Content analysis* (pp. 2-43). Sage.
- Gamson, W. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.
- Gamson, W. A., & Wolfsfeld, G. (1993). Media and movements as interacting systems. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528(1), 114-125.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making & unmaking of the new left*. University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An essay on the organization of experience*. Harper.
- Guillem, S. M. & Toulou, C. (2018). Critical discourse studies and/in communication: theories, methodologies, and pedagogies at the intersections, *Review of Communication*, 18(3), 140-157. <https://doi.org/10.180/15358593.2018.1480793>
- Greimas, A. J. (1966). *Sémantique structurale: Recherche de méthode*. Larousse
- Hart, C. & Cap, P. (2014) (Eds.). *Contemporary critical discourse studies*. Bloomsbury Publishing.
- Iyengar, S. (1994). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. University Chicago Press.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341-350.
- Kitzinger, J. (2007). *Framing and frame analysis*. In E. Devereux (Ed.) *Media studies: Key issues and debates* (pp. 134-161). Sage.
- Krippendorff, K. (1980/2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage
- Krzyżanowski, M. & Forchtner, B. (2016). Theories and concepts in critical discourse studies: Facing challenges, moving beyond foundations. *Discourse & Society*, 27(3), 253-261. <https://doi.org/10.1177/0957926516630900>
- Kuckartz, U. (2019). Qualitative content analysis: From Kracauer's beginnings to today's challenges. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 20(3), Art. 12. <https://doi.org/10.17169/fqs-20.3.3370>.
- Labov, W., & Waletzky, J. (1967). Narrative analysis. In J. Helm (Ed.), *Essays on the verbal and visual arts* (pp. 12-44). University of Washington Press.
- Lévi-Strauss, C. (1958). La notion de structure en ethnologie. *Anthropologie structurale*, 303-50.
- Lewis, S. C., Zamith, R. & Hermida, A. (2013). Content analysis in an era of big data: A hybrid approach to computational and manual methods. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 57, 34-52. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.761702>
- Littlejohn, S. (1977). Frame analysis and communication. *Communication Research*, 4, 485-492.
- Lovejoy, J., Watson, B. R., Lacy, S., & Riffe, D. (2014). Assessing the reporting of reliability in published content analyses: 1985-2010. *Communication Methods and Measures*, 8(3), 207-221.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis. Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssao-395173>
- Neuendorf, A. K. & Kumar, A. (2015). Content analysis. In G. Mazzoleni (Ed.), *The International Encyclopedia of Political Communication*. <https://academic.csuohio.edu/kneuendorf/vitae/Neuendorf&Kumar15.pdf>
- Neuendorf, KA. (2002/2017). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Nunes, L. S., Paula, L., Bertolassi, T., & Neto, A. F. (2017) A análise da narrativa como instrumento para pesquisas qualitativas. *Revista Ciências Exatas*, 23(1), 9-17.

- Pan, Z. & Kosicki, G. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10, 55-75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Pardo, N. (2007). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva Latinoamericana*. Frasis.
- Pozobon, R.O., & Schaeffer, R. (2015) Perspectivas contemporâneas das pesquisas sobre enquadramento: uma proposta de sistematização conceitual. *Interin*, 19 (1), 120-135.
- Propp, V. (1927). *Morphology of the folktale*. Trad. Laurence Scott. 2nd ed. University of Texas Press.
- Rayner, P., Wall, P., & Kruger, S. (2001). *AS media studies: An essential introduction*. Routledge.
- Reese, S. (2001). Prologue—framing public life: A bridging model for media research. In S. D. Reese, O. H. Gandy, Jr., & A. E. Grant (Eds.) *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 7-31). Routledge.
- Reisigl, M. & Wodak, R. (2008). The discourse-historical approach. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis* (pp. 87-121). L Sage, 2.ª ed.
- Rhee, J. (1997). Strategy and issue frames in election campaign coverage: social cognitive account of framing effects. *Journal of Communication*, 47(3), 26-48. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1997.tb02715.x>
- Riessman, C. K. (2008). *Narrative methods for the human sciences*. Sage.
- Robert, D., & Shenhav, S. (2014). Fundamental assumptions in narrative analysis: Mapping the field. *The Qualitative Report*, 19(38), 1-17. <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol19/iss38/3>
- Schreier, M. (2012). Qualitative content analysis. In Flick, U. (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* (pp. 170-183). Sage.
- Shannon, C. & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Snow, D., & Benford, R. (1988). Ideology, frame resonance and participant mobilization. *International Social Movement Research* 1, 197-217.
- Tracy, K. et al (2011). Critical discourse analysis and (U.S.) communication scholarship Recovering old connections, envisioning new ones. *Annals of the International Communication Association*, 35(1), 241-286, DOI: 10.1080/23808985.2011.11679118
- Todorov, T. (1969). Structural analysis of narrative. *NOVEL: A Forum on Fiction*, 3(1), 70-76.
- Van Dijk, T. A. (1990). Discourse & Society: a new journal for a new research focus. *Discourse & Society*, 1(1), 5-16.
- Van Dijk, T. A. (1991). *Racism and the press*. Routledge.
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*. 4(2), 249-283.
- Van Dijk, Teun A. (1977). *Text and context. Explorations in the semantics and pragmatics of discourse*. Longman.
- Van Dijk, T. A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 115-140.
- Van Leeuwen, T. (1993) Genre and field in critical discourse analysis: A synopsis. *Discourse & Society*, 4 (2), 193-223.
- Verloo, M., & Lombardo, E. (2007). Contested gender equality and policy variety in Europe: Introducing a critical frame analysis approach. In M. Verloo (Eds.), *Multiple meanings of gender quality: A critical frame analysis of gender policies in Europe* (pp. 21-49). Central European University Press.
- Vincent, R. (2000). A narrative analysis of US press coverage of Slobodan Milosevic and the Serbs in Kosovo. *European Journal of Communication*, 15(3), 321-344.
- Vliegenthart, R. & Van Zoonen, L. (2011). Power to the frame: Bringing sociology back to frame analysis. *European Journal of Communication*, 26(2), 101-115. <https://doi.org/10.1111/0267323111404838>
- Wodak, R. (1997) (Ed.). *Gender and discourse*. Sage.
- Wodak, R. (2004). Do que trata a ACD – um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. *Linguagem em (Dis)curso*, 4, n.esp, 223-243.
- Wolf, M. (1987). *Teorias da comunicação*. Editora Presença.

*Anabela Carvalho**

Departamento de Ciências da Comunicação, Instituto de Ciências Sociais,
Universidade do Minho
carvalho@ics.uminho.pt
<https://orcid.org/0000-0002-7727-4187>

*Zara Pinto-Coelho**

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho
zara@ics.uminho.pt
<https://orcid.org/0000-0001-6651-3720>

* As autoras contribuíram em igual medida para a preparação deste capítulo

15. Métodos e técnicas para estudar a imagem em movimento: mapeamento e estudos de referência

O cinema faz parte das práticas discursivas e sociais, refletindo as condições e estruturas da(s) sociedade(s) a partir de propostas estéticas e narrativas diversas. Como meios de comunicação, os filmes estão inseridos nas circunstâncias pelas quais a sociedade comunica, interage e se percebe. A discussão que apresentamos neste capítulo não é exaustiva, mas fornece um guia para uma bibliografia essencial, que pode ajudar os estudantes a realizar as suas próprias análises de filmes com maior consciência da diversidade de abordagens teóricas. Não existe um método universal de análise que seja aplicável a qualquer filme, mas diversas abordagens metodológicas possíveis em análise fílmica.

É da responsabilidade do investigador selecionar a metodologia mais adequada para a análise que pretende realizar; no entanto, é sempre conveniente ter presente que, por mais aprofundada que seja a nossa análise de determinado filme, há sempre algum aspeto adicional passível de ser explorado. Antes de avançarmos na análise de um filme, é fundamental perguntarmo-nos que leitura desejamos realizar e a partir de que olhar epistemológico nos posicionaremos. O ato de olhar, pensar e decifrar o cinema mergulha-nos num território vasto, cruzado por contributos de campos distintos. No âmbito das teorias do cinema, da estética do cinema e da análise de filmes, por exemplo, verifica-se uma interpenetração de conceitos, abordagens e terminologias cruciais para compreendermos as possibilidades dos estudos fílmicos.

