

ORGANIZADORAS

Laura Wottrich (Coord.)

Nísia Martins do Rosário

EXPERIÊNCIAS METODOLÓGICAS NA COMUNICAÇÃO



| São Paulo | 2022 |



Direção editorial	Patricia Bieging Raul Inácio Busarello
Editora executiva	Patricia Bieging
Coordenadora editorial	Landressa Rita Schiefelbein
Diretor de criação	Raul Inácio Busarello
Assistente de arte	Naiara Von Groll
Editoração eletrônica	Lucas Andrius de Oliveira Peter Valmorbidia Potira Manoela de Moraes
Imagens da capa	Sketchepedia, Rawpixel.co, Visnezh - Freepik.com
Tipografias	Swiss 72, Andreas, Sofia Pro
Revisão	Agnaldo Alves
Organizadoras	Laura Wottrich (Coord.) Nísia Martins do Rosário

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E96

Experiências metodológicas na comunicação / Laura Wottrich (Coordenador), Nísia Martins do Rosário (Organizador). – São Paulo: Pimenta Cultural, 2022.

Livro em PDF

ISBN 978-65-5939-551-4

DOI 10.31560/pimentacultural/2022.95514

1. Comunicação. 2. Metodologia. 3. Pesquisa. 4. Linguística. I. Wottrich, Laura (Coordenador). II. Rosário, Nísia Martins do (Organizador). III. Título.

CDD 302.2

Índice para catálogo sistemático:

I. Comunicação

Janaina Ramos – Bibliotecária – CRB-8/9166

PIMENTA CULTURAL

São Paulo · SP

Telefone: +55 (11) 96766 2200

livro@pimentacultural.com

www.pimentacultural.com



2 0 2 2

3

Tatiana Vargas
Eloisa Beling Loose

**ENTREVISTA ENQUANTO
MÉTODO DE PESQUISA:**
usos e explicitações
no campo comunicacional

DOI: 10.31560/pimentacultural/2022.95514.03

INTRODUÇÃO

No âmbito do projeto de pesquisa “A análise metodológica na consolidação da prática de pesquisa no campo da Comunicação” (CNPq/Edital 2018), este capítulo resulta da exploração dos dados sob o enfoque dos trabalhos que mencionaram a entrevista como procedimento metodológico. A entrevista é um método de coleta de dados amplamente utilizado nas Ciências Sociais (DUARTE, 2015; GASKELL, 2015; GIL, 2008; TRIVIÑOS, 1987). No campo da Comunicação não é diferente: utilizada como estratégia metodológica isolada ou combinada com outras, como observação participante, aplicação de questionários ou pesquisa documental, a entrevista é acionada para obtenção de dados que possam subsidiar as discussões provocadas pelo problema de pesquisa.

O objetivo deste capítulo é refletir sobre os usos e as formas de apresentação das entrevistas enquanto procedimento metodológico em dissertações e teses da área da Comunicação. Sob uma perspectiva panorâmica, debatemos como a entrevista é mobilizada pelos pesquisadores na descrição metodológica dos trabalhos, aspecto fundamental para que a reprodutibilidade científica possa ocorrer, quais são as subáreas temáticas que mais fazem uso dessa estratégia e quais são os autores mais referenciados para embasar sua escolha.

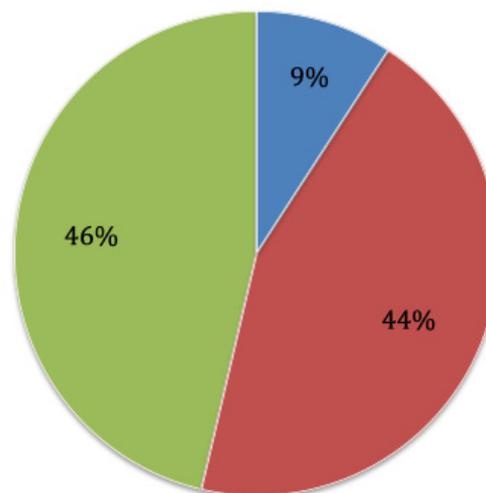
Na primeira parte apresentamos os dados da pesquisa e do recorte deste capítulo. Na sequência, discutimos as subáreas de pesquisa que mobilizam a entrevista, definidas pelos analistas do projeto, e os dispositivos metodológicos e referências citados pelos autores. Ao final, propomos uma discussão teórica sobre a entrevista enquanto método de coleta de dados no campo da Comunicação e tecemos algumas considerações a partir da análise empreendida.

APRESENTAÇÃO GERAL DOS DADOS

A base geral de dados do projeto contém 1877 trabalhos relativos a Programas de Pós-Graduação em Comunicação do Brasil considerados de referência no campo (notas 5, 6 e 7) entre os anos de 2013 e 2018. Deste total, 436 mencionaram a entrevista como procedimento metodológico, o que representa 23,21% do total dos trabalhos analisados na pesquisa. Entre esses trabalhos, 260 são dissertações de mestrado e 176 são teses de doutorado; 202 deles são de programas da Região Sul, 194 da Região Sudeste e 40 da Região Nordeste. O gráfico 1 ilustra a proporção dos trabalhos que mencionam a entrevista como método em razão da distribuição geográfica.

Gráfico 1 – Distribuição dos trabalhos analisados por região

● REGIÃO NORDESTE ● REGIÃO SUDESTE ● REGIÃO SUL



Fonte: Elaboração das autoras a partir dos dados da pesquisa (2022).

Nas instruções definidas pela coordenação deste projeto de pesquisa, foi recomendado que, após a leitura dos trabalhos, os analistas sinalizassem, a partir de sua interpretação, no máximo, duas subáreas temáticas de pesquisa para cada dissertação ou tese. Em relação ao *corpus* geral, mais de 80 subáreas foram identificadas em toda pesquisa, sendo a subárea de *jornalismo* a mais mencionada, seguida da de *internet*.

