

RESENHA

Mais um livro de metodologia: exatamente aquele que faltava

BRANDÃO, Elizabeth

Jornalista, relações públicas, professora do Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB) e coordenadora da Pós-graduação da instituição. Mestre em Ciências Políticas e Doutora em Ciência da Informação.

E-mail: pazito@uol.com.br

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. 380p.

A incumbência de fazer a resenha do livro “Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação”, organizado por Jorge Duarte e Antonio Barros, é a oportunidade de me redimir junto aos autores pelo questionamento que fiz à época em que recebi o convite para participar do livro: “Outro livro de metodologia de pesquisa? Já existem tantos...”. E já que arrependimento não mata, afirmo com convicção que este não é outro livro de metodologia: é O livro de metodologia de pesquisa em Comunicação. Aquele que nem se guarda na estante, fica na beirada da prateleira para não se perder tempo buscando, pois as consultas são constantes.

O livro segue a linha da obra anterior organizada por Duarte, “Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnicas”, também publicada pela Atlas em 2002 e, como aquela, é fruto da preocupação de professores que têm muita experiência com os tropeços e as incertezas inerentes à prática de pesquisas na área de Comunicação, bem como com as dificuldades dos colegas e dos alunos que se dedicam aos trabalhos de conclusão de curso ou às monografias de pós-graduação. Para os professores, a orientação desses trabalhos é sempre um desafio, pois muitas vezes têm que conduzir pesquisas em áreas com as quais nem sempre eles estão familiarizados, mas que acaba sendo necessário para atender aos alunos e às circunstâncias acadêmicas. Nesta hora, lá está ele, o livro bendito que apresenta os passos principais da técnica de pesquisa que se busca, ensina os princípios básicos e ainda informa a respeito dos principais autores que escrevem sobre o tema.

A marca principal da obra é, sem dúvida, a preocupação com o aspecto didático da pesquisa em Ciência da Comunicação. Seu objetivo não é ensinar, discutir ou polemizar as metodologias, mas sim compor um mosaico a partir do qual é possível comparar as várias possibilidades metodológicas que a Ciência da Comunicação utiliza e escolher a mais adequada para o trabalho que se pretende realizar. A primeira parte da coletânea - os três primeiros capítulos - situa o leitor no contexto da discussão filosófica e epistemológica acerca da relação entre ciência e método científico. A partir do quarto capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos de pesquisa em Comunicação Social. Mais do que um compêndio, o livro de Duarte e Barros é um verdadeiro facilitador do trabalho de pesquisa.

Outro aspecto significativo é que os trinta autores escreveram sobre metodologias que realmente já utilizaram em suas pesquisas de campo; por isso mesmo

têm domínio sobre a técnica e a experiência indispensável para apresentá-la e, muitas vezes, tecer comentários sobre os cuidados necessários para a aplicação dessas técnicas e metodologias. Seguramente esta é uma característica que imprime confiabilidade e praticidade à obra.

No entanto, como nada é perfeito, as críticas existem. Em primeiro lugar, dirigidas à editora que resolveu tirar três capítulos do livro impresso e colocá-los no site da editora à disposição dos interessados. O argumento apresentado foi baseado nas técnicas de venda: o livro ficaria muito grande, pouco vendável. Ora, o livro já tem 380 páginas e os três capítulos retirados perfazem apenas mais 48 páginas. Será que 48 páginas a mais seria um empecilho para a venda? Um dos livros clássicos de pesquisa em Comunicação, o de Roger Wimmer e Joseph Dominick, “Mass Media Research: an introduction”, com 480 páginas, trata apenas de pesquisa sobre meios de comunicação e continua vendendo bem há mais de 10 anos.

Um fator que pode ser apontado como uma fraqueza do compêndio é a forma um tanto ligeira com que alguns autores trataram seus temas e, de modo geral, o fato de que as técnicas não foram exploradas com profundidade. No entanto, considerando que o livro apresenta 22 técnicas e metodologias de pesquisa, não há mesmo como explorar as minúcias de cada uma delas. Aliás, esta questão já está colocada por Duarte e Barros na apresentação do livro, onde reconhecem as limitações da obra e declaram os “riscos calculados”, na expressão utilizada pelos autores, que assumiram nas escolhas que fizeram para estruturar a obra. De qualquer ângulo que se queira analisar, as falhas existentes são esquecidas e recompensadas com as vantagens oferecidas pela diversidade dos temas tratados.

Em resumo: é o livro que faltava na estante de qualquer professor e aluno de Comunicação Social.

Copyright (c) 2005 Autor(es) / Copyright (c) 2005 The author(s)
The copyright of works published in this journal belong to the
authors, and the right of first publication is conceded to the journal.
Due to the journal being of open access, the articles are of free use in
research, educational and non-commercial activities.



Selo CC-BY-NC com Direito Autoral_2005