

Uma opção metodológica para pesquisas de comunicação

Tereza Lúcia Halliday
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Recife

RESUMO

O método histórico-crítico na pesquisa da comunicação humana. O contexto e a avaliação crítica da coisa pesquisada. Ferramenta para produzir conhecimento e fomentar discernimento sobre o processo social da comunicação.

Palavras chave: Pesquisa em comunicação; método histórico-crítico; metodologia científica.

ABSTRACT

The critical-historical method for the human communication research. The context and the critical evaluation of the thing researched. Tool for knowledge production and to instigate comprehension on the social process of communication.

Key Words: Communication research; historical-critical method; scientific methodology.

RESUMEN

El método histórico-crítico aplicado a la investigación de la comunicación humana. El contexto y la evaluación crítica del objeto investigado. Herramienta para la producción de conocimiento y para profundizar la comprensión del proceso social de la comunicación.

Palabras clave: Investigación de la comunicación; método histórico-crítico; metodología científica.

1. INTRODUÇÃO

Como em todos os estudos do agir humano, a pesquisa dos atos, processos ou eventos comunicativos requer o estudo concomitante de seu contexto. E, sendo estes atos, processos e eventos eivados de razões e interesses, há que estudá-los com uma postura crítica.

Neste trabalho, tratarei de um modo de pesquisar a comunicação humana o qual enfatiza o contexto e a avaliação crítica da coisa pesquisada. Trata-se do método histórico-crítico. Procurarei situá-lo no quadro geral das metodologias de pesquisa da comunicação e traçar-lhe um perfil enquanto ferramenta para produzir conhecimento e fomentar discernimento sobre “quem diz o quê, a quem, por que meios, com que efeitos, com que objetivos, em que circunstâncias”.

Em sua acepção corriqueira, método é um conjunto de etapas para se fazer alguma coisa, seja fabricar tijolos, tocar piano, pesquisar substâncias químicas ou interações humanas. Nos círculos acadêmicos, o conceito de método é comumente usado para designar um modo de raciocínio, como nas expressões “método dedutivo”, “método indutivo”. Chama-se também de método ao processo discursivo para analisar a coisa pesquisada, quando se fala, por exemplo, em “método dialético”, “método fenomenológico”, “método psicanalítico”. Para completar a confusão, encontramos ainda o termo “método” como sinônimo de paradigma, nas expressões “método positivista”, “método interpretativo”.

No contexto deste trabalho, entenda-se por método uma estratégia (ou plano geral) que inclui uma ou mais táticas de investigação, conhecidas como “técnicas de pesquisa”. Deixando de lado a acepção de “metodologia” como a ciência ou disciplina que estuda e avalia os métodos, defino metodologia como um conjunto de procedimentos de pesquisa que abrange UM MÉTODO, uma ou mais TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS (tais como o questionário, a observação participante, a entrevista) e uma ou mais TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS (por ex., análise estatística, análise retórica, análise de conteúdo, análise sociológica). Um quarto ingrediente, raramente explicitado, é o PARADIGMA, ou maneira de conceber a realidade que permeia o trabalho do pesquisador. Em geral, as metodologias da pesquisa social utilizadas pelos pesquisadores da comunicação humana são implicitamente guiadas, ou pelo paradigma positivista ou pelo paradigma interpretativo. (Schwartz & Jacobs, 1979; Halliday, 1990).¹

Qualquer que seja o método utilizado e o paradigma preferido pelo pesquisador, por razões filosóficas ou ideológicas, a produção de conhecimentos resultantes de uma pesquisa séria precisa ser efetuada de acordo com o procedimento científico de, SISTEMATICAMENTE, (1) observar a coisa pesquisada, (2) divisar classificações (sejam nominais, sejam numéricas) - criadas especificamente para o caso, ou adotadas dentre as já existentes; e (3) interpretar as observações e classificações através de inferências congruentes

¹ Para uma visão mais ampla de paradigmas teórico-metodológicos na pesquisa da comunicação ver Lopes (1990).

e escrupulosas. Neste modo SISTEMÁTICO de observar, descrever e tirar conclusões, a objetividade é condição necessária e a objetividade máxima é um ideal a nortear a pesquisa, mesmo que jamais seja plenamente atingido.

