

# Repensar a investigação empírica sobre os Media e o Jornalismo

Isabel Ferin Cunha\*

## Índice

1	Introduzir a Problemática . . . . .	1
2	Formular algumas questões . . . . .	2
3	Um pouco de História . . . . .	5
4	Questões Metodológicas Gerais . . . . .	7
5	Tipos de Pesquisa . . . . .	8
6	Desafios e Perspectivas futuras dos Estudos Empíricos . . . . .	9
7	Bibliografia Auxiliar . . . . .	10

**Resumo:** Com esta exposição pretende-se contribuir para o desenvolvimento dos Estudos Empíricos sobre a Comunicação, os Media e o Jornalismo em Portugal, introduzindo a problemática e fazendo um balanço das questões mais importantes que se colocam a esta investigação. Em seguida, partindo das três correntes de pensamento que organizam a matriz das Ciências Sociais e Humanas faz-se um breve apontamento sobre os Estudos Empíricos e as suas tendências a partir dos anos vinte-trinta do século XX até à actualidade. Na sequência, apresentam-se algumas questões metodológicas, nomeadamente as referentes à definição de objecto, limitação do universo de pesquisa, identificação, recolha

e análise de dados, bem como as fases que constituem o percurso de descoberta. Aprofundando esta abordagem metodológica, caracteriza-se a pesquisa quantitativa e qualitativa e mista, fazendo referência às vantagens desta última no cruzamento de dados advindos da *Produção/Encoding* e da *Recepção/Decoding*. Para terminar, abordam-se os desafios que se colocam ao desenvolvimento dos Estudos Empíricos em Portugal, bem como as perspectivas futuras deste campo de investigação.

**Palavras-chave:** Estudos Empíricos sobre Comunicação, Media e Jornalismo; Metodologias de Investigação; Pesquisa Qualitativa; Pesquisa Quantitativa.

## 1 Introduzir a Problemática

Qualquer reflexão ou discussão sobre a problemática da investigação empírica sobre Media e Jornalismo terá que abordar, em jeito de preâmbulo ou contexto, o estado da arte destas investigações — neste ano de 2003 — e os problemas que se colocam ao desenvolvimento destes estudos em Portugal.

Fazendo um balanço destes últimos anos, convém referir o aumento significativo de in-

\*Instituto de Estudos Jornalísticos. Universidade de Coimbra.

investigações empíricas que levaram à defesa de Mestrados e Doutoramentos, bem como posteriores publicações em colecções específicas de editoras interessadas. Este fenómeno, acompanhado do aumento de professores titulados e alunos interessados em pesquisa empírica, levou ao surgimento de novos títulos de revistas dedicadas à divulgação da investigação sobre a realidade dos Media e do Jornalismo em Portugal, centrada em estudos de caso, bem como ao esboço de teorias empíricas sobre esta realidade. Este movimento, que terá tido início por volta de 1994/95, deve muito da sua dinâmica não só ao aumento de programas de Mestrado, como às organizações científico-profissionais, aos congressos realizados e à participação internacional de muitos investigadores e professores nestes eventos.

Pode-se dizer, assim, que o campo da investigação empírica não tem cessado de crescer neste últimos anos, sobretudo no que se refere à análise de imprensa. Contudo, como é do conhecimento geral dos investigadores e professores interessados, há graves problemas que se colocam ao desenvolvimento destes Estudos, nomeadamente quanto ao acesso aos objectos de análise (produzidos pela imprensa, rádio, televisão e on-line), à universalização dos procedimentos de recolha e tratamento de dados e à posterior divulgação nacional e internacional dos resultados. Estes problemas limitam a expansão do campo e põem em causa a credibilidade da investigação, inibindo o aprofundamento e a subsequente qualidade e validação das pesquisas.

Para melhor compreensão deste problema passa-se a inventariar as questões mais pertinentes, o que poderá contribuir para a definição de alguns objectivos comuns, visando

o desenvolvimento e a consolidação dos Estudos Empíricos e aproximando-os quer da realidade dos Media e do Jornalismo em Portugal, quer da sociedade portuguesa.