15.1. Direções e olhares teóricos no campo dos estudos fílmicos

No entender de Andrew Tudor (2009/1974), um dos primeiros interesses dos estudos fílmicos centrou-se numa polaridade “entre, por um lado, realismo, naturalismo e interferência mínima do realizador e, por outro, (...) influência formativa do realizador” (p. 19). Isto é, a defesa de um cinema fiel à realidade³⁵ e a defesa de um cinema que se distancia da realidade, respetivamente. Não obstante, o autor esclarece esta divisão, considerando que a mesma não assentava na dicotomia realismo versus fantasia tão-só. Veja-se, a este propósito, as teses do mito do cinema total ou da montagem proibida de André Bazin (1991) – neste último, é de realçar a discussão proposta a partir dos filmes *O Balão Vermelho/Le Ballon Rouge* (1956) de Albert Lamorisse e *Une fée... pas comme les autres* (1956) de Jean Tourane. Segundo o autor, não obstante ambos os filmes se inserirem no género da fantasia (os objetos inanimados dotados de vida e o antropomorfismo, respetivamente), o filme de Lamorisse revela a sua fidelidade à realidade pela forma como são empregues as possibilidades de expressão cinematográfica (neste caso, a montagem). Bazin encontra também na profundidade de campo outra forma de o realizador se aproximar da realidade, referindo, a este propósito, os filmes de Jean Renoir, Orson Welles e William Wyler. E, por fim, encontra no neorrealismo italiano a expressão derradeira de um realismo que “não traz consigo, de modo algum, uma regressão estética, e sim, ao contrário, um progresso

35 A este propósito, ver Bazin (1991) e Kracauer (1960).

da expressão, uma evolução conquistadora da linguagem cinematográfica” (Bazin, 1991/1958, p. 243).

Por outro lado, as teses de Rudolf Arnheim (1989/1932), vários anos antes, contrariam a ideia do cinema enquanto reprodução mecânica da realidade, fixando-se antes no seu papel enquanto arte. E o cinema, no entender de Arnheim, é uma arte, justamente porque nada tem a ver com a realidade. Se “as imagens que recebemos do mundo material diferem das que vemos na tela” (1989, p. 36), tal deve-se à exploração (consciente ou inconsciente) das possibilidades técnicas do cinema. Por outras palavras, ao nascer defeituoso, incapaz de reproduzir a realidade com cores e ruídos, “o cinema acabou por desenvolver as suas possibilidades de criação com suprimimento do que lhe faltava – nomeadamente, a palavra dita e ouvida, que foi substituída pela palavra escrita nos intertítulos” (Ferreira, 2011, p. 59). Arnheim (1989) enumera várias “características do material cinematográfico”³⁶ que ditam esta separação entre filme e realidade, incluindo a montagem – que, por sua vez, constituir-se-á um dos aspetos determinantes de reflexão no âmbito dos estudos fílmicos, como o provam, por exemplo, as teorias de Eisenstein (1929) sobre a montagem³⁷.

Pode considerar-se que esta divisão, protagonizada, por um lado, por nomes como Rudolf Arnheim e Serguei Eisenstein, e, por outro, por André Bazin e Siegfried Kracauer, marcou os estudos fílmicos na primeira metade do século XX. Em 1975, Brian Henderson escreveu sobre os dois tipos de teorias do filme, protagonizados pelos realizadores que acreditam na imagem e pelos realizadores que acreditam na realidade. A seu ver, os primeiros caracterizam-se por realçarem “o objecto representado através de técnicas de montagem e/ou distorções plásticas” (Henderson, 1985/1975, p. 85) e os segundos, por fazerem sobressair a estrutura mais profunda da realidade, não lhe acrescentando nada, para não a deformar. Por este motivo, Andrew Tudor (2009) considerou que um dos primeiros interesses dos estudos fílmicos esteve profundamente envolvido nessa divisão.

Na segunda metade da década de 1960, os estudos fílmicos sofreram a influência dos estudos linguísticos sob a ótica do que foi chamado *estruturalismo*. Saussure, linguista e filósofo suíço, contribuiu para a formulação da semiologia, uma ciência preocupada com a sistematização dos sinais e não apenas com o estudo da língua. A diferença instaurada por Saussure entre língua e fala permitiu aos intelectuais franceses dos anos 1950 e 1960 o entendimento da língua enquanto instituição social e sistema de valores. A perspectiva estruturalista procura analisar a estrutura interna da obra como algo capaz de produzir significado.

Deste modo, a textualidade tornou-se central no conjunto das análises estruturalistas de autores como Roland Barthes, Umberto Eco, Julia Kristeva e Christian Metz (Hill & Gibson, 1998). Na década de 1970, à medida que a disciplina se afirmava na academia, o vocabulário dos estudos fílmicos também sofreu uma transformação. A

36 A perspectiva, a profundidade de campo reduzida, a montagem, etc.

37 Eisenstein refere cinco tipos de montagem: montagem métrica, montagem rítmica, montagem tonal, montagem sobretonal e montagem intelectual (Tudor, 2009).

linguagem tornou-se, assim, um dos fundamentos para a compreensão do cinema. Aplicada ao estudo dos filmes, a semiologia procura identificar e analisar os códigos e sistemas de significação que estruturam o discurso cinematográfico e a sua influência no seio da vida social dos espectadores. Para realizar tal análise, é necessário tratar o filme enquanto discurso de imagens (e sons), pois é nesse nível que se constrói a linguagem cinematográfica.

Tendo as suas origens históricas não apenas na filosofia europeia, mas também numa série de acontecimentos que abalaram a confiança na designada modernidade europeia, como o Holocausto e a desintegração dos últimos impérios europeus no pós-guerra (Ramos, 2005), o *pós-estruturalismo* vem abalar a ordem predominante da designada modernidade. Por outras palavras, parte de uma posição crítica que propõe que reconsideremos tudo aquilo que entendíamos como garantido. A diferença entre o estruturalismo e o pós-estruturalismo reside na estabilidade e na dinâmica, respetivamente: enquanto o primeiro se interessava por estruturas estáticas e homeostáticas, o segundo procurava considerar os momentos de rutura e de mudança. Aplicando este olhar ao cinema, diríamos que um filme está aberto a interpretações várias por parte do espectador. A este propósito, as teses de Gilles Deleuze (1985a, 1985b), assentes na divisão entre os cinemas pré e pós-II Guerra Mundial (a imagem-movimento e a imagem-tempo, respetivamente), propõem uma tentativa de classificação das imagens e dos signos. Ao assumir o seu trabalho como uma taxionomia, e não como uma História, Deleuze considera que o cinema impõe novos pontos de vista sobre a classificação geral das imagens e dos signos. Ao mesmo tempo, Deleuze problematiza as noções de movimento e de tempo, resgatando as teses de Bergson que defendiam que “já não se podia opor o movimento, como realidade física no mundo exterior, à imagem, como realidade psíquica na consciência” (Deleuze, 1985a, p. 7). Em suma, Deleuze propõe uma semiótica do cinema, e não uma semiologia do cinema, o que o distancia do legado estruturalista, mais concretamente, das teses de Christian Metz.

No seio dos movimentos centrais nas teorias fílmicas pós-estruturalistas inclui-se a *psicanálise*, as *teorias do aparato* e do *espetáculo* (Hill & Gibson, 1998). Ganhando força em França com os acontecimentos de maio de 1968, a teoria do aparato considera o modo como o filme é visto, recebido, consumido, lembrado, classificado - e até esquecido. A este propósito, Sales (2023) aprofunda a reflexão sobre os regimes de espetatorialidade, isto é, “o lugar do público e do espectador, assim como os modos de circulação do cinema” na sua profunda relação com “modos outros de pensar, ver e fazer cinema que existiram desde sempre, mas que ganharam fôlego com as políticas e linguagens renovadas trazidas pela emergência de novos sujeitos (...) [e] novas sujeitas do olhar” (2023, p. 491).

Deste modo, é também na segunda metade do século XX que os estudos fílmicos são marcados por novas abordagens no terreno dos contradiscursos e do contrapoder. Cunha (2023) refere a importância dos movimentos cinematográficos e das teorias mobilizadas em torno de ideias contra-hegemónicas, como o *Tercer Cine* e manifestos desenvolvidos no âmbito desse movimento (na década de 1960), assim como

“as teorias de cinema feminista (a partir de meados dos anos 70) ou o cinema *queer* (meados dos anos 80)” (2023, p. 161). Manifestos como o *Manifiesto del Grupo nuevo cine* (1961), assinado pelo El Grupo Nuevo Cine, *Eztetyka da Fome* (1965) de Glauber Rocha ou *Hacia un Tercer Cine* (1969) de Fernando Solanas e Octavio Getino traduzem essa defesa da representatividade de novas histórias e novos sujeitos invisibilizados, e, consequentemente, traduzem a vontade de afirmação dessas mesmas cinematografias periferizadas e de criação de alternativas aos circuitos internacionais de distribuição mais comercial.