Nos trabalhos que mencionaram a entrevista como método, os analistas identificaram três subáreas predominantes que podem ser desmembradas em 163 combinações diferentes, como, por exemplo: *jornalismo e internet*, *publicidade e memória*, *relações públicas e movimentos sociais*, *cinema e educação*, entre outras. Lembra-se que tais classificações não correspondem a categorias excludentes, mas sim a uma tentativa de mapeamento dos temas predominantes decorrentes da leitura integral dos trabalhos.

Em nosso recorte de dados, das 163 subáreas identificadas, 56 apontam o *jornalismo* como principal área. Para além destes, somam-se mais 14 trabalhos que mencionam a relação entre *jornalismo* e *internet*, seguidos de uma série de combinações do jornalismo com outras diversas áreas, tais como *rádio*, *televisão*, *convergência* e *entretenimento*. A subárea da *internet* é a segunda mais selecionada pelos analistas com 39 incidências. Acrescidos a estas, os dados mostram diferentes encadeamentos temáticos da *internet* principalmente com as áreas do *consumo*, *movimentos sociais* e *entretenimento*. A subárea das *relações públicas* foi definida em 17 trabalhos e a estes podem ser adicionadas algumas poucas menções de ligações às subáreas da *internet*, *comunicação comunitária*, *política* e *territorialidades*. A tabela 1 apresenta os totais das incidências das subáreas predominantes com suas respectivas combinações²²:

22 As combinações referem-se à menção das subáreas predominantes com outras subáreas, como acontece, por exemplo, com *jornalismo* e *cultura popular*; *internet* e *acontecimento*; *relações públicas* e *comunicação comunitária*.

Tabela 1 – Incidências e combinações de subáreas
no recorte de dados sobre entrevista

Subáreas predominantes no recorte sobre entrevista	Incidências da subárea	Combinações com outras subáreas	Total
Jornalismo	56	48	104
Internet	39	53	92
Relações Públicas	17	7	24

Fonte: Elaborada pelas autores com base nos dados da pesquisa (2022).

Em 44 trabalhos analisados, a entrevista foi utilizada como único procedimento metodológico. Portanto, em 392 trabalhos houve a predominância de uma abordagem plurimetodológica, no sentido de integração de métodos de coleta e/ou de análise. Nota-se que os autores optaram por associar diferentes procedimentos à entrevista, e isto é esperado quando se trata de método de análise, porém revela uma estratégia ampliada de pesquisa quando se propõe a obter dados diferentes de pesquisa. Segundo Coutinho (2013), esta é uma tendência das últimas décadas, que nega a obrigatoriedade de uma opção metodológica unívoca e busca articular diferentes possibilidades, entendendo a complementaridade das abordagens. A perspectiva plurimetodológica ou de integração metodológica é uma estratégia de pesquisa flexível que busca responder ao problema de pesquisa e ao próprio desenvolvimento da investigação. Podemos refletir também que essa abordagem pode ser implementada com o uso da técnica da triangulação metodológica, especialmente no que diz respeito aos métodos de coleta de dados. Triviños (1987, p. 138) refere que “[...] a técnica de triangulação tem o objetivo de abranger a máxima amplitude na descrição, explicitação e compreensão do foco em estudo”. O autor menciona ainda que uma abordagem metodológica ampla é adequada ao estudo dos fenômenos sociais, pois a diversidade de métodos de coleta e de análise pode ser importante para “[...] contemplar processos

e produtos centrados nos sujeitos; elementos produzidos pelo meio; e processos e produtos gerados pelas estruturas sociais, econômicas e culturais do macroorganismo social em que está inserido o sujeito” (TRIVIÑOS, 1987, p. 139).

INSTÂNCIA METÓDICA E TIPOS DE PESQUISA

Sobre a forma de exposição do processo metodológico, a maioria dos trabalhos apresenta um capítulo ou seção dedicada às escolhas metodológicas, uma parte menciona de forma superficial e sem um espaço específico no decorrer do documento, e a minoria não apresenta nenhum detalhamento sobre o processo. Veja os dados da tabela 2 sobre a apresentação da instância metódica:

Tabela 2 – Explicitação da instância metódica

Exposição do processo metodológico	Quantidade de trabalhos
Não (não apresenta nenhum detalhamento em torno do processo metodológico da pesquisa)	41
Precariamente (apresenta reflexões sobre instância metódica, mas de modo superficial e sem capítulo/seção específica)	64
Sim (apresenta seção/capítulo dedicado aos procedimentos metodológicos)	331
Total geral	436

Fonte: Elaboração das autoras a partir da base nos dados da pesquisa (2022).

No âmbito geral do recorte sobre entrevistas, foi possível notar que alguns trabalhos optam por fazer um tratamento genérico da abordagem metodológica, sem que haja a apresentação ou justificação do tipo de método de análise dos dados. É o caso, por exemplo, dos trabalhos que referiram apenas a entrevista como procedimento metodológico sem

especificar a forma de análise. Tal constatação já tinha sido apontada em estudos anteriores, como o conduzido por Strelow (2011), ao se debruçar sobre a pesquisa em Jornalismo entre 2000 e 2010: 46,2% dos trabalhos negligenciavam o debate metodológico; além disso, tal aspecto é evidenciado com mais frequência quando tratam dos procedimentos de análise (e não de coleta), sendo bastante citadas a análise de discurso e análise de conteúdo. Ainda de acordo com a pesquisadora, foi identificado que os autores dos trabalhos não fazem clara distinção entre teoria e método.

No que refere à menção sobre o tipo de pesquisa, em 37% dos trabalhos, os autores não apresentam esta informação. Destes não enunciados, os analistas deduziram que 87% são de cunho qualitativo, 12% são de tipologia mista (quali-quantitativa) e 1% quantitativo. A predominância de pesquisas qualitativas, seja nos trabalhos que mencionaram explicitamente ou naqueles deduzidos pelos analistas, fornecem alguns indícios sobre as características dos objetos teóricos ou dos contextos sobre os quais as pesquisas em Comunicação despertam mais interesse nos seus pesquisadores. De acordo com Lopes (2004), as condições de produção da ciência, no que tange o campo da Comunicação, têm-se traduzido por um enorme interesse pelo contexto social ou macrosocial da produção científica, um raro interesse pelo contexto institucional e um crescente interesse pelo contexto discursivo. Sendo assim, a análise dos fenômenos sociais, bem como as análises discursivas, em seus mais variados enfoques, tipologias, epistemologias ou posições enunciativas, constituem uma tendência que convoca os estudos de tipo qualitativo.