## 2 Formular algumas questões

A primeira reflexão diz respeito à dependência científica, metodológica, e por vezes administrativa, dos estudos que compõem a área científica de Comunicação, Media e Jornalismo. Torna-se urgente a autonomização, consolidação e credibilização desta área científica e da investigação empírica que lhe está associada. Na verdade, como já foi afirmado por muitos autores, esta é uma área interdisciplinar e transdisciplinar reivindicada quer pelos profissionais quer pelas disciplinas constituídas, tendo tido dificuldades — sobretudo nas Universidades Portuguesas — em manter autonomia científica e metodológica. Esta autonomia não significa nem o repúdio das experiências profissionais, nem das contribuições de outras disciplinas, mas sim o abandono da emancipação tutelar de aparatos teóricos, metodológicos e pragmáticos, que inibem o desenvolvimento e a consolidação de teorias e metodologias próprias, capazes de interpretar os fenómenos que constituem a sua vocação disciplinar.

Na sequência desta observação, e talvez por decorrência da realidade atrás exposta, torna-se fundamental a existência de Centros de Investigação, com apoio continuado e estável, público, privado ou misto. Um apoio inicial é fundamental para o financiamento de infra-estruturas, nomeadamente material informático, compra e desenvolvimento de softwares específicos, instrumentos determinantes para a consecução da investigação empírica. O funcionamento des-

tes centros, com base em projectos e equipas interdisciplinares, centrados em fenómenos da Comunicação, dos Media e do Jornalismo, são condições determinantes para o desenvolvimento de capacidades metodológicas e competências tecnológicas específicas.

A partir da enunciação desta segunda questão, passa-se a discorrer sobre um conjunto de outras, que se prendem com a dificuldade de acesso a dados, isto é, à matéria-prima que constitui os objectos de análise da investigação empírica.

Primeiramente, convém referir que as metodologias de investigação empírica obrigam à contextualização dos fenómenos de Comunicação, Media e Jornalismo nas sociedades onde são observados. O processo de contextualização faz-se através da apresentação de diferentes formas de leitura — tendo em conta aspectos económicos, sociais, políticos e relativos aos Media — que rodeiam os fenómenos que se pretende observar. Nesta perspectiva, o recurso a dados estatísticos constitui um aspecto indispensável para uma contextualização credível. Contudo, as dificuldades em obter estatísticas actualizadas, relativas não só aos Media (em Portugal, na UE e outros países), mas à sociedade como um todo, limitam a capacidade de observação e interpretação. Salientam-se dois tipos de entraves à obtenção de dados estatísticos: um de natureza económica — os dados são tão caros que não podem ser comprados individualmente por um investigador, nem pelo centro a que pertence e outro de natureza metodológica — os dados não existem, na especificidade desejada para a investigação. Assim, a contextualização tende a ser feita dentro das condições existentes e dos acessos disponíveis.

A quarta questão prende-se ao acesso à matéria-prima sob a qual assenta a investigação empírica. Grande número de Estudos Empíricos estão centrados em matéria-prima — escritos, imagem, som, on-line — produzida pelos Media, sendo que estas empresas tendem a organizar os conteúdos da sua actividade em função das suas disposições internas. Assim, não existindo políticas públicas concretas para estes materiais — excepto para a imprensa que é obrigatoriamente depositada e constitui o acervo das hemerotecas — os acessos estão condicionados pelas políticas particulares de cada empresa ou instituição. Esta realidade pautada pelas dificuldades de acesso físico, preços praticados e técnicas inadequadas de conservação, registo e indexação, tem determinado, até hoje, os Estudos Empíricos sobre os Media e o Jornalismo em Portugal. Esta situação tem circunscrito as investigações à imprensa, por ser de público e universal acesso, fazendo com que as investigações sobre televisão e rádio sejam realizadas, maioritariamente, por profissionais/investigadores que têm acesso, informalmente, aos materiais produzidos e guardados nas suas empresas.

Dentro desta mesma questão situa-se o acesso aos dados de audiência, passados e presentes. Estes dados são recolhidos, vendidos e trabalhados, por empresas que os fornecem a outras empresas, tendo como objectivo central a publicidade e os públicos alvo a que está associada. São dados inacessíveis ao investigador particular e dificilmente passíveis de recolha pelos Centros de Investigação Científica, óbice que afecta a realização e credibilidade das pesquisas centradas sob os públicos e a recepção.