Se o projeto do Tercer Cine defendia uma concepção de cinema ligada à afirmação da identidade nacional, em que se valorizava a produção local, a utilização das línguas nacionais e referências culturais regionais, com o propósito de fortalecer imaginários nacionais (Sales, 2023), também as teorias de cinema feminista da década de 1970 procuraram desafiar configurações de poder assentes no patriarcado e na heteronormatividade, nomeadamente a partir da contestação do *male gaze*, que subordinava a mulher a uma projeção do olhar masculino tão-só. Como afirma Sales (2023, p. 491), “a história do cinema mundial, tal como conhecemos através da bibliografia canônica ocidental, sobretudo aquela produzida a partir do mundo anglo-saxão, confunde-se ou sobrepõe-se à história e dinâmica do próprio patriarcado”.

Neste contexto, o artigo “Visual pleasure and narrative cinema”, de Laura Mulvey, publicado na *Screen* em 1975, constitui-se um ensaio de grande relevância no contexto dos estudos fílmicos do período. Argumentando que a psicanálise oferece uma reflexão pertinente sobre o modo como a diferença de género é culturalmente internalizada e valorizada, Mulvey observa que a imagem feminina atraente e desejável num determinado filme também pode constituir uma visão potencialmente ameaçadora da diferença ou da alteridade. A autora acrescenta que os filmes de Hollywood repetem um padrão de domínio visual das mulheres como o “Outro” ao atribuírem, maioritariamente, o olhar a um personagem masculino: “a imagem da mulher como matéria-prima (passiva) para o olhar (ativo) do homem leva o argumento um passo adiante na estrutura da representação” (Mulvey, 1999/1975, p. 843).

Paralelamente, é importante notar como as diversas cinematografias se vão influenciando e conectando num mundo cada vez mais interligado, como assinalam Higbee e Lim (2010). É neste quadro que se impõe a necessidade de se discutir a ideia de cinema transnacional, isto é, pensando o cinema à luz de um contexto globalizante e diaspórico. O debate em torno da noção de cinema transnacional tem sido marcado “pela resistência à globalização como homogeneização cultural e às realidades económicas que possam eclipsar determinados valores estéticos, artísticos, sociais e políticos” (Hjort, 2010, p. 15). Diante deste contexto, a expansão das tecnologias digitais é fundamental, bem como as inovações operadas nos campos dos *new media* (mais concretamente, no campo das *new media arts*). No campo cinematográfico, interessa problematizar o carácter disruptivo das obras a partir da contínua reconfiguração da linguagem cinematográfica, do próprio lugar do cineasta, dos circuitos de exibição e também da relação das obras com o público. Em 1970, Youngblood cunhou o conceito “cinema expandido” na sua obra homónima, ampliando as possibilidades do

cinema no estudo das suas faculdades de expressão, descobrindo novos formatos e conquistando espaços de exibição não tradicionais. A crescente evolução tecnológica desde esse momento até à atualidade potenciou a descoberta constante de novos recursos, novos suportes, novas reconfigurações que continuam a atualizar e a transformar o cinema contemporâneo, os seus conceitos e abordagens.

15.2. Vocabulário do cinema: alguns apontamentos

De seguida (Tabela 1), apresentamos alguns aspetos estéticos explorados em três obras fundamentais na área dos estudos fílmicos, que podem auxiliar, especificamente, no processo que Penafria (2009) designa como análise interna do filme. Esta abordagem tem como objetivo específico auxiliar os estudantes na aplicação de conceitos usados na linguagem cinematográfica. Importa salientar, mais uma vez, que um olhar que analise aspetos externos e internos ao filme poderá resultar numa compreensão mais aprofundada da obra.

Tabela 1

Abordagens estéticas e teóricas na análise do filme.

Arcangelo Mazzoleni (2005)	Marcel Martin (2005/1955)	Jacques Aumont, Alain Bergala, Michel Marie e Marc Vernet (1995/1983)
• Enquadramento e espaço fílmico • A fotografia • A dinâmica da câmara de filmar • A montagem e os tempos narrativos • O som e a imagem • O filme e espectador	• O papel criador da câmara • Elementos fílmicos: iluminação, figurinos, cenários, cor, desempenho dos autores • As elipses • Ligações e transições • Metáforas e símbolos • Fenómenos sonoros: ruído, música, ponto de escuta • A montagem • Profundidade de campo • Os diálogos • Os processos narrativos • O espaço • O tempo	• O espaço fílmico • Profundidade (perspetiva, profundidade de campo) • Plano • Representação sonora • Montagem

Na linguagem cinematográfica, começamos pelo *fotograma*, uma única imagem fotográfica, passando ao plano, que é uma sucessão de fotogramas que compõem uma imagem em movimento delimitada por dois cortes. Deste, avançamos para a cena, constituída por uma sucessão de planos, e da cena passamos para a sequência, uma sucessão de cenas. No seu conjunto, o filme é formado por uma sucessão de sequências (Martin, 2005/1955). Os fotogramas, dispostos em sequência numa película transparente, passam segundo um certo ritmo num projetor, dando origem a uma imagem aumentada em movimento. Existem várias diferenças entre o fotograma e a imagem no ecrã, mas ambos se apresentam sob a forma de uma imagem *plana* e delimitada por um *quadro* (Aumont et. al, 1995/1983).



Figura 1
A Desaparecida (1956)
de John Ford.

O *enquadramento* é o olhar da câmara de filmar sobre o mundo, que podemos atribuir a uma espécie de narrador impessoal e invisível, ou mesmo a uma personagem da história. Reagimos diante da imagem fílmica como diante de uma representação muito realista de um espaço imaginário que, aparentemente, está perante nós. Mais precisamente, como a imagem é limitada pelo enquadramento, parece que vemos apenas uma porção desse espaço. Na Figura 1, vemos um plano geral de *A Desaparecida* (1956), de John Ford, que situa o espectador na longa jornada de Ethan (John Wayne) pelo velho Oeste; já na Figura 2, vemos uma sequência de *As Diabólicas* (1955) de Henri-Georges Clouzot, onde os vários enquadramentos procuram traduzir o *crescendo* de pavor da personagem perante uma ameaça invisível. O nosso ponto de vista é o da personagem feminina (no segundo fotograma), que se vai sentindo gradualmente cercada por uma presença desconhecida (primeiro e terceiro fotogramas) que se encontra quase inteiramente fora de campo.

A essa porção de espaço imaginário que está contida dentro do quadro, Aumont et al. (1995) designam de *campo*. Esta ideia de *campo* indica e remete para um espaço invisível, mas que prolonga o visível, que se chama *fora de campo*. O *fora de campo* está, portanto, vinculado essencialmente ao *campo*, pois só existe em função do último. O *fora de campo* pode ser definido como o conjunto de elementos (personagens, cenário, etc.) que, não estando incluídos no *campo*, encontram-se ligados a ele imaginariamente para o espectador. Embora haja entre eles uma diferença considerável (o *campo* é visível, o *fora de campo* não é), pode, de certa forma, considerar-se que *campo* e *fora de campo* pertencem ambos a um mesmo espaço imaginário.

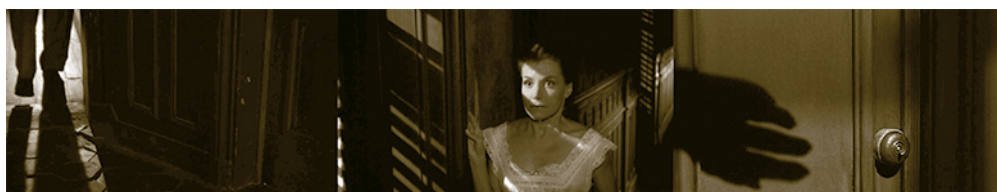


Figura 2
Sequência de *As Diabólicas* (1955) de
Henri-Georges Clouzot.

Profundidade de campo é o espaço nítido que se encontra à frente e atrás do ponto de focagem. A profundidade de campo depende da distância focal da objetiva, da abertura do diafragma, da luminosidade do objeto e da cena e da sensibilidade da película. Marcel Martin define a profundidade de campo como “a zona de nitidez que (para um focal e um diafragma determinados) se estende para a frente e para trás do plano de focagem” (Martin, 2005, p. 207). Enquanto no teatro olhamos para o palco e focamos o nosso interesse em determinado elemento, no cinema é a câmara que “lança a luz na profundidade do mundo e das coisas” (p. 208). Como referido previamente, o uso da profundidade de campo inscreve uma das divergências entre os realizadores que acreditam na imagem e os que acreditam na realidade, parafraseando André Bazin. Enquanto Arnheim (1989/1932) considerava que a utilização artística da profundidade de campo reduzida concedia ao filme uma ideal aparência de irreabilidade, por sua vez, André Bazin encontrou na profundidade de campo de Jean Renoir, Orson Welles e William Wyler uma técnica para aproximar o cinema do real. Na Figura 3, podemos ver fotogramas de uma sequência de *O Mundo a Seus Pés* (1941) de Orson Welles, em que há muita profundidade de campo – isto é, tanto a sequência no interior, como a criança que brinca no exterior, estão nítidas. Por sua vez, a Figura 4 constitui um exemplo de pouca profundidade de campo. No primeiro fotograma, vemos todo o plano desfocado; no segundo fotograma, a personagem vai ganhando nitidez à medida que se aproxima da câmara.