Linares e Costa (2019) ainda reforçam este argumento quando referem que, no campo dos estudos de Comunicação, especialmente após a Segunda Guerra Mundial, surgem novas abordagens científicas e metodológicas, novos instrumentos de pesquisa e formas de interpretação dos significados, novas características analíticas do relacionamento social produzidas entre os que produzem e os que recebem a informação. Os autores pontuam que isto amplia as possibilidades de acesso à subjetividade do indivíduo enquanto processo científico

A visão geral sobre as subáreas de pesquisa mais presentes em nosso recorte não é reveladora dos argumentos que embasaram a escolha da entrevista como procedimento metodológico. Contudo, podemos perceber a amplitude temática do campo da Comunicação, o potencial de elaboração de conexões entre temas e objetos e de possibilidades de discussões sobre os fenômenos comunicacionais (e seus entrelaçamentos diversos) que se mantêm em permanente transformação, sobretudo com o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação.

Para além do uso da entrevista enquanto método de pesquisa, que ultrapassa largamente as fronteiras do campo da Comunicação, é preciso mencionar que a realização de entrevistas é algo familiar na prática profissional dos comunicólogos, sobretudo na área do Jornalismo. Para o exercício da profissão, a entrevista se faz fundamental para apurar as informações, um dos primeiros passos para a construção dos relatos jornalísticos. De acordo com Marocco (2012, p. 145), “[...] a entrevista é uma ferramenta do cotidiano do jornalista, apropriada para operar nos níveis epistemológico, metodológico e de tratamento de dados”.

Na literatura sobre a produção de notícias ou reportagens, é comum encontrarmos detalhes de como se preparar para uma entrevista; como escolher e contatar os entrevistados; como observar os limites e benefícios das entrevistas face a face, por telefone ou e-mail, a postura que o repórter deve ter em relação à fonte de informação (inclusive muito debatida nas disciplinas de ética jornalística); avaliar a necessidade de fazer anotações ou usar o gravador, dentre outros aspectos associados a como proceder no ato da entrevista (ver, por exemplo: FLORESTA; BRASLAUSKAS; PRADO, 2009; PEREIRA JUNIOR, 2009). Apesar de algumas preocupações se assemelharem na pesquisa científica, é preciso sublinhar que os objetivos e as circunstâncias são muito diferentes.

Os jornalistas utilizam as entrevistas não apenas para coletar dados novos, mas, muitas vezes, para checar informações obtidas por

outras fontes. Além disso, o planejamento das entrevistas realizadas no dia a dia dos repórteres é realizado sempre sob restrição de tempo. A lógica de produção das notícias, baseada no factual, acelera o processo e impede que os profissionais tenham muito tempo para organizar ou escolher os entrevistados. Logo, a urgência de publicar o quanto antes os acontecimentos, que muitas vezes são inesperados, torna a entrevista um procedimento rotineiro orientado para resultados imediatos.

Travancas (2012) assinala que, como método de pesquisa, a entrevista pode ser agendada com antecedência e a postura do pesquisador não é a de confronto, como quando jornalistas questionam as fontes, buscando cumprir seu papel fiscalizador do poder. Também vale lembrar que as entrevistas jornalísticas diárias costumam ser diretas, enquanto na pesquisa abre-se mais espaço para a escuta, sem tantas preocupações com a duração da interação.

Embora as entrevistas jornalísticas não sejam preparadas e realizadas com o rigor científico exigido nas investigações e partam de problematizações (e, conseqüentemente, objetivos) diferentes, é interessante notar como a subárea do *jornalismo* foi aquela que mais empregou a entrevista como forma de coleta de dados. A proximidade com as discussões sobre o modo de fazer uma entrevista e experiências anteriores podem ser pressupostos de um maior interesse por esse método de pesquisa que outras subáreas.

Sobre as associações das áreas predominantes com outras, no caso deste recorte de dados, as pesquisas de Jornalismo concentram mais da metade dos trabalhos analisados na área *jornalismo*, sem menção a detalhamentos sobre meios ou suportes (TV, rádio, internet, fotografia ou cinema) ou abordagens específicas (identidade, gênero, cultura digital, cultura popular, convergência, consumo, comunicação pública ou popular); há alguns trabalhos, em proporção menor, que apontam para especialidades temáticas do Jornalismo, como educação, literatura e tecnologia, por exemplo. A ênfase na associação

entre as subáreas *jornalismo* e *internet*, que aparece como a segunda mais recorrente nesse *corpus*, reforça uma tendência já vislumbrada por pesquisadores que se dedicaram ao estado da arte das pesquisas em Jornalismo. O inventário realizado por Pereira e Wainber (1999), a respeito das pesquisas em Jornalismo entre 1983 e 1997, já sugeria um acréscimo das investigações nessa área em decorrência da emergência da *internet* e do próprio jornalismo on-line. Strelow (2011), em pesquisa posterior, reforça esse interesse, destacando aspectos da convergência tecnológica. Hoje, em um cenário transmídia, as práticas jornalísticas se misturam à cultura digital e se articulam, cada vez mais, às novas tecnologias, sendo discutidas não apenas como o exercício do Jornalismo se dá na web, mas também como características jornalísticas são incorporadas por outros campos e setores, acarretando uma série de estudos que extrapolam as suas fronteiras, como é o caso do debate sobre desinformação e pós-verdade.

A subárea da *internet* pode gerar conexões abrangentes com outras diversas subáreas identificadas nesta pesquisa, inclusive na pesquisa em Jornalismo e em Relações Públicas. Por ser um espaço/meio de circulação de informações, diferentes perspectivas comunicacionais podem ser mobilizadas a partir da *internet*. Em nosso recorte de dados sobre os trabalhos que utilizaram a entrevista como estratégia metodológica, a subárea *internet* aparece associada em maior número de vezes com as subáreas da *cultura digital*, *consumo* e *movimentos sociais*.