Uma outra condicionante, na continuação das questões de acesso, relaciona-se com o

registo de teses e dissertações em Comunicação, Media e Jornalismo, nomeadamente no que toca às dissertações e teses em curso. A divulgação destes registos permitiria, não só ter uma perspectiva científica e metodológica geral, como racionalizar meios e rentabilizar a aquisição de conhecimentos, para além de constituir o percurso, ou melhor, a memória, da investigação nesta área em Portugal. É na sequência desta observação que se passa a um outro conjunto de questões, essencialmente de carácter metodológico e instrumental, relacionado com a capacidade de acumulação e tratamento de dados.

Entra-se, assim, no item sexto dos problemas, que está vinculado à capacidade de acumular conhecimentos através da construção de bases de dados e do registo de dados empíricos. Se, está claro que cada pesquisa, cada nova pesquisa, deve corresponder ao reiniciar de um novo processo de descoberta, não é tão natural assim, que cada pesquisador deva percorrer todos os mesmos passos e sofrer todas as vicissitudes deste percurso, obrigando-se a começar sempre do limiar zero. Esta realidade só poderá ser superada através do desenvolvimento de metodologias, da utilização de suportes informáticos e da pesquisa de softwares adequados, um trabalho a ser realizado por equipas interdisciplinares de académicos e profissionais, visando a investigação empírica sobre os fenómenos dos Media e do Jornalismo, e um conhecimento posteriormente partilhado nas Universidades e Centros de Investigação.

Na continuação desta observação, considera-se que a utilização de metodologias e softwares utilizados em áreas já constituídas, como a sociologia e a antropologia, deve adequar-se às especificidades dos objectos desta área. Neste sentido, se a

pesquisa quantitativa fundada em programas tipo SPSS, é fundamental para universalizar uma linguagem consagrada nas Ciências Sociais e permitir aos investigadores da área científica da Comunicação, Media e Jornalismo desenvolver pontes de pesquisa com essas disciplinas, por outro lado, não se deve perder de vista as pesquisas qualitativas e a experimentação de protocolos também já desenvolvidos e experimentados.

E aqui entra-se numa outra questão, a sétima, que pode ser enunciada da forma que se segue. Dado o paradigma adoptado pela maioria das escolas de Comunicação e Jornalismo — um paradigma advindo basicamente do campo das Ciências Humanas, nomeadamente da Filosofia, Linguística /Semiologia e Literatura — a maioria dos Estudos Empíricos tem vindo a situar-se no plano da Produção, independentemente de já estar em curso a alteração do paradigma que contempla o processo circular da Produção/*Encoding* e da Recepção/*Decoding*. Assumindo à partida que este processo complexo constitui a especificidade do campo da Comunicação, Media e Jornalismo, é crucial desenvolver capacidades que permitam o cruzamento de dados advindos da Produção/*Encoding* e da Recepção/*Decoding*. Esta especificidade tenderá a consolidar-se na medida em que surjam investigações que interrelacionem dados referentes à actividade das empresas, dos diferentes Media, seus produtos e características, bem como aos seus profissionais, aos públicos e audiências, efeitos, formas de recepção e consumo dos Media.

Só o desenvolvimento destas competências permitirão aos Estudos Empíricos, e aos seus investigadores, adquirirem legitimidade científica e social na análise e interpreta-

ção dos fenómenos mediáticos na sociedade, uma função que para além da rapidez de respostas e o abandono do senso-comum, exige capacidades de comunicação com áreas disciplinares afins e com os públicos em geral.

### 3 Um pouco de História

Três grandes correntes de pensamento das Ciências Sociais e Humanas, o Positivismo, a Hermenêutica e a Teoria Crítica, tiveram consequências directas nos estudos e pesquisas sobre os Media e na definição de paradigmas de investigação.

O Positivismo é uma corrente de pensamento que nasce no século XIX, com base nos trabalhos do filósofo francês Augusto Comte, e se desenvolve com o sociólogo Émile Durkheim. Aos dois se pode atribuir a concepção da sociedade como objecto científico. Este objecto que deve ser sujeito a uma análise empírica com vista à identificação objectiva de dados — os fenómenos sociais — que devem ser levantados, analisados e sujeitos a um tratamento qualitativo com vista à predicação de leis. Dentro deste quadro de investigação, centrado na compreensão dos fenómenos sociais como dados, torna-se fundamental definir, primeiramente, o que é, objectiva e universalmente, um dado, em seguida, explicar as relações de causa-efeito existentes entre os múltiplos fenómenos sociais e, por último, aprofundar as metodologias de colecta empírica, medida e tratamento estatístico de dados. Partindo do princípio que todos os indivíduos partilham o mesmo sistema de sentidos e que as ciências sociais devem assemelhar-se às ciências exactas, formulando teorias e leis, a pesquisa de carácter positivista vai dar grande importância ao volume de dados colectados — e

às técnicas de colecta pré-estruturada — ensaiando, com base em variáveis estatísticas, a formulação de teorias e leis sociais.