A *perspetiva* é a arte de representar o espaço e os elementos de modo que essa representação seja semelhante à percepção visual. Trata-se de um dado técnico da imagem, que é possível modificar alterando a distância focal da objetiva ou a abertura do diafragma.

Figura 3
O Mundo a seus Pés
(1941) de Orson Welles.



Figura 4
Vale Abraão (1993) de
Manoel de Oliveira.



A noção muito difundida de *plano* abrange um conjunto de parâmetros: dimensões, quadro, ponto de vista, mas também movimento, duração, ritmo, relação com outras imagens. Definem-se diversos “tamanhos” de plano, em geral por relação a vários enquadramentos possíveis de uma personagem: o plano geral, o plano de conjunto, o plano médio, o plano americano, o plano aproximado ou o grande plano. Porém, há divergências no que diz respeito à terminologia, não só devido à ambiguidade no processo de tradução dos conceitos, mas também porque estes, por vezes, parecem ser demasiadamente restritivos. Um plano geral, por exemplo, é comumente associado a uma paisagem; mas um plano geral pode também funcionar como introdução de uma cena, no sentido em que apresenta o espaço que irá recortar (ou não) em várias escalas de planos. Na figura 5, vemos dois fotogramas de um célebre plano-sequência de *Difamação* (1946) de Alfred Hitchcock: o *crane shot* (grua) inicia-se com um plano geral do vestíbulo. A câmara vai descendo lentamente até se conseguir um plano aproximado da mão da personagem que segura uma chave. A forma como esta sequência foi pensada pretendeu acentuar a importância de um elemento (a chave) neste momento da narrativa.



Figura 5
Difamação (1946) de
Alfred Hitchcock.

O processo de análise irá depender do olhar que se tem sobre o filme: se procurarmos simplesmente analisar as várias escalas de planos, o desenrolar da narrativa ou a montagem. A escolha de cada plano é condicionada pela necessária clareza da narrativa: deve existir uma adequação entre a dimensão do plano e o seu conteúdo material, por um lado (o plano é tanto maior ou aproximado quanto menos coisas nele houver para ver), e o seu conteúdo dramático, por outro lado (o plano é tanto maior quanto a sua contribuição dramática ou o seu significado). A dimensão do plano circunscreve geralmente a sua duração, sendo esta condicionada pela impressão que o realizador deseja provocar no espectador.

Deste modo, um plano geral é normalmente mais longo do que um grande plano; mas é evidente que um grande plano pode também ser longo, consoante o olhar do realizador. Um plano aproximado de um rosto ou objeto que ocupa o ecrã atribui importância a um objeto e permite-nos ver as emoções de uma personagem específica.

No plano contrapicado, o indivíduo é filmado de baixo para cima, colocando-se a objetiva abaixo porque engrandece os indivíduos e tende a magnificá-los. O plano picado (filmagem de cima para baixo) tem tendência a tornar o indivíduo ainda mais pequeno, “fazendo dele um objeto levado por uma espécie de determinismo impossível de ultrapassar, um brinquedo do destino” (Martin, 2005, p. 5). Um plano

contrapicado sugere que “alguém” está a observar os personagens. Pode sugerir perigo e desamparo. Retira o poder da personagem filmada. Um plano picado atribui poder ao sujeito ou torna o objeto maior. Na figura 6, podemos ver no primeiro fotograma um plano contrapicado e, no segundo fotograma, um plano picado, ilustrando a imposição de dominação da mulher branca perante a mulher negra, sua criada, no filme *A Negra de...* (1966) de Ousmane Sembène.



Figura 6
A Negra de... (1966) de
Ousmane Sembène.

Por sua vez, o *travelling* consiste na deslocação da câmara durante a qual o ângulo entre o eixo ótico e a trajetória da deslocação permanece constante. A *panorâmica* consiste numa rotação da câmara em redor do seu eixo vertical ou horizontal (transversal) sem deslocamento do aparelho, justificada pela necessidade de seguir uma personagem ou um veículo. O plano sequência *A Sede do Mal* (1958) de Orson Welles (Figura 7) é dinamizado por vários *travellings*, que conseguem uma diversificada escala de planos. Esta sequência inicia-se com o plano pormenor de uma bomba a ser ativada (fotograma 1) e a ser colocada no carro (fotograma 2). A câmara centra-se depois em duas personagens que entram no carro, seguindo por uma extensa rua (fotograma 3), e, mais tarde, centra-se no casal que testemunha a explosão do carro (fotograma 4).



Figura 7
A Sede do Mal (1958) de
Orson Welles.

As primeiras experiências de cinema sonoro remontam aos primórdios do próprio cinema, mas apenas no final da década de 1920 o conceito se estabeleceu de forma efetiva. As suas contribuições, valorizadas por alguns (Bazin), desvalorizadas por outros (Arnheim), são diversas: o realismo, ou a impressão de realidade, contribui para atribuir credibilidade e autenticidade à imagem; a banda sonora, que constitui um fator de continuidade sonora, material e dramática; a utilização da palavra e da *voz-off*; o silêncio; a justaposição da imagem e do som em contraponto ou como contraste, e, por fim, a música. O uso destes recursos pode provocar, mediante o tratamento do cineasta, efeitos diversos no espectador.

Martin (2005) reparte os fenômenos sonoros em dois grandes grupos: os ruídos naturais (da natureza, como o som do mar, por exemplo) e os ruídos humanos (máquinas, palavras, música). Para o autor, a música constitui a contribuição mais relevante do filme sonoro, desempenhando vários papéis: rítmico, dramático e lírico. O som pode, ainda, ser classificado como diegético (música, diálogo, ou efeitos sonoros que vêm do universo diegético): personagens a falar, o som do trânsito, a música da rádio e qualquer outro som que pode ser ouvido por uma personagem na cena. Por som não diegético entende-se o som que não irrompe do próprio ambiente do filme – mais concretamente, a música cujo objetivo é potenciar os efeitos da respetiva cena. Em *Os Pássaros* (1963) de Alfred Hitchcock, o som é inteiramente diegético. Numa sequência (Figura 8), as personagens reagem ao som crescente dos pássaros que cercam a casa. Este filme, que não possui música (e, em particular, esta sequência), mostra a importância do som na criação de atmosferas.



Figura 8
Os Pássaros (1963) de
Alfred Hitchcock.

A *montagem* consiste na “organização dos planos de um filme segundo determinadas condições de ordem e de duração” (Martin, 2005, p. 167). O autor distingue a montagem narrativa e a montagem expressiva. A primeira consiste em ordenar os vários planos segundo uma sequência lógica ou cronológica. A montagem expressiva tem por finalidade produzir um efeito direto através do choque de duas imagens, provocando efeitos de rutura no pensamento do espectador.

A este propósito, é importante consultar os escritos de Serguei Eisenstein, nomeadamente a propósito da montagem. O autor começou por considerar cinco categorias formais de montagem: a montagem métrica, a montagem rítmica, a montagem tonal, a montagem harmónica e a montagem intelectual (Eisenstein, 1985/1929). Na montagem métrica, “o critério fundamental (...) é a duração precisa dos fragmentos” (p. 59); na montagem rítmica, “o comprimento prático provém da especificidade do fragmento, planeado de acordo com a estrutura da sequência” (p. 61); na montagem tonal, “é o movimento dentro do quadro que impele o movimento da montagem de um quadro para outro” (p. 62); na montagem harmónica verifica-se uma união das montagens métrica, rítmica e tonal e a justaposição de imagens impulsiona a mudança de planos e a montagem; e, por fim, a montagem intelectual define-se pela aproximação de planos, a fim de se comunicar ao espectador um ponto de vista ou até mesmo um conteúdo ideológico. Porém, como afirma Andrew Tudor (2009/1974), Eisenstein executará mais tarde algumas alterações à sua abordagem inicial. O conceito de montagem sofre uma problematização diferente, pois, segundo Eisenstein, revela-se premente dar igual atenção tanto às características formais (montagem) como ao conteúdo. Assim, o objetivo de Eisenstein passa a centrar-se na elaboração dos princípios “pelos quais as representações particulares de cada plano se relacionam com o tema geral” (Tudor, 2009, p. 41). Ainda que outras pioneiras experiências em montagem tenham marcado a história do cinema que sucedeu a Eisenstein, os seus escritos são ainda de extrema relevância para os estudos fílmicos.