Cultura digital ou cibercultura, em sua amplitude temática, pode ser abordada relativamente ao campo da Comunicação através de diferentes enfoques, tais como: os estudos de documento e memória, nomeadamente pela noção de preservação da memória social e arquivos digitais em contextos institucionais; a difusão de conhecimentos a partir das tecnologias de informação e comunicação; a dualidade presente em conceitos como material e discursivo, objetos e espaços, atual e virtual, entre outros (DODEBEI, 2011). Algumas referências bibliográficas

bastante utilizadas nesta área são Lev Manovich, Manuel Castells, Pierre Levy e Mark Poster (DODEBEI, 2011). O consumo de produtos culturais em meio digital é outro tema já explorado especialmente no que concerne à cultura livre, com alguma discussão sobre direitos de autor (FOLETTTO, 2021) e sobre os impactos da digitalização nas formas de produção e consumo de produtos midiáticos (SHUM, 2009).

Um outro tema complementar ao consumo digital é a discussão sobre a partilha de práticas de consumo em redes sociais, com a reflexão sobre o conjunto de novas dinâmicas de comunicação que se desenvolveram a partir da popularização das tecnologias de informação e comunicação (SATO, 2016). Os estudos sobre consumo e cultura digital são estudados também de forma relacionada, como é o caso de Lievrouw (2014) e Lemos (2020), que argumentam sobre a importância dos objetos digitais (redes sociais e outras interfaces) como mediadores da formação social e mencionam o pouco avanço do campo da Comunicação nas pesquisas sobre a agência dos objetos digitais enquanto produtos de consumo. Segundo os autores, estudos alternativos poderiam complementar os estudos relativos às relações intersubjetivas, contextuais, apropriações sociais e significativas mais comumente exploradas no processo de entendimento destes fenômenos comunicacionais. A partir disso, seria possível notar que, nas abordagens sobre cultura digital, prevalece o teor culturalista em detrimento do [...] “caráter social e material intrínseco da tecnologia da comunicação como igualmente definitivo e determinante para a pesquisa em comunicação e mídia” (LIEVROUW, 2014, p. 24).

Pela ótica dos estudos sobre internet com enfoque nos movimentos sociais, sobressaem as pesquisas a respeito da apropriação das tecnologias de informação e comunicação nos processos de mobilização política, sobretudo em função da capacidade de mobilização massiva (ver, por exemplo: PEREIRA, 2011; BERNARDES; BARBOSA, 2017). Duas posturas distintas são particularmente importantes na

construção do fluxo de comunicação dos movimentos sociais: desenvolver repertórios de ação para conseguir a atenção dos meios de comunicação massiva para as suas causas; e desenvolver os seus próprios meios de comunicação para dar conta das suas demandas organizacionais, investir no relacionamento com o público-alvo, organizar ações coletivas e também aplicar as suas próprias estratégias para chamar a atenção dos meios de comunicação massiva (PEREIRA, 2011). A Internet, como o principal sistema de informação e comunicação da atualidade, amplia o escopo das possíveis práticas comunicacionais dos movimentos sociais contemporâneos, bem como de outras formas de organização social.

A subárea das *relações públicas* aparece predominantemente relacionada com a da *internet*. De uma forma geral, esta ligação é facilmente percebida pela presença das novas tecnologias de informação e comunicação nos fluxos de comunicação das empresas, organizações não governamentais e instituições; no relacionamento destas com seus públicos (*stakeholders*) e na construção de imagem, o que é estudado em relações públicas também através do conceito de reputação organizacional (ver, por exemplo: BERENS; VAN RIEL, 2004; MENDES, 2013). Dreyer (2019) afirma que as relações e interações configuram a base da produção teórica e da atividade de relações públicas na contemporaneidade. O crescimento do acesso às redes digitais, por parte das pessoas, cria expectativa de que as organizações vão manter um retorno comunicativo, abre espaço e autonomia para a manifestação das opiniões e o desenvolvimento de conteúdos, o que geram uma demanda para as empresas e organizações no sentido de repensarem suas estratégias de comunicação e relacionamento em ambiente digital (DREYER, 2017, p. 17). O desenvolvimento destas relações e interações requer um processo duradouro de comunicação e produção de conhecimento em relação a estes públicos. “As organizações, mais do que nunca, não poderão prescindir de uma comunicação viva e permanente, sob a ótica de uma política de relações públicas” (KUNSCH, 2007, p. 42).

Em todas estas abordagens de pesquisa nas subáreas *jornalismo*, *internet* e *relações públicas* em associação com outras subáreas, o estudo das experiências, modos de pensar e agir dos sujeitos podem constituir o foco de análise no conjunto deste amplo espaço de possibilidades. Se nas pesquisas que envolvem comunicação e internet predominam estudos com teor culturalista (foco no sujeito e no simbólico) com menos estudos sobre a dimensão material da tecnologia, podemos depreender que é possível que os objetos empíricos convoquem a implementação de metodologias que acionem, talvez com mais frequência, métodos de coleta de informações como a entrevista, o grupo focal e a observação, que envolvem o contato direto entre pesquisador e pesquisado.

É de referir novamente que as subáreas prevalentes nos trabalhos que compõem este recorte dos dados não configuram argumentos suficientes para justificar a escolha da entrevista como procedimento metodológico. Inclusive porque, para tanto, seria necessário analisar também se foram ou não aplicadas outras estratégias de coleta junto à entrevista, quais foram elas e a partir de qual ou quais bases epistemológicas a escolha da entrevista foi pensada. Pensar estas subáreas de forma relacionada pressupõe reconhecermos a incapacidade de mapearmos todas as possibilidades, visto que as dinâmicas comunicacionais estão em constante transformação, o que amplia consideravelmente a diversidade temática e o potencial dialógico do campo comunicacional no âmbito dos estudos em Jornalismo e Relações Públicas.