A corrente Hermenêutica e Interpretativa das ciências sociais — com raízes ancestrais na exegese bíblica e, modernamente no século XIX, na sociologia de Max Weber — manifesta-se em diversas tendências e escolas de áreas científicas. Contrariamente ao Positivismo, vai centrar-se nos factores internos que movem as pessoas e as sociedades, isto é na acção social. A acção social é, para os autores desta corrente, as interacções portadoras de sentidos, e finalidades, que se expressam em realizações individuais ou colectivas. Estas experiências subjectivas e colectivas estão presentes em inúmeros textos — escritos, orais, imagens — e constituem objectos de sentido privilegiados, sendo necessário recorrer a diversas metodologias fundadas numa abordagem interna, e próxima, ao objecto. Em função da área científica e do objecto a analisar, e na medida em que, os métodos de colecta de dados são sobretudo impressionistas — fundados na identificação de indicadores — os investigadores recorrem a diversas metodologias, tais como a hermenêutica, a etnometodologia e às metodologias qualitativas de observação participativa, nomeadamente a entrevistas.

A Teoria Crítica das ciências sociais surge nos desdobramentos da teoria marxista sobre a sociedade capitalista objectivando revelar, explicar e compreender as estruturas e relações de poder no interior das sociedades e entre as sociedades. Os investigadores que se filiam a esta corrente, ao afirmarem não ser possível fazer ciência sem ter em conta os contextos económicos e políticos das sociedades, dos indivíduos e da própria ciência, criticam a concepção positivista da ciência

que consideram alinhada às formas política e economicamente dominantes. Ao mesmo tempo, distanciam-se da concepção interpretativa, por entenderem ser demasiado subjectiva e relativista. Na sequência destes pressupostos, procuram, ainda, desmistificar as estruturas aparentes da sociedade buscando os seus sentidos ocultos, contrapondo, com esse objectivo, as práticas aos discursos. Nesta perspectiva, as interpretações semiológicas e as análises do discurso de casos constituem as metodologias preferenciais.

Estas três matrizes de pensamento científico reflectem-se, em diversos momentos e com diversas matizes nos Estudos sobre os Media, desde os anos vinte, nomeadamente nas Teorias Gerais que visam explicar a Sociedade, os sistemas de Comunicação e os Media, designadamente nas teorias Cibernética e Matemática da Informação, no conjunto de trabalhos que constituem o Interaccionismo Simbólico, na Escola de Frankfurt e mais particularmente no Funcionalismo, no Estruturalismo e nos designados Estudos Culturais.

Os Estudos Empíricos sobre os Media iniciaram-se, como se sabe, nos finais dos anos vinte, nos Estados Unidos, e estiveram inicialmente centrados nos efeitos das propagandas levadas a cabo pelos governos europeus durante a I Grande Guerra. Estes estudos visavam aferir, dentro de uma perspectiva comportamentalista, os efeitos directos provocados por este tipo de mensagens, sobretudo veiculadas pela rádio. Posteriormente, e já numa perspectiva funcionalista incorporada pela *Communication Research*, a investigação empírica sobre os Media, objectivou apreender o papel da rádio nos comportamentos e atitudes que levam os cidadãos a consumir determinado produto e a definir

a sua orientação de voto. Estes estudos privilegiaram a geração e colecta de dados com base em inquéritos, entrevistas e sondagens, partindo em seguida para a quantificação estatística da análise e interpretação.

A estes estudos seguiram-se outros, no decorrer da década de quarenta/cinquenta nos Estados Unidos, que procuraram identificar os critérios noticiosos e o valor notícia, entender as rotinas produtivas dentro das empresas noticiosas e determinar os procedimentos dos jornalistas em função das culturas empresariais. Neste período, os Media são, por excelência, a rádio e a imprensa sendo que a problemática dos efeitos (directos, indirectos ou limitados) está quase sempre presente, aferida por meio de metodologias essencialmente quantitativas.