No método histórico-crítico, uma quarta tarefa completa o ciclo da prática da pesquisa: a avaliação da coisa pesquisada, controlando-se a subjetividade do pesquisador através de salvaguardas metodológicas e critérios de avaliação e, ao mesmo tempo, assumindo essa mesma subjetividade como contingência própria da atividade humana de fazer sentido da realidade e como condição contribuinte ao valor da pesquisa.

2. POR QUE “HISTÓRICO-CRÍTICO”?

Leathers (1978) classifica os modos de fazer pesquisa da comunicação em três categorias: o método crítico, o método experimental, também conhecido como “de laboratório” ou de observação controlada; e o método de campo, ou de observação não controlada, que inclui procedimentos tão variados como o estudo etnográfico, a pesquisa ação, o método sociométrico e o levantamento social (ou “social survey”, que utiliza a técnica do mesmo nome para colher dados).²

O método crítico é usado precípuamente para analisar e avaliar atos de comunicação pública DEPOIS de ocorridos. Esta particularidade temporal e o fato de que o uso do método crítico também implica em analisar contextualmente a coisa pesquisada levam naturalmente ao uso de procedimentos inerentes ao método histórico.³ Daí a designação “método histórico-crítico”. Sua tônica, contudo, seria mais facilmente apreendida se chamasse “método crítico-histórico”. Prevalece porém o uso da primeira expressão (“histórico-crítico”) entre pesquisadores da área de “Speech Communication”.

Na formulação de um projeto de pesquisa pelo método crítico, Carter & Fife (1961, p. 87) recomendam “tomar emprestado procedimentos de outros métodos”, p. ex. a análise documental, estreitamente associada ao método histórico, a observação não participante, a análise de conteúdo, tipo de análise documental tradicionalmente ligada à pesquisa sociológica. Outra aliada deste método tem sido a análise retórica.⁴ Quando completa, e suas fases de análise, interpretação e avaliação de atos comunicativos, chega a confundir-se como método histórico-crítico. Em sua denominação inglesa - “rhetorical criticism” - passa como sinônimo de pesquisa crítica, apesar de a pesquisa crítica, de forma alguma limitar-se à análise circunstancial da argumentação - o cerne da análise retórica.

² Com algumas exceções, os que fazem experimentos e surveys tendem a adotar o paradigma positivista. Os que optam pelo método crítico tendem a associar-se ao paradigma interpretativo. Ver Halliday (1990).

³ Pesquisadores da comunicação de massa têm reconhecido a utilidade do método histórico para estudos de jornalismo comparado, história dos meios de comunicação e biografias de comunicadores individuais e institucionais. Ver, p. ex., Smith (1981) e Phifer (1961). Richardson (1985) também se refere à pesquisa histórica como opção metodológica para estudar fenômenos sociais, entre os quais se situam obviamente, os atos de comunicação pública.

⁴ Para uma visão geral desta modalidade de análise de discurso ver Soares (1993).

Vejam os a seguir como se entrelaçam as duas dimensões desta combinação de métodos.

3. A DIMENSÃO "PESQUISA CRÍTICA"

Quando falamos em método crítico como estratégia de pesquisa distinta dos métodos experimental e de campo, estamos nos referindo a uma maneira de fazer pesquisa cuja preocupação dominante é a AVALIAÇÃO dos atos/eventos estudados.