DISPOSITIVOS METODOLÓGICOS E REFERÊNCIAS

Como já mencionamos, quando as entrevistas são citadas como procedimentos metodológicos, nem sempre é feita uma clara distinção entre métodos de coleta e análise, existindo casos em que só se pontua

a forma de obtenção de dados. Dos 436 trabalhos analisados, 10,09% citam somente a entrevista como dispositivo metodológico e há muitas outras situações em que ela é citada junto com outros métodos de coleta de dados, principalmente a observação. Mencionar apenas métodos de coleta pode ser visto como uma não preocupação em sistematizar o passo a passo da pesquisa e, talvez, como falta de conhecimento sobre o fato de que um método de coleta pressupõe um método de análise. Nesse sentido, há inúmeras opções e perspectivas que dependem das questões e dos objetivos da pesquisa, assim como das bases epistemológicas que a orientam. A falta de explicitação metodológica e epistemológica tem implicações na clareza e confiabilidade da discussão proposta pelo trabalho e, portanto, na reprodução do conhecimento científico.

É também sintomático o fato de que, em vários casos, as entrevistas foram referidas nas teses e dissertações sem embasamento teórico, como se a explicitação da forma de obtenção de dados falasse por si só. Na leitura de cada trabalho, o analista deste projeto de pesquisa poderia identificar até três referências para cada dispositivo metodológico que fosse definido explicitamente pelo autor. No caso do recorte sobre a entrevista, os dados mostram a existência de 316 incidências sobre o uso do método. No entanto, dentre estas incidências, em 164 casos o analista considerou que não era possível identificar ou ainda constatou a ausência de referência. Ou seja, como referências bibliográficas citadas claramente pelo autor como suporte para o uso de entrevista, temos apenas 152 incidências. Algumas das referências indicam a opção por uma literatura abrangente sobre pesquisa qualitativa, pesquisa científica em Ciências Sociais ou sobre a construção do conhecimento social, como são os casos de: Antônio Gil em *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*; Mirian Goldenberg em *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*; Rosana Guber em *Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*; Maria Michel em *Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais*; Maria Cecília de Souza Minayo e Suely Ferreira Deslandes em *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*.

Os autores mais citados (referência a um capítulo ou ao livro como um todo) são: Jorge Duarte e Antônio Barros (32 citações), Martin W. Bauer e George Gaskell (15) e Augusto Nivaldo Silva Triviños (5). As demais referências são citadas de uma a, no máximo, quatro vezes, a exemplo de temas e autores referidos no parágrafo anterior. Destaca-se que dos autores mais referenciados, apenas a obra *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, organizada por Duarte e Barros é orientada para as pesquisas no campo comunicacional, sendo apenas um dos capítulos, justamente o escrito por Duarte (jornalista e relações públicas com mestrado e doutorado em Comunicação), centrado na entrevista de profundidade. Talvez essa seja a razão desse tipo de entrevista em particular aparecer mais vezes, em detrimentos de outras classificações (é o único capítulo que traz no título a palavra “entrevista”). É nela que o entrevistador poderá identificar com detalhes a visão de mundos dos entrevistados. Neste caso em específico, alinhado com a perspectiva da coletânea, Duarte exemplifica o uso das entrevistas em diversas pesquisas comunicacionais, sendo este o principal diferencial em relação aos outros textos.

Em uma das obras mais citadas, *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*, de George Gaskell e Martin W. Bauer, há um capítulo (Gaskell, 2015) sobre entrevistas individuais e grupais que traz uma discussão sobre as diferenças entre pesquisas acadêmicas e comerciais, mostrando como essas últimas estariam associadas a uma orientação pragmática; como as entrevistas grupais seriam mais utilizadas pela agilidade na captura dos dados em comparação às entrevistas individuais e como as primeiras poderiam gerar dados a partir de processos de convergência e divergência, assim como sobre as interações entre os participantes, uma proposta que extrapola a experiência individual, característica das entrevistas de profundidade.

Na mesma obra, Sandra Jovchelovitch e Martin W. Bauer apresentam um capítulo sobre entrevista narrativa, baseado na ideia de reconstrução de acontecimentos a partir dos relatos dos informantes,

destacando o “contar histórias” como um procedimento de coleta de dados não estruturado e de profundidade. Logo, nesse caso, a entrevista é entendida como uma estratégia para gerar histórias.

Por fim, Uwe Flick tem um capítulo sobre entrevista episódica no livro de Bauer e Gaskell (2015), que foi desenvolvida a partir dos contextos situacionais a fim de permitir a comparação dos conhecimentos cotidianos sobre objetos ou processos entre grupos sociais. De acordo com o autor, as entrevistas episódicas geram dados de diferentes tipos: narrativas de situação, episódios repetidos, exemplos, definições subjetivas e proposições argumentativo-teóricas.

Nesses três capítulos, é possível encontrar uma discussão teórica e a própria conceituação dos diferentes tipos de entrevista, assim como aspectos de ordem prática, ou seja, o como fazer a entrevista desde o planejamento até indicações de como proceder com a análise de dados. Pontos fortes e fracos do método são elencados, assim como exemplos para aplicação.

Já a obra *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais*, de Triviños (1987), traz aspectos gerais ou princípios sobre como realizar a entrevista, privilegiando o modelo semiestruturado. Um dos pontos evidenciados pelo autor é o entendimento de que este (como outros procedimentos de coleta de dados) são dependentes da perspectiva teórica mobilizada previamente, sendo sua realização o momento da “teoria em ação” (Ibid, p. 152). Em outras palavras, as escolhas pelos métodos devem ser coerentes com as bases epistemológicas elegidas pelo pesquisador.

Para além destas referências mais citadas, há dois grupos temáticos de referências que somam alguma representatividade e podem demonstrar que os trabalhos pertencentes ao *corpus* possuem orientações epistemológicas específicas ou recorrentes para o campo da Comunicação. São os casos das referências sobre entrevista/métodos na área de jornalismo (oito incidências) e das referências sobre métodos

no contexto da abordagem etnográfica (seis incidências). Se considerarmos que citações de referências sobre história oral²³ também podem ser somadas ao grupo sobre etnografia, temos mais quatro referências que indicam o uso da entrevista neste contexto. Aqui, podemos apenas referir que estes dois grupos, com o seu comedido destaque, ajudam a compor um tecido diversificado de métodos de coleta, utilizados em conjunto com a entrevista, e de bases epistemológicas no domínio do campo da Comunicação. As 152 referências bibliográficas presentes no *corpus* justificam o embasamento para o uso da entrevista não somente através de literatura geral sobre pesquisa em Ciências Sociais ou Comunicação, como já mencionamos anteriormente, mas também através de literatura nas áreas do jornalismo, etnografia, etnopesquisa, antropologia, sociologia, estudos de cultura, entre outras áreas ou campos que dialogam frequentemente com o campo da Comunicação.