A partir dos finais dos anos cinquenta, início da década de sessenta, os estudos empíricos, nos Estados Unidos, tendem a alargar-se para além do jornalismo e dos meios rádio e imprensa, incluindo paulatinamente a televisão nas suas abordagens e procurando pesquisar as alterações no gosto, provocadas pelas indústrias culturais. Ao mesmo tempo, sempre numa perspectiva funcionalista e predominantemente quantitativa, procura-se analisar os efeitos deste novo Media em segmentos de público específicos, como as crianças, os jovens e as mulheres. Em Inglaterra, desenvolve-se, neste mesmo período, um conjunto de outros Estudos Empíricos que visam não só apreender o papel dos Media na sociedade, como compreender de que forma, e com que sentido, se dá a recepção das mensagens por eles produzidos. Com este objectivo desenvolvem-se metodologias preferencialmente qualitativas.

Nestas duas matrizes fundamentam-se, até hoje, os Estudos Empíricos sobre os Media e

o Jornalismo. Contudo, é evidente que não se pode dissociar deste percurso, e das práticas metodológicas que lhe estão associadas, as correntes e os paradigmas dominantes, ao longo destas décadas, nas Ciências Sociais e Humanas, nomeadamente na Linguística, na Sociologia, na Psicologia, na Ciência Política e na Antropologia.

#### 4 Questões Metodológicas Gerais

Considera-se que constitui objecto geral dos Estudos Empíricos os fenómenos decorrentes da actividade dos Media e do Jornalismo. Antecedendo esta afirmação está a assunção que os Media, e depois os Novos Media, adquiriram uma centralidade incontestável nas sociedades ocidentais modernas, sendo impossível pensar as mudanças culturais e sociais sem ter em conta os processos e sentidos da produção e recepção das mensagens mediatizadas.

São, potencialmente, objecto dos Estudos Empíricos todos os elementos que rodeiam a produção dos Media e dos Novos Media, nomeadamente cada um dos meios de comunicação — tanto na perspectiva da organização empresarial, como profissional ou de construção do produto — as suas audiências ou públicos e os efeitos de interacção entre os primeiros e estes últimos. Os dados são, assim, evidências, fenómenos do mundo social resultantes da actividade dos Media (e dos Novos Media) e da interacção destes com cada indivíduo em particular e com a Sociedade em geral, constituindo um universo ilimitado. A definição deste objecto geral implica um processo de investigação que envolve os seguintes passos: a definição de uma problemática, através de uma pergunta de partida; a recolha de bibliografia sobre o

tema; a formulação de hipóteses explicativas; a opção por um tipo de pesquisa, seguidos de observação, colecta, registo, análise e interpretação (contextualizada) dos dados obtidos.

A imensidão dos objectos a analisar e a grandeza de dados a colectar exige que haja necessidade de proceder à segmentação do universo potencial e, por conseguinte, à construção de *corpora* e, ou, amostras representativas desse universo, sobre os quais incidirá a pesquisa. Estes procedimentos vão estar em consonância não só com os objectivos e o objecto da investigação como com normas metodológicas gerais, permitindo afirmar que não há, à partida, “receitas” para desenvolver a investigação, mas sim, procedimentos mais ou menos adequados a determinados tipos de pesquisa. Assim, por exemplo, as sondagens, que utilizam metodologias quantitativas fundadas na análise de entrevistas ou inquéritos, recorrem à definição de amostras representativas da população que se pretende analisar. No entanto, a análise de um tema determinado na imprensa, recorrendo à análise de conteúdo, exige não só um *corpus*, isto é a delimitação física de um conjunto de textos, como a definição de uma amostra representativa desse *corpus*.

Enfatiza-se, mais uma vez, que tanto a delimitação do universo de pesquisa — por amostra e ou *corpus* — como a colecta de dados implica num prévio posicionamento teórico e numa prévia opção epistemológica. Por outro lado, para que a pesquisa seja credível, fiável e universalmente válida é necessário apresentar os pressupostos teóricos e os métodos que fundamentaram a essa delimitação e à colecta de evidências. É na sequência desta exigência que se torna fundamental

o delineamento da pesquisa que envolve, em primeiro lugar, a contextualização dos fenómenos, em seguida as justificações que orientam as escolhas dos procedimentos e em seguida os procedimentos propriamente ditos. Este último ponto determina quatro fases da pesquisa: identificação e definição do tipo de pesquisa a desenvolver (quantitativa, qualitativa, ou mista); métodos e técnicas de colecta e, ou, geração de dados); análise dos dados (por exemplo, análise estatística, análise de conteúdo, análise do discurso); interpretação e recontextualização dos dados.