O filme *Duas Horas na Vida de uma Mulher* (1962), de Agnès Varda, segue, como o título indica, uma parte de um dia da vida da protagonista, Cléo, que aguarda o resultado de uma biópsia. Na Figura 9, os dois fotogramas foram retirados de uma sequência em que a câmara acompanha o trajeto da personagem pelas ruas de Paris; a câmara tanto filma a personagem (primeiro fotograma), como adota o seu ponto de vista (segundo fotograma).



Figura 9
Duas Horas na Vida de uma Mulher (1962) de Agnès Varda.

Para Aumont et al. (1995), a montagem consiste em três grandes operações: seleção, agrupamento e união, sendo a finalidade das três operações obter, a partir de elementos a princípio separados, uma totalidade que é o filme. O objeto sobre o qual a montagem se exerce são os planos de um filme (a montagem consiste em manipular planos com o intuito de estruturar o filme). As modalidades de ação da montagem são duas: por um lado, organiza a sucessão das unidades de montagem que são os planos; por outro, estabelece a sua duração. As teorias clássicas da montagem privilegiavam a função tradicional da narrativa, ideia que ainda prevalece, não obstante

as várias ruturas e transgressões no campo da linguagem cinematográfica que se verificam até hoje, e que nos forçam a questionar essa perspectiva. Porém, ao encarmos a montagem como a tentativa de encadeamento da ação segundo uma relação de causalidade e/ou temporalidade, *O Padrinho* (1972) de Francis Ford Coppola (Figura 10), apresenta uma sequência relevante: os planos do batismo do filho da personagem de Al Pacino e dos assassinatos por ele encomendados intercalam-se. O resultado é uma sequência irônica e mordaz.

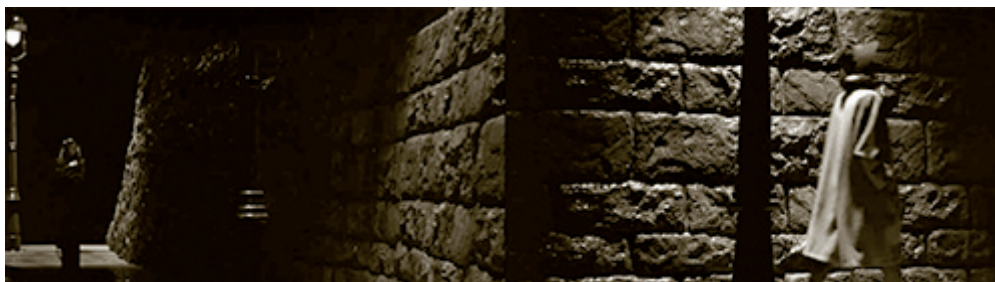


Figura 10
O Padrinho (1972) de Francis Ford Coppola.

Martin (2005) divide a iluminação em: (1) iluminação discreta: tem muitas sombras com contrastes nítidos entre claro e escuro. Os filmes de mistério e *thrillers* são filmados com pouca luz, indicando que algo inesperado pode acontecer a qualquer momento (Figura 11); (2) iluminação intensa: é caracterizada por brilho, abertura e luz. São exemplos desta utilização as comédias românticas ou os musicais; (3) iluminação lateral: onde um lado do rosto do ator é mais escuro que o outro. Esta iluminação pode sugerir os segredos de uma personagem ou que a personagem está de alguma forma dividida entre forças opostas; (4) iluminação frontal: quando uma personagem é iluminada sem sombras. Os heróis e heroínas são, muitas vezes, filmados dessa forma, procurando transmitir-se a ideia de pureza e honestidade.

Figura 11

A Pantera (1942) de Jacques Tourneur.



Os *cenários*, quer sejam de interiores ou de exteriores, podem ser reais (terem existência independentemente da filmagem), construídos em estúdio (no interior de um estúdio ou em pleno ar livre, nas suas instalações) ou através de efeitos especiais. Na figura 12 vemos uma sequência de *E Tudo o Vento Levou* (1939) de Victor Fleming. Nesta sequência são usados interiores, exteriores, e também a técnica de *matte painting* (pintura de um cenário que pode integrar a imagem em movimento). No primeiro fotograma, a sequência é rodada em estúdio; na segunda sequência, verifica-se um uso da técnica *matte painting*, com a pintura que preenche o fundo; no terceiro fotograma, a sequência já é rodada em exteriores.

Figura 12

E Tudo o Vento Levou (1939) de Victor Fleming.



O *guarda-roupa* faz “parte do arsenal de meios de expressão fílmica” (Martin, pp. 75-77). Pode ser realista, conforme a realidade histórica, como o vestuário em filmes de época; para-realista, quando o figurinista se inspira na moda da época, mas procede a uma estilização; e simbólico, quando a exatidão histórica não tem importância e o guarda-roupa tem como missão traduzir simbolicamente um carácter, um grupo social ou um estado de espírito. Na Figura 13, vemos um fotograma do filme *Morte em Veneza* (1971), realizado por Luchino Visconti, conhecido pela minúcia com que recriava o espaço-tempo dos seus filmes, sobretudo quando se tratava de filmes de época.

Figura 13

Morte em Veneza (1971) de Luchino Visconti.



No que diz respeito ao *desempenho dos atores*, é possível definir esquematicamente diversas concepções de representação: hierática, estilizada e teatral, voltada para o épico e o sobre-humano; estática, baseando-se no peso físico do ator; dinâmica, exibindo exuberância de temperamento; frenética, com expressão gestual e verbal excessiva; e, por fim, excêntrica, quando exterioriza a violência dos sentimentos ou da ação. Béla Bálázs (1985/1930) considerou que o grande plano ampliava a expressão da fisionomia e da gestualidade, que, nas suas palavras, eram as formas de expressão mais subjetivas do ser humano. Porém, também defendeu que a importância do grande plano decresceu no cinema sonoro, porquanto o ator do cinema mudo falava de uma forma inteligível ao olhar, e não à audição. Apesar das mudanças exigidas no que diz respeito à interpretação dos atores na transição do mudo para o sonoro, a linguagem do cinema, na sua reinvenção constante, foi transformando as próprias formas artísticas de expressão humana – a este propósito, veja-se o grande plano de Ilsa (Ingrid Bergman) em *Casablanca* (1942) de Michael Curtiz, na Figura 14.



Figura 14
Casablanca (1942) de Michael Curtiz.

A elipse caracteriza-se pela supressão de elementos da ação para realçar outros. O que há de tão interessante nas elipses é que estas implicam o espectador: são lacunas, espaços vazios, pequenas ilhas de liberdade semiótica que podem ter uma pluralidade de leituras (Martin, 2005). O realizador não afirma, apenas sugere; não mostra a totalidade das coisas, mas apenas a sua parte mais significativa; e, finalmente, cria espaços de indeterminação, ambiguidade e criatividade para o público. Veja-se, por exemplo, a célebre elipse de *2001: Odisseia no Espaço* (1968) de Stanley Kubrick: (Figura 15) no primeiro fotograma, 4 milhões de anos antes, um osso é lançado ao ar por um primata, alegoria do início da evolução humana. O satélite que orbita a Terra, no segundo fotograma, estabelece continuidade com esse momento derradeiro.

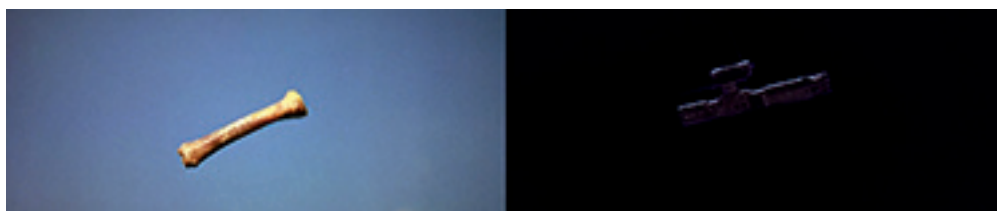


Figura 15
Odisseia no Espaço (1968) de Stanley Kubrick.