Sobre os procedimentos metodológicos, entre as 436 incidências, foram identificadas pelos analistas 207 combinações da entrevista com diferentes métodos de coleta e métodos de análise. Em 183 combinações, a entrevista está associada à observação e outros métodos de coleta e de análise, tais como análise hermenêutica, pesquisa documental, estudo de caso, entre outros. Em 61 combinações, a entrevista está associada à análise de conteúdo e outros métodos de coleta e de análise. Os dados da pesquisa apontam para uma grande quantidade de métodos associados à entrevista. Na maioria dos casos, as entrevistas estão associadas a métodos para analisá-las, sobretudo análise do discurso (mencionada em 27 trabalhos) e análise de conteúdo (citada em 61 trabalhos). Em cinco trabalhos, foram identificadas a combinação de entrevistas com os dois métodos de análise de dados mais citados. Além desses dois métodos de análise, também foram identificados métodos de análise fílmica/audiovisual/de imagem/

23 A história oral ou a história de vida, assim como os grupos focais, entendidos por alguns autores como entrevistas coletivas, poderiam ser contempladas no debate metodológico sobre entrevistas, porém, neste estudo, foram analisadas separadamente.

semiótica em 17 situações, destacando uma vertente de estudos orientadas para linguagem não textual. De forma menos representativa, com até três menções, apareceram análise hermenêutica, análise de enquadramento, análise de narrativa, análise cultural, análise histórica e método genealógico. A análise comparativa com entrevista ou ainda somado a outros métodos de coleta de dados apareceu sete vezes. Há ainda 154 incidências de combinações entre métodos que aparecem uma única vez. Essas observações sinalizam para a diversidade de possibilidades existentes no campo comunicacional, ainda que elas figurem com menos espaço em relação aos métodos de análise já bastante mobilizados para pesquisas centradas em produtos comunicacionais (que independem das entrevistas).

ENTREVISTA: MÉTODO DE COLETA DE DADOS

O objetivo da utilização da entrevista no âmbito de uma investigação é obter informações ou dados acerca do que as pessoas conhecem, compreendem, fazem, esperam ou creem. Como pontua Martino (2018, p. 113), “[...] é uma conversa orientada para a busca de informações específicas relacionadas aos objetivos de pesquisa”. Nesse processo de interação social (GIL, 2008), sobretudo informações de caráter subjetivo são recolhidas, como opiniões, percepções, vivências e interpretações a respeito de determinada realidade ou objeto. Diferentemente da aplicação de questionários, as entrevistas permitem esclarecimentos adicionais a partir das respostas, justamente porque há uma escuta simultânea dos relatos (COUTINHO, 2013). Embora seja um instrumento recorrentemente utilizado em pesquisas qualitativas, é preciso sublinhar que essas últimas podem ser executadas a partir de outros métodos, não existindo uma vinculação obrigatória entre tais escolhas (DUARTE, 2004). As entrevistas geram informações que não

visam à quantificação ou representação estatística, sendo valorizadas pela “intensidade nas respostas” (DUARTE, 2015). Dentre as vantagens dessa estratégia metodológica está a flexibilidade, já que o investigador pode ajustar e esclarecer aos informantes os significados das perguntas, e a possibilidade de identificar os silêncios, a postura e todo gestual (em maior ou menor grau, a depender das circunstâncias da entrevista).

Gil (2008) também discorre sobre as limitações da entrevista: desde custos para realizá-las de modo presencial até aspectos ligados à postura dos sujeitos entrevistados (fornecimento de respostas falsas, falta de motivação para participar da entrevista, incapacidade, etc.). Como forma de amenizar os possíveis efeitos das limitações, alguns pontos podem ser pensados previamente à realização da entrevista no âmbito da pesquisa qualitativa, entre estes: 1) planejar a entrevista com base na ideia de que ela é um evento comunicativo por si só e, portanto, não se pode ter como certo o seu resultado (BRIGGS, 1986); 2) associar ferramentas diversificadas de investigação, como observação, conversas informais, diários de campo, à entrevista (BRIGGS, 1986; POUPART, 2008); 3) verificar a relação de causalidade entre as falas e as condutas dos sujeitos entrevistados (POUPART, 2008); e 4) demonstrar clareza na apresentação dos objetivos da entrevista e abertura ao diálogo e à escuta (POUPART, 2008), de modo a enfraquecer o que Chang *et al.* (2013) refere como possíveis impactos ligados às relações de poder entre os envolvidos durante a interação na pesquisa. Estes quatro pontos mostram-se complementares e são fundamentais também para outros métodos de recolha de informações em âmbito qualitativo. Outros aspectos devem ser refletidos conforme a natureza da pesquisa e o contexto da aplicação do método.

Neste sentido, a realização de entrevistas depende de uma fase preparatória, tanto de conhecimento do investigador em relação ao contexto do entrevistado e daquilo que se está investigando, quanto em relação às próprias perguntas que serão feitas e como se dará essa formulação. O planejamento da entrevista, embora nem sempre citado

nos trabalhos finais, envolve uma série de estratégias de aproximação e convencimento dos entrevistados, afinal conceder uma entrevista não é algo trivial: “É preciso levar em consideração que uma pessoa está cedendo seu tempo para contribuir com a pesquisa e, de alguma maneira, também formula expectativas a respeito dos resultados” (MARTINO; LOPES; SOUZA, 2019, p. 70).