## 5 Tipos de Pesquisa

Como já se referiu nos Estudos Empíricos, sobre Media e Jornalismo, a pesquisa pode situar-se na perspectiva da Produção/*Encoding* ou da Recepção/*Decoding* ou, simultaneamente, nas duas perspectivas, o que tem vindo a caracterizar, progressivamente, os estudos recentes desta área, conferindo-lhe identidade frente às disciplinas constituídas.

No âmbito da Produção/*Encoding* situam-se os estudos que visam o acontecimento, a selecção, a construção e produção da notícia, bem como as investigações que objectivam os actores singulares e colectivos deste processo, tais como os grupos media, as empresas jornalísticas, a natureza do canal, as agências, os jornalistas e outros profissionais. No campo da Recepção/*Decoding* encontram-se as pesquisas de audiências (audiometria, estudos de opinião, sondagens) e sobre os públicos, na perspectiva dos efeitos e da recepção. No cruzamento das duas perspectivas situam-se os estudos que procuram, cruzando os procedimentos de *encoding* com os procedimentos de *decoding*, aferir o im-

pacto quotidiano dos Media e do Jornalismo nos indivíduos e na sociedade.

Salienta-se, mais uma vez, que qualquer uma destas perspectivas envolvem pesquisas de carácter quantitativa ou qualitativa, que correspondem a uma opção sobre a natureza do conhecimento, a realidade social e os procedimentos de captação destes fenómenos.

Teoricamente, a pesquisa qualitativa incide em dados não métricos (palavras, textos, imagens, gráficos), utiliza procedimentos indutivo-exploratórios visando a conceptualização e a especulação e fundamentando-se nas correntes interpretativas das Ciências Sociais e Humanas. Quanto à pesquisa quantitativa, fundamentar-se-ia nas teorias descritivas e formais, nomeadamente na Lógica e na Matemática, visaria o tratamento de dados métricos, utilizando processos experimentais, hipotético-dedutivos, com vista à verificação.

Nos Estudos Empíricos sobre Media e Jornalismo o protótipo desta pesquisa são as sondagens, apoiadas normalmente por softwares específicos, como o SPSS (Statistical Package for Social Sciences). A pesquisa quantitativa caracterizar-se-ia, então, por ser essencialmente numérica, visar o tratamento estatístico dos dados obtidos por meio de entrevistas e inquéritos. No entanto, é necessário referir que os procedimentos de recolha de dados, para posterior tratamento estatístico, recorrem à análise de conteúdo, uma metodologia que obriga à definição de categorias de sentido pertinentes ao objecto de análise, reflectindo-se nas variáveis e códigos que originam os resultados quantitativos. Assim, os resultados da pesquisa quantitativa dependem, em grande medida de um trabalho anterior de análise interpretativa.

Nos mesmos Estudos, a pesquisa qua-

litativa incide, preferencialmente em textos/documentos com o objectivo de, através de metodologias interpretativas universalizadas, aceder a dados de maior qualidade. O protótipo desta pesquisa é a análise do discurso e a entrevista em profundidade, metodologias consideradas *soft* em oposição às quantitativas, consideradas *hard*. Contudo, convém referir que existindo já grande número de softwares para a análise qualitativa, o recurso à quantificação dos dados qualitativos é habitual.

## 6 Desafios e Perspectivas futuras dos Estudos Empíricos

Em Portugal, muito se fez nestes últimos dez anos no domínio da pesquisa empírica sobre a Comunicação, os Media e o Jornalismo, nomeadamente no que se refere à análise da imprensa e da televisão. Contudo, novos desafios devem ser enfrentados num futuro próximo.

Um dos primeiros desafios, constitui em alertar e incentivar as instituições públicas e privadas a criarem condições de pesquisa sobre os materiais gerados na sua actividade, bem como a disponibilizar estatísticas para fins de investigação. Só com a abertura dos arquivos sonoros e visuais a pesquisa sobre a produção/programação de rádio, televisão, Internet e seus conteúdos deixará de estar condicionada. Por outro lado, só com o acesso a dados estatísticos gerais será possível compreender os contextos específicos da recepção.