No que se refere às ligações e transições, podemos observar a mudança de plano por corte brusco: a substituição brutal de uma imagem por outra; a abertura em fusão e o fecho em fusão (ou fusão a negro), que separam geralmente umas sequências das outras e marcam uma mudança de ação, podendo assinalar a passagem do tempo ou apontar uma mudança de lugar; a fusão encadeada, que consiste na substituição de um plano por outro através da sobreposição momentânea de uma imagem sobre a anterior, que se desvanece lentamente; fusão encadeada sonora; panorâmica corrida, que consiste em passar de uma imagem para outra por meio de uma panorâmica muito rápida; por fim, podemos observar as cortinas e as íris, em que uma imagem é substituída pouco a pouco por outra que desliza sobre ela, lateralmente, em forma de leque ou através de uma abertura circular que aumenta e diminui (Martin, 2005).

A *metáfora* consiste na justaposição por meio da montagem de duas imagens cuja confrontação deve produzir no espectador um choque psicológico com a finalidade de facilitar a percepção e a assimilação de uma ideia que o realizador quer exprimir³⁸. Quanto aos símbolos, estes integram planos ou cenas em que, além do seu significado direto, se podem encontrar investidos de um significado mais profundo.

Martin (2005) distingue os diálogos teatrais, escritos como se fossem destinados ao teatro, para serem ditos perante a câmara, dos diálogos “realistas”, que têm como preocupação exprimir uma linguagem comum, com naturalidade, simplicidade e clareza. Por fim, os *processos narrativos* consistem nos jogos de cena e de efeitos visuais e sonoros que permitem avançar a ação e acrescentam um efeito dramático, sublinhando um determinado aspeto dos personagens. Entre os processos narrativos subjetivos encontramos o sonho, o desmaio ou a alucinação que são conseguidos através de efeitos visuais e sonoros. O desmaio, por exemplo, pode ser criado por um esbatido que termina numa desfocagem, que remete para a perda de consciência.

15.3. Mapeamento dos estudos de referência

O termo “cinema” abrange uma série de fenómenos distintos que se referem, cada um, a uma abordagem teórica específica. Remete para a ideia de instituição, de indústria (produção signifiicante e estética) e para um conjunto de práticas de consumo, para assinalarmos apenas alguns aspetos essenciais. Sendo suscetível de abordagens muito diversas, não pode haver uma “teoria do cinema”, mas, pelo contrário, diversas teorias do cinema, como verificamos previamente. Verificamos que os contributos no âmbito das teorias do cinema configuram territórios distintos para pensar este meio e, deste modo, diferentes abordagens à natureza da linguagem cinematográfica.

Deste modo, a análise de um filme pode iniciar-se com o exame minucioso de uma ou mais sequências ou de elementos particulares, partindo desses dados para a leitura de todo o filme no contexto da história do cinema, da obra do cineasta, do período sócio-cultural de lançamento do filme, ou de uma teoria em particular. Elsaesser e Buckland (2002) destacam o papel que a teoria e o método desempenham na análise de filmes e a sua relação. De acordo com os autores, o objetivo da

38 A este propósito, veja-se a montagem intelectual referida por Serguei Eisenstein.

teoria é “deduzir” a “estrutura invisível” dos filmes. A teoria segue um raciocínio dedutivo e não indutivo porque fornece, a quem analisa um sistema, um modelo que pode ajudá-lo a desconstruir a estrutura. Quando os investigadores optam por um quadro teórico, devem considerar os seus valores e os seus métodos. Assim, Elsaesser e Buckland (2002), assim como Aumont e Marie (1996/1988), argumentam que um dos pressupostos da análise é a teoria, ou seja, a análise é informada e guiada pela teoria. Já os métodos “transformam a análise de filmes numa disciplina explícita, sistemática e repetível baseada em procedimentos confiáveis; evita confiar na intuição, introspecção e suposições” (2002, p. 6). Elsaesser e Buckland sugerem aos estudantes que desejam analisar um filme, a opção por um quadro teórico que os auxilie a explicar os significados e a coerência de um filme, a aplicar os métodos facultados pela teoria e a realizar uma análise detalhada das sequências relevantes e/ou dos elementos que podem sustentar a análise.

De uma forma geral, para Aumont e Marie (1996) a análise de filmes utiliza três grandes tipos de instrumentos: (1) instrumentos descritivos – tendo em conta o domínio do filme narrativo, muitos dedicam-se a descrever as grandes (ou menores) unidades narrativas, mas por vezes há descrições de características da imagem e da banda sonora (a segmentação, a descrição das imagens do filme, quadros, gráficos e esquemas); (2) instrumentos citacionais, que desempenham a mesma função que os anteriores, mas sempre muito próximos à narrativa do filme (o fragmento de um filme, o fotograma...); e (3) instrumentos documentais – que se distinguem dos anteriores, porque não descrevem nem citam o filme, mas que trazem à discussão informações de fontes exteriores ao filme (elementos anteriores e posteriores à difusão do filme). No Quadro 1, assinalamos três das inúmeras obras que vêm sendo recorrentemente usadas em análise fílmica, por auxiliarem os estudantes e investigadores a perceberem a estrutura de um filme e, assim, a melhor o descreverem e compreenderem.

Uma dessas obras é *A linguagem cinematográfica* de Marcel Martin (2005/1955), fundamental para quem se aventura na análise fílmica, por se tratar de um estudo pormenorizado de todos os processos de expressão e de linguagem utilizados pelo cinema, sob uma perspectiva prioritariamente estética. Desde a sua primeira edição em 1955, este livro conheceu um sucesso constante, porque correspondeu às necessidades daqueles para quem foi concebido: cinéfilos, estudantes e todos aqueles que pretendem aprofundar os seus conhecimentos. Esta obra foi traduzida em dezassete línguas e consistiu no manual utilizado em várias escolas de cinema.

1. O que nos é mostrado?
2. Em que ponto do filme se situa a sequência?
3. Qual é o enquadramento (tipo de plano)?
4. Qual o movimento da câmara de filmar (travelling, panorâmica, etc.)?
5. Que tipo de interação existe entre som e imagem?
6. A música é diegética ou extradiegética?
7. Que relação existe entre o que nos é mostrado e aquilo que fica fora de campo, mas que intuímos como presente para além das margens do enquadramento?
8. Como é que os enquadramentos foram “unidos” entre si?

Quadro 1
Questões colocadas
por Mazzoneli (2005)
na análise de uma
sequência.

9. Que tipo de montagem existe?
10. Existem elipses importantes?
11. Como ocorre a mudança de enquadramento (ligação por destaque, dissolução, cortinas)?

O abc da linguagem cinematográfica (Mazzoneli, 2005) também pode auxiliar na análise fílmica. Segundo o autor, para se apreender os mecanismos da linguagem cinematográfica, um método essencial é a análise de uma sequência extraída de um filme. A análise de um segmento permite-nos explorar de forma profunda determinadas partes do filme. Aquilo que víamos como um fluxo de imagens revela-se um complexo processo de construção, que remete para escolhas de enquadramentos, movimentos de câmara, atores, relação entre som e imagem, fotografia, etc. Mazzoneli (2005) diz-nos que o primeiro passo para analisar um filme consiste em segmentá-lo, subdividindo a sequência em enquadramentos (numerando cada enquadramento por ordem crescente). Depois de decomposta a sequência em enquadramentos individuais, descrevem-se os elementos presentes: ambiente, personagens, tipo de enquadramento, movimentos e ângulos da câmara, iluminação, cenografia, etc. O próximo passo consiste em descrever os elementos sonoros, como os diálogos, ruídos do ambiente, voz do narrador e a música. O autor sugere a preparação de uma tabela com duas colunas, integrando numa delas, por um lado, os aspetos visuais de cada enquadramento e na outra, por outro lado, os aspetos sonoros. Devemos, ainda, fazer uma breve apresentação da sequência a analisar. De seguida, o autor coloca várias questões úteis no processo de análise de uma sequência (Quadro 1). Depois de responder a estas questões, decompondo a sequência, procede-se a uma análise global, que poderá incluir a restante obra do autor em causa ou outros filmes com os quais seja possível estabelecer relações de semelhança ou contraste.

Já Mikos (2004) atribui uma importância fundamental ao contexto na análise de filmes. Para o autor, os filmes só adquirem significado pela interação com o público. Essa interação não existe num espaço extra-social, mas acontece em contextos específicos: históricos, económicos, jurídicos, técnicos, culturais e sociais. Ao analisar filmes, há cinco contextos que têm uma função central na produção de significado pelo público: as categorias e géneros, a intertextualidade, o discurso, o mundo quotidiano, a produção e o mercado. Estes contextos são importantes na análise por duas razões: por um lado, desempenham um papel relevante aos níveis de análise (conteúdo e representação, narração e dramaturgia, personagens e atores, estética e configuração) por terem efeitos concretos nos filmes; por outro lado, a produção de sentido não ocorre independentemente deles. Dependendo do respetivo contexto, os espectadores podem produzir vários significados em torno do mesmo filme, porque os filmes são sempre articulados contextualmente e têm significados contraditórios, instáveis e discutíveis. Segundo esta perspetiva, existem três desafios principais na análise de filmes, que se relacionam com (1) a volatilidade das imagens em movimento, (2) a infinidade geral de possibilidades de análise e (3) a falta de um método universal de análise. Portanto, para realizar uma análise, é necessário operacionalizar os métodos de análise, de forma a que tenhamos em consideração as condições da investigação e o seu propósito. O autor diferencia 14 etapas que orientam a investigação analítica (Quadro 2).