Também aqui é preciso observar quais são os critérios que justificam a escolha deste e não daquele sujeito, assim como o número de entrevistas que serão necessárias para responder de forma robusta ao problema de pesquisa. A inclusão do quadro descritivo dos informantes, do roteiro aplicado e, em alguns casos, das transcrições das entrevistas como apêndices do trabalho garantem maior transparência dos bastidores da pesquisa. As decisões tomadas pelo pesquisador ao longo da investigação precisam ser explicitadas e justificadas de modo a manter o rigor científico. Duarte (2015) afirma que a entrevista exige apresentação do marco conceitual no qual se origina, além dos critérios já citados e dos aspectos associados à realização, para que a pesquisa tenha validade e possa estabelecer os limites de suas contribuições. Freitas Silva *et al.* (2006) sistematizaram os tipos de entrevista acionados na pesquisa qualitativa, com suas respectivas classificações e características, considerando os anos de publicações. A partir desse esforço, pode-se notar que apesar de nomenclaturas diferentes, a maioria dos autores apontam a possibilidade de fazer uma entrevista estruturada (ou padronizada), onde as mesmas perguntas são direcionadas para diferentes entrevistados, possibilitando maior controle das respostas; uma não estruturada ou livre, guiada pela espontaneidade do entrevistado; ou ainda uma que considere a mistura das duas tipologias (semiestruturada), que mescla perguntas padronizadas com outras, que possibilitam mais liberdade de resposta. Há autores (GIL, 2008; COUTINHO, 2013) que classificam as entrevistas a partir de como ela é mediada (face a face, por telefone ou por internet) ou ainda se ela é realizada individualmente ou em grupos (o que

costuma ser denominado de grupos focais). Destaca-se, no campo da Comunicação, a entrevista individual em profundidade, conceituada por Duarte (2015, p. 62) como: “[...] técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada”.

Após definição do tipo de entrevista a ser realizada, do planejamento e da coleta das informações propriamente dita, as informações (que geralmente são gravadas) devem ser transcritas para posterior fase de análise de dados. A literatura na área recomenda que as anotações sejam feitas na hora e/ou que a gravação seja feita, porque a nossa memória pode falhar, impedindo ou distorcendo as informações fornecidas no ato da entrevista. Os procedimentos adotados devem ser éticos e previamente comunicados aos sujeitos-entrevistados.

O processo da entrevista pode ser pensado a partir de uma perspectiva construtivista e do empreendimento de um processo colaborativo entre os atores envolvidos. O material produzido pela entrevista pode ser considerado como uma co-construção da qual tomam parte tanto o entrevistador quanto o entrevistado (POUPART, 2008, p. 246). O modo como os relatórios de pesquisa descrevem a experiência dos atores é também considerado como largamente dependente da orientação dos pesquisadores, dos enfoques e dos processos de escrita empregados. A relação entre o que dizem os entrevistados e o que se pretende que eles digam não é, portanto, tão simples, ou, preferindo-se, é ainda mais complexa (POUPART, 2008, p. 246).

Por fim, chega-se à etapa de interpretação dos dados coletados. Quando o volume de informações for muito grande ou quando o pesquisador julgar que necessita de auxílio para explorar os dados de forma visual e comparativa, por exemplo, é possível fazer uso de softwares para organização de dados qualitativos, sobretudo no caso de pesquisadores com pouca experiência. Para tanto, existem os softwares disponibilizados livremente e os que devem ser utilizados sob

licença. O NVIVO é um dos softwares proprietários mais utilizados. Como exemplos de softwares livres, conforme Schlosser, Frasson e Cantorani (2019, p. 542), estão AQUAD 7, Cassandre, Digital Replay System, Iramuteq, KH Coder, KNIME, entre outros.

A entrevista é parte da metodologia empregada, mas não pode se encerrar nela mesma. Duarte (2015), ao falar da descrição e análise dos resultados, destaca o uso de categorias para sistematizar o conjunto de informações obtidas por meio das entrevistas.

Respostas em aberto e plenas de significados, que por sua vez difíceis de serem apreendidos e fixados “objetivamente”, prestam-se, facilmente, a interpretações excessivamente subjetivas (superinterpretações, diria Umberto ECO, 1993) e à “ilustração” de teorias consolidadas. É fundamental, portanto, que programas de Pós-Graduação destinados a formar pesquisadores ensinem a fazer e a analisar entrevistas e que mantenham seus pesquisadores mais experientes, acompanhando esse aprendizado de perto (DUARTE, 2004, p. 217).

Existem diferentes métodos de análise de textos que podem ser mobilizados para compreender o que foi obtido pelos informantes. Como no caso do procedimento de coleta, a escolha deve ser justificada e ser coerente com as referências teóricas e epistemológicas que norteiam a pesquisa. A interpretação desses dados pode derivar nas conclusões da investigação ou ainda ser uma etapa intermediária, no caso do emprego de vários procedimentos de coleta de dados, exigindo, assim, cruzamentos com as análises construídas a partir de aplicação de questionários, pesquisa documental ou observação, por exemplo.

Tais questões fomentam formas de alargar o debate metodológico sobre a entrevista, muitas vezes inserida nos trabalhos acadêmicos sem o devido cuidado, seja na descrição de suas etapas, seja na articulação com as preposições teóricas. Nosso olhar abrangente sobre os usos das entrevistas não nos permite detalhar quais são as tipologias mais usadas ou tratar das observações derivadas dessa relação

entre o pesquisador e o informante, por exemplo, porém dá pistas de que o desenvolvimento deste método de coleta de dados, no campo comunicacional, ainda carece de aprofundamento nas explicitações de seu uso, sobretudo quando observamos as referências utilizadas.

CONCLUSÃO

A partir do mapeamento das entrevistas nas teses e dissertações em Comunicação podemos afirmar que a entrevista, embora mobilizada com certa frequência enquanto método de pesquisa, é referenciada sem muito embasamento e, muitas vezes, apartada de seus métodos de análises, algo fundamental para que a explicitação de como se deu a investigação seja possível. O fato de 10% dos trabalhos apontarem como único método a entrevista, desconsiderando que ela representa um procedimento de coleta de dados (portanto, não dá conta do processo metodológico por inteiro), sinaliza para uma ênfase maior sobre os usos, limitações e complementações de cada método no campo da Comunicação.