Um segundo desafio assenta nas dificuldades sentidas até hoje em formalizar metodologias apropriadas ao campo de pesquisa, nomeadamente no que se refere à análise de

texto, imagem e som nos diferentes Media. Esta formalização envolve o recurso a procedimentos padronizados e universais, o que obriga a desenvolver e partilhar, através de formação específica, metodologias apropriadas, assim como a utilização de *softwares* comuns às ciências sociais e humanas e de *softwares* específicos aos Estudos sobre os Media (*Media Studies*), nomeadamente os que poderão dar conta da análise de texto e de imagem, numa perspectiva qualitativa.

A maior parte da pesquisa encontra-se situada na perspectiva da Produção/*Encoding*. Contudo, constitui um terceiro desafio estabelecer linhas de pesquisa que permitam o cruzamento destes resultados com os obtidos em pesquisas de Recepção/*Decoding*. Neste contexto, os estudos de audiometria e as sondagens, realizados por algumas empresas, são de grande importância, competindo aos Centros de Investigação e aos pesquisadores alertar estas empresas para os benefícios da cooperação sobretudo no que toca à interpretação do cruzamento de dados e à pesquisa qualitativa, nomeadamente as centradas em metodologias de *focus group*, observação etnográfica e entrevistas em profundidade.

Por outro lado, a interacção entre os estudos centrados na Produção/*Encoding* e os estudos centrados na Recepção/*Decoding* permitirá entender melhor a relação entre a Comunicação, os Media e o Jornalismo e a construção social da realidade, nomeadamente em temáticas políticas, económicas, sociais e culturais. Ao mesmo tempo, a consolidação desta perspectiva de investigação implicará a aquisição de múltiplas competências, na medida que confronta procedimentos de análise de texto, imagem e som com procedimentos de análise do discurso e

observação etnográfica centrada em formas de recepção e negociação das mensagens noticiosas. Estas competências resultarão, certamente, em achegas importantes para a aferição não só da qualidade dos processos de comunicação, como dos Media e do Jornalismo, ao mesmo tempo que promoverão a compreensão dos públicos e a fundamentação de políticas de programação.

Um quarto desafio diz respeito à divulgação dos resultados e à exigência de internacionalização da investigação, com base em estudos comparativos. Sabendo-se que o trabalho em redes temáticas internacionais, europeias ou mundiais, é hoje uma das formas mais estimulantes de alargar o conhecimento e aceder a novas metodologias, tona-se urgente a identificação de Universidades, Departamentos, Centros de Investigação e investigadores que possam constituir parcerias credíveis em projectos empíricos sobre os Media e o Jornalismo.

Considera-se, assim, que a médio e a curto prazo, a consolidação dos Estudos Empíricos permitirão a estas investigações contribuir para a credibilidade e autonomização da área bem como para a aquisição do estatuto de “*investigação estratégica para a decisão*” em sectores relevantes como o planeamento e a análise política, social e económica.

## 7 Bibliografia Auxiliar

- Alasuutari, P., *Researching Qualitative Method and Cultural Studies*, Londres, Sage, 1995.
- Alasuutari, P., *An Introduction to Social Research*, London, Sage, 1998.
- Bauer, M.W e G. Gaskell, *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*, Petrópolis, Vozes, 2002.
- Berger, A. A., *Media and Communication Research Methods: Na Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*, London, Sage, 2000.
- Decon, D., Michael Pickering, P. Golding, G. Murdock, *Researching Communication*, London, Arnold, 1999.
- Gunter, B., *Media Research Methods: Measuring Audiences, Reactions and Impact*, London, Sage, 2000.
- Jensen, K.B. e N.W. Jankowski, *A Handbook of Qualitative Methodologies For Mass Communication Research*, Londres, Routledge, 1993.
- Lessard-Hébert, M., G. Goyette, G. Boutin, *Investigação qualitativa: fundamentos e práticas*, Lisboa, Piaget, 1994.
- Lopes, M.I. V., *Pesquisa em Comunicação*, São Paulo, Loyola, 1997.
- Pedro, E. *Análise Crítica do Discurso*, Lisboa, Caminho, 1997.
- Quivy, R. E LucVanCampenhoudt, *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Gradiva, 1992.
- Van Dijk, T.A. *Handbook of discourse analysis*, 4 vol. Londres, Academic Press, 1985.
- Van Dijk, T.A. *Ideología: una aproximación multidisciplinaria*, Barcelona, Gedisa, 1998.