1. Objetivo geral
2. Assistir ao material visual
3. Reflexão teórica e histórica
4. Objetivos específicos
5. Questões
6. Amostra
7. Ferramentas analíticas
8. Recolha de dados e descrição
9. Análise de dados – componentes do filme
10. Interpretação e contextualização dos dados analisados
11. Avaliação I - Avaliação dos dados analisados e interpretados
12. Avaliação II - Avaliação dos resultados quanto aos objetivos
13. Apresentação dos resultados

Quadro 2

Etapas da análise
fílmica (Mikos, 2004).

Em “Análise de Filmes – conceitos e metodologia(s)” (Penafria, 2009), encontramos alguns tipos de análise, como a análise textual, que olha o filme enquanto texto. Esta abordagem, decorrente da visão estruturalista que referimos anteriormente, tem como objetivo decompor um filme apresentando a sua estrutura. Para isso, o filme é dividido em segmentos (unidades dramáticas/sintagmas). Este tipo de análise atribui importância aos códigos de cada filme. A autora apoia-se nas teses de Christian Metz, para quem os filmes possuem três tipos de códigos: os percetivos (capacidade de o espectador reconhecer objetos no ecrã); culturais (capacidade de o espectador interpretar o que vê no ecrã recorrendo à sua cultura) e códigos específicos (recursos cinematográficos, por exemplo, relacionados com o tipo de enquadramento). Por sua vez, a análise de conteúdo considera o filme como um relato e tem apenas em conta o tema do filme. A aplicação deste tipo de análise implica, em primeiro lugar, identificar-se o tema do filme, a elaboração de um resumo da história, e a decomposição do filme tendo em conta o que o filme diz a respeito do tema. Já a análise poética, da autoria de Wilson Gomes (2004), entende o filme como uma programação/criação de efeitos. Pressupõe: 1) enumerar os efeitos da experiência fílmica, ou seja, identificar as sensações, sentimentos e sentidos que um filme é capaz de produzir no momento em que é visionado; 2) compreender as estratégias para a criação dos efeitos identificados (visuais e sonoros, por exemplo) (Penafria, 2009).

Outra abordagem possível é a análise da imagem e do som. Este tipo de análise entende o filme como um meio de expressão, centrando-se no espaço fílmico. Na decisão sobre o tipo de análise a implementar, a autora considera que devemos perceber se queremos adotar uma análise interna ou uma análise externa do filme. Na primeira abordagem, a análise centra-se no filme em si enquanto obra individual e possuidora de singularidades que apenas ao mesmo dizem respeito (Quadro 3). Na segunda, o analista considera o filme como o resultado de um conjunto de relações e constrangimentos com os quais decorreu a sua produção e realização, como sejam o seu contexto social, cultural, político, económico, estético e tecnológico.

Quadro 3

Análise interna
(Penafria, 2009).

Análise interna

- Informações: título em português, título original, ano, país, género, duração, ficha técnica; sinopse; tema(s) do filme;
- Dinâmica da narrativa: decompor o filme em partes (sequências e/ou cenas);
- Pontos de vista:

sentido visual/sonoro

Onde está a câmara?

Que sons podem ser ouvidos?

Planos?

- Cena principal do filme / clímax;
- Conclusões: texto sobre as regras de funcionamento do espaço fílmico; identificar o grau de envolvimento que o filme permite ao espectador; qualificar o realizador e o filme analisado.

15.5. Literatura adicional

A utilização dos métodos e técnicas para estudar a imagem em movimento implica, como verificamos, uma compreensão ampla da história do cinema e das teorias do cinema. A fim de transmitir a importância da abordagem interdisciplinar neste estudo, propomos a leitura adicional de três obras.

No âmbito da História do Cinema, a recente obra *História do cinema: dos primórdios ao cinema contemporâneo* (2023/2021), coordenada por Nelson Araújo, procura fazer um mapeamento englobante das várias cinematografias mundiais, a partir das suas histórias particulares e dos seus movimentos artísticos. Simultaneamente, há vários capítulos desta obra que sinalizam a importância do surgimento de determinadas abordagens teóricas (como o cinema decolonial ou a teoria feminista aplicada aos estudos fílmicos) e a sua evolução até ao presente.

A Experiência do Cinema (1983), obra organizada por Ismail Xavier, é uma antologia de textos de teóricos do cinema e cineastas que pensaram a linguagem cinematográfica e a inscreveram como uma inquietação intelectual determinante do século XX. Desde as teses de Hugo Mustenberg sobre a psicologia da percepção no início do século XX às reflexões de Mary Ann Doane sobre a relação entre o som, o corpo e o espaço no cinema (mais concretamente, centrando-se na voz), Ismail Xavier propõe um mapeamento relevante e inclusivo deste território.

Finalmente, *On the History of Film Style* (1994), de David Bordwell, propõe olhar a história dos estudos fílmicos a fim de explorar a forma como o ato de criação e afirmação artística dos cineastas (a partir da noção de *film style*) se relaciona profundamente com os contextos de produção. Trata-se de uma obra que conjuga os contributos da história e das teorias do cinema.

Agradecimento

Este trabalho foi realizado no âmbito do projeto MigraMediaActs – Migrações, Média e Ativismos em Língua Portuguesa: Descolonizar Paisagens Mediáticas e Imaginar Futuros Alternativos (ref. PTDC/COM-CSS/3121/2021), financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT). Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

Referências

- Araújo, N. (2023/2021). *História do cinema: dos primórdios ao cinema contemporâneo*. Edições 70.
- Arnheim, R. (1989/1932). *A arte do cinema*. Edições 70.
- Aumont, J. & Marie, M. (1996/1988). *A análise do filme*. Edições Texto & Grafia.
- Aumont, J., Bergala, A., Marie, M. & Vernet, M. (1995/1983). *A estética do filme*. Pápirus Editora.
- Báñez, B. (1985/1924). "A Face do Homem". In E. Geada (Ed.), *Estéticas do Cinema* (pp. 75-100). Publicações Dom Quixote.
- Bazin, A. (1991/1958). *O cinema: ensaios*. Editora brasiliense.
- Bordwell, D. (1994). *On the history of film style*. Harvard University Press.
- Clouzot, H.-G. (Realizador). (1955). *Diabolique* [Filme]. Filmsonor & Vera Films.
- Coppola, F. F. (Realizador). (1972). *The Godfather* [Filme]. Paramount Pictures & Alfran Productions.
- Cunha, P. (2023/2021). "Terceiro cinema ou a descolonização do cinema". In N. Araújo (Ed.), *História do cinema: dos primórdios ao cinema contemporâneo*. Edições 70.
- Curtiz, M. (Realizador). (1942). *Casablanca* [Filme]. Warner Bros.
- Deleuze, G. (1985a). *A imagem-movimento*. Assírio e Alvim.
- Deleuze, G. (1985b). *A imagem-tempo*. Assírio e Alvim.
- Eisenstein, S. (1985/1929). Métodos de montagem. In E. Geada (Ed.), *Estéticas do Cinema* (pp. 59-70). Publicações Dom Quixote.
- Elsaesser, T. & W. Buckland (2002). *Studying contemporary American film: a guide to movie analysis*. Arnold.
- Ferreira, C. M. (2011). *Cinema. Uma Arte Impura*. Edições Afrontamento.
- Fleming, V. (Realizador). (1939). *Gone with the Wind* [Filme]. Selznick International Pictures & Metro-Goldwyn-Mayer.
- Ford, J. (Realizador). (1956). *The Searchers* [Filme]. C. V. Whitney Pictures.
- Gomes, W. (2004). La poética del cine y la cuestión del método en el análisis fílmico. *Significação: Revista De Cultura Audiovisual*, 31(21), 85-105. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2004.65584>
- Henderson, B. (1985/1975). "Dois tipos de cinema". In E. Geada (Ed.), *Estéticas do Cinema* (pp. 77-95). D. Quixote.
- Higbee, W. & Lim, S. H. (2010). Concepts of transnational cinema: towards a critical transnationalism in film studies, *Transnational Cinemas*, 1(1), 7-21.
- Hill, J. & Gibson, P. C. (Eds.) (1998). *The Oxford guide to film studies*. Oxford University Press.