Soma-se a isso a falta de literatura específica sobre entrevistas em pesquisas comunicacionais ou mesmo o desconhecimento de obras, consideradas ainda recentes, que se debruçam sobre o tema, como o debate da entrevista na prática e na pesquisa, coordenado por Beatriz Marocco (2017). Observou-se que as obras das Ciências Sociais e Humanas, que apresentam de forma geral os métodos, seguem sendo as mais utilizadas. Nota-se também o pouco uso de obras em língua estrangeira, principalmente em língua inglesa em que há uma produção científica bastante ampla. Nesse sentido, é válido lembrar que não apenas livros e capítulos específicos sobre metodologia podem ser utilizados como suporte para justificar o uso de determinado método. A realização de buscas frequentes através de palavras-chaves,

em pelo menos inglês, espanhol e português, por exemplo, poderá ser produtivo no sentido de encontrar estudos em formato de artigos que não necessariamente tem o método como o centro da discussão, mas que podem ser importantes para a reflexão e o conhecimento sobre diferentes processos metodológicos, inclusive na comparação entre áreas de estudo.

Em relação às subáreas que mais acionam as entrevistas, destaca-se o *jornalismo*, possível de ser justificada pela suposta familiaridade do pesquisador com o procedimento da entrevista, aprendida e utilizada no processo de apuração de informação jornalística.

Para estudos futuros, a fim de aprofundar a discussão das entrevistas no campo comunicacional, sugere-se um olhar direcionado para como a preparação das entrevistas é apresentada nos trabalhos, assim como quais são os tipos mais acionados combinados com suas bases teóricas; outra abordagem interessante seria observar como os pesquisadores da área discutem o método de coleta, avaliando vantagens e desvantagens da escolha.

REFERÊNCIAS

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

BERENS, Guido; VAN RIEL, Cees. Corporate associations in the Academic Literature: three main streams of thought in the reputation measurement literature. **Corporate Reputation Review**, n.7, p. 161-178, 2004. DOI: 10.1057/palgrave.crr.1540218

BERNARDES, Francine; BARBOSA, Célia. A internet nos movimentos sociais e nas manifestações massivas no Brasil. *In*: 40º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2011, **Anais [...]** São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/index.htm>. Acesso em: 29 mar. 2022.

CHANG, Heewon; Ngunjiri, Faith; Hernandez, Kathy-Ann. **Collaborative autoethnography**. California: Left Coast Press, 2013.

COUTINHO, Clara Pereira. **Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: teoria e prática**. 2. ed. Coimbra: Almedina, 2013.

DODEBEI, Vera. Cultura Digital: novo sentido e significado de documento para a memória social? **Datagramazero - Revista de Ciência da Informação**, v. 12, n. 2. abril 2011. Disponível em: https://www.brapci.inf.br/_repositorio/2011/04/pdf_15b7c5a842_0016272.pdf . Acesso em: 1º abr. 2022.

DREYER, Bianca. **Relações Públicas na contemporaneidade**. São Paulo: Summus, 2017.

DREYER, Bianca. **As relações e interações como princípios inerentes às relações públicas: uma proposição teórica com diretrizes práticas para a disciplina**. 2019. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015. p. 62-83.

DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Revista Educar**, n. 24, p. 213-225, 2004.

FLICK, Uwe. Entrevista episódica. *In*: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 2015. p.114-136.

FLORESTA, Cleide; BRASLAUSKAS, Ligia; PRADO, Magaly (org.). **Técnicas de reportagem e entrevista em Jornalismo: roteiro para uma boa apuração**. São Paulo: Saraiva. 2009.

FOLETTI, Leonardo. Cultura livre na internet: do software livre aos comuns. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, São Paulo, n. 12, p. 181-198, junho 2021.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. *In*: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 2015. p. 64-89.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JOVCHELOVITCH, Sandra; BAUER, Martin W. Entrevista narrativa. *In*: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 2015. p. 90-113.

KUNSCH, Margarida. Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. **Signo e Pensamiento [online]**, Bogotá, v. XXVI, n. 51, p. 38-51, 2007. Disponível em: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232007000200005. Acesso em: 29 mar. 2022.

LEMOS, André. Epistemologia da comunicação, neomaterialismo e cultura digital. **Galáxia [online]**, São Paulo, n. 43, p. 54-66. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-25532020143970>. Acesso em: 1º abr. 2022.

LIEVROUW, Leah. Materiality and Media in Communication and Technology Studies: An Unfinished Project. *In*: GILLESPIE, Tarleton; BOCZKOWSKI, Pablo; FOOT, Kirsten. (Ed.). **Media Technologies**. Essays on Communication, Materiality, and Society. Cambridge: MIT Press, 2014. p. 21-51.

LINARES, Ronaldo; COSTA, António Pedro. Reflexões sobre a pesquisa qualitativa no campo da comunicação. **Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación**, [S. l.], n. 44, p. 7-9, 2019. DOI: 10.12795/Ambitos.2019.i44.17. Disponível em: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/8737>. Acesso em: 10 abr. 2022.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Pesquisa de comunicação: questões epistemológicas, teóricas e metodológicas. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. XXVII, n. 1, p.13-39, jan./jun. 2004.

MAROCCO, Beatriz (org.). **Entrevista na prática jornalística e na pesquisa**. Porto Alegre: Libretos, 2012.

MAROCCO, Beatriz. Entrevista como dispositivo de revelação do saber jornalístico. *In*: MAROCCO, Beatriz (org.). **Entrevista na prática jornalística e na pesquisa**. Porto Alegre: Libretos, 2012. p.145-161.

Martino, L. M. S.; Lopes, A. G.; Souza, V. R. P. A entrevista na pesquisa em comunicação: reflexões metodológicas sobre duas experiências práticas. **Revista Sociais e Humanas**, v. 32, n. 3, 2019. <https://doi.org/10.5902/2317175838788>.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Métodos de pesquisa em comunicação - projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2018.

MENDES, António. Reputação organizacional e Relações Públicas: contributos para o esclarecimento da hierarquia entre os conceitos. **Comunicação Pública [online]**, v. 8, n. 13, 2013. DOI: <https://doi.org/10.4000/cp.483>. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/483>. Acesso em: 1º abr. 2022.