Se o autor de um experimento ou o condutor de um "survey" adotarem uma postura crítica em suas conclusões, podemos dizer que utilizaram elementos do método crítico como tática de apoio a sua estratégia dominante (ou método), mas não podemos caracterizar sua pesquisa como conduzida pelo método crítico, uma vez que o julgamento final da coisa pesquisada não é a tônica dos métodos experimental e de campo. (Carter & Fife, 1961). No método crítico, as etapas de coleta de dados, observação sistemática, análise e interpretação culminam com uma avaliação crítica do objeto de estudo, à luz de critérios pré-estabelecidos.

Na pesquisa de atos retóricos, por exemplo, costuma-se avaliar a mensagem ou evento analisado por três critérios: de efeitos (pretendidos e não pretendidos), qualidade (adequação/estilo) e critérios éticos ou de valor social do ato comunicativo, seja discurso, seja espetáculo (Cathcart, 1981).

O quadro de referência de onde se escolhe os critérios de avaliação depende tanto da área de especialização do pesquisador quanto de suas afinidades com certos autores. Conceitos, tipologias e generalizações de Chaim Perelman, Kenneth Burke, Jurgen Habermas, Paul Ricoeur, Hugh Dalziel Duncan, Murray Edelman e Edgar Morin, podem dar bons frutos como bases para critérios de avaliação de atos comunicativos.

4. A DIMENSÃO "PESQUISA HISTÓRICA"

Ao estudar atos, eventos ou situações de comunicação depois de ocorridos, o pesquisador precisa recorrer a procedimentos básicos do método histórico, tais como os listados por Shafer (1980):

1. A CLASSIFICAÇÃO DAS EVIDÊNCIAS, ou provas, indícios, corroborações, indicadores que darão material para as respostas às perguntas de pesquisa⁵. Serão diferenciadas por categoria e valor, p. ex.: objetos, registros do evento em fita magnética, testemunhas participantes e não participantes, documentos contemporâneos ao evento mas não diretamente relacionados com ele...

2. A COLETA DAS EVIDÊNCIAS - Esta fase inclui levantamento bibliográfico, técnicas de registro dos dados colhidos (estatísticas, depoimen-

⁵ O método histórico-crítico não serve para testar hipóteses do tipo "quanto maior tanto menor". Mas se pode partir de uma hipótese de trabalho, a qual eu desaconselho porque aumenta o risco de enquadrar o pesquisador crítico em uma bitola mental que o levará a encontrar inevitavelmente a resposta que busca. Perguntas de pesquisa bem elaboradas são mais apropriadas ao caso.

tos, cartas, recortes de jornal...) e triagem do material de acordo com o seu grau de relevância para o enfoque da pesquisa. Shafer (1980, p. 40) alerta que “boas anotações não brotam de uma caneta impensada e inexperiente”, portanto a coleta das evidências é um dos primeiros testes de maturidade do pesquisador.

3. AS CRÍTICAS INTERNA E EXTERNA - A crítica interna é a etapa na qual se estabelece a autenticidade das evidências - se o autor é aquele mesmo, se as datas correspondem, que tipo de versão ou edição é aquela, se o texto ou depoimento foi falsificado, censurado ou reformulado. A crítica externa requer a averiguação da credibilidade das evidências.

4. A APRESENTAÇÃO DAS EVIDÊNCIAS - O método histórico-crítico oferece oportunidades perigosas para expressar-se ambigualmente. Este risco aumenta em proporções assustadoras quando o pesquisador tem experiência em redação de relatório de órgão público. A clareza e a congruência ao apresentar as evidências são condições sine qua non para a integridade da pesquisa.

5. A SÍNTESE - Na pesquisa de fatos históricos pelos historiadores, a síntese é “a fusão de evidências, num relato acurado, descrevendo os eventos e resolvendo problemas históricos” (Shafer, 1980, pp. 41-42). Nas pesquisas da comunicação pelo método histórico-crítico, esta etapa corresponde à INTERPRETAÇÃO, ou seja, dizer o que tudo significa em seu contexto, com base nos “indicadores de” - as evidências. É quando