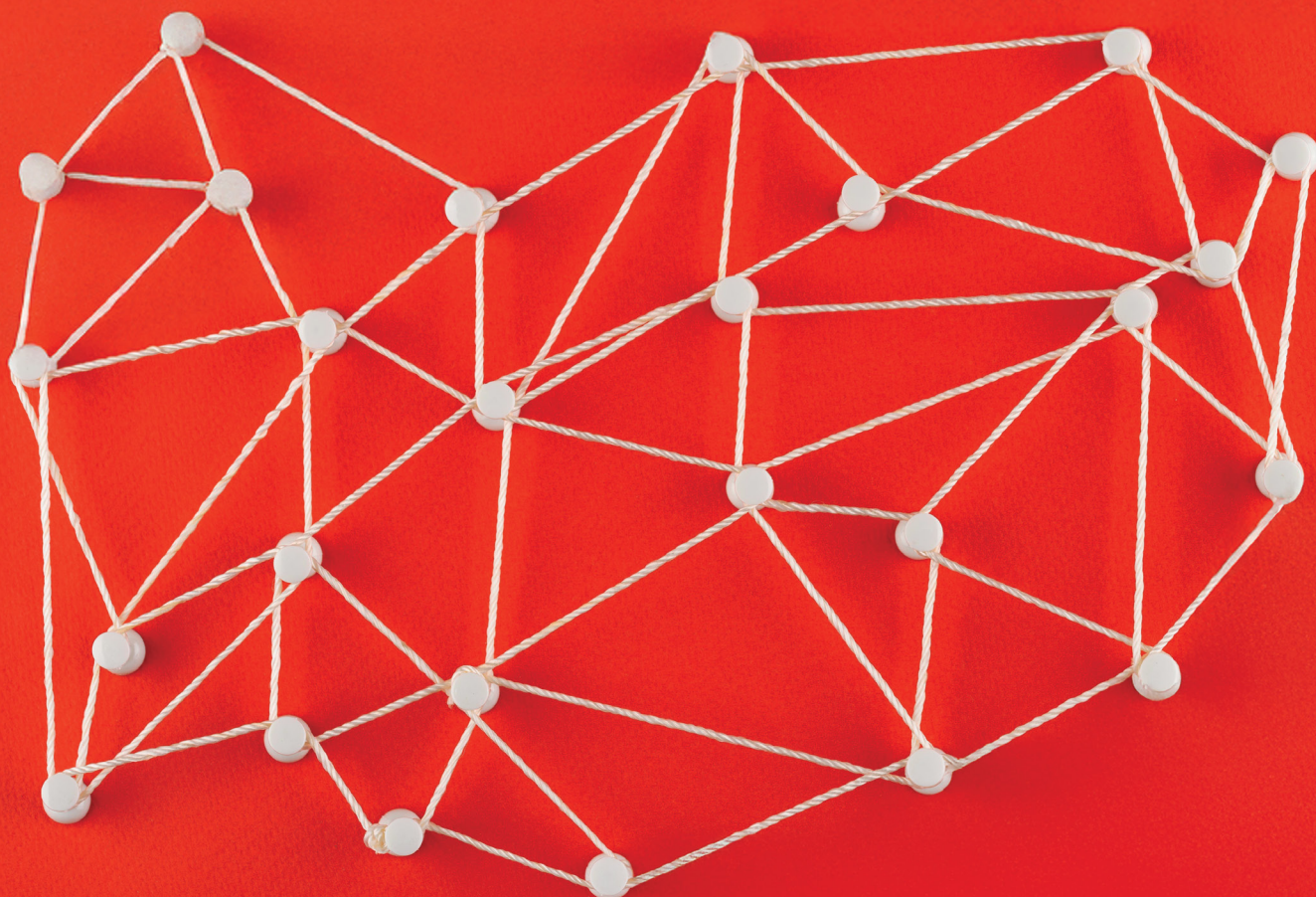
- Hitchcock, A. (Realizador). (1946). *Notorious* [Filme]. RKO Radio Pictures.
- Hitchcock, A. (Realizador). (1963). *The Birds* [Filme]. Alfred Hitchcock Productions & Universal Pictures.
- Hjort, M. (2010). On the plurality of cinematic transnationalism in Durovicová, N. & Newman, K. (Eds.), *World Cinemas, Transnational Perspectives* (pp. 12-33). Routledge.
- Kracauer, S. (1960). *Theory of film: the redemption of film reality*. Oxford university press.
- Kubrick, S. (Realizador). (1968). *2001: A Space Odyssey* [Filme]. Metro-Goldwin-Mayer & Stanley Kubrick Productions.
- Martin, M. (2005/1955). *A linguagem cinematográfica*. Dinalivro.
- Mazzoneli, A. (2005). *O ABC da Linguagem Cinematográfica*. Edições Cine-Clube de Avanca.
- Mikos, L. (2004). Analysis of Film. In U. Flick (Ed.), *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis* (pp. 409-423). Sage.
- Mulvey, L. (1999/1975). Visual pleasure and narrative cinema. In L. Braudy & M. Cohen (Eds.), *Film theory and criticism: introductory readings* (pp. 833-844). Oxford UP.
- Oliveira, M. (Realizador). (1993). *Vale Abraão* [Filme]. Madragoa Filmes et al.
- Penafria, M. (2009). Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s). *Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação*. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>.
- Ramos, F. P. (2005). *Teoria contemporânea do cinema: pós-estruturalismo e filosofia analítica*. SENAC.
- Sales, M. (2023). Cinemas feministas, queer e decoloniais. In N. Araújo (Ed.), *História do cinema: dos primórdios ao cinema contemporâneo*. Edições 70.
- Sembène, O. (Realizador). (1966). *La Noire de...* [Filme]. Filmi Domirev & Les Actualités Françaises.
- Tourneur, J. (Realizador). (1942). *Cat People* [Filme]. RKO Radio Pictures.
- Tudor, A. (2009/1974). *Teorias do Cinema*. Edições 70.
- Varda, A. (Realizador). (1962). *Cléo de 5 à 7* [Filme]. Ciné-tamaris & Rome Paris Films.
- Visconti, L. (Realizador). (1971). *Morte a Venezia* [Filme]. Alfa Cinematografica & Warner Bros.
- Welles, O. (Realizador). (1941). *Citizen Kane* [Filme]. RKO Radio Pictures & Mercury Productions.
- Welles, O. (Realizador). (1958). *Touch of Evil* [Filme]. Universal International Pictures.
- Xavier, I. (1983). *A experiência do cinema*. Graal.
- Youngblood, G. (1970). *Expanded cinema*. P. Dutton.

Isabel Macedo

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho
isabel.macedo@ics.uminho.pt
<https://orcid.org/0000-0003-4107-3997>

Tiago Vieira da Silva

Centro de Estudos Arnaldo Araújo, Escola Superior Artística do Porto/Centro de
Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho
iA* Unidade de Investigação em Artes/Universidade da Beira Interior
tiago.silva@esap.pt
<https://orcid.org/0000-0003-1917-7642>



Num contexto em que a comunicação e os media desempenham um papel central na construção das sociedades contemporâneas, a investigação científica é um recurso indispensável para compreendermos os fenómenos, práticas e processos comunicacionais. Este Manual de Métodos de Investigação em Comunicação oferece uma abordagem abrangente sobre os principais paradigmas, métodos e técnicas utilizados nas Ciências da Comunicação, articulando reflexão epistemológica, rigor metodológico e aplicação prática. Concebido para apoiar estudantes, investigadores e docentes, o livro percorre as diferentes etapas do processo de investigação, desde a formulação de problemas e questões de pesquisa até à recolha, análise e interpretação de dados. Ao longo de quinze capítulos, apresenta orientações metodológicas, exemplos práticos e exercícios que permitem consolidar conhecimentos e desenvolver competências essenciais para a realização de investigação científica de qualidade. Assumindo que os métodos de investigação são mais do que um conjunto de procedimentos técnicos, esta obra propõe uma compreensão crítica e reflexiva da produção do conhecimento, valorizando a relação entre teoria, metodologia e contexto. Reunindo contributos de especialistas de diferentes áreas e posicionamentos metodológicos, é um recurso para quem pretende iniciar-se na investigação em Comunicação ou aprofundar a sua prática. Mais do que um manual, esta obra é um convite à exploração crítica dos caminhos da investigação e ao fortalecimento da cultura científica no espaço académico lusófono.



UMinho Editora



Universidade do Minho

ISBN 978-989-9074-98-9



9 789899 074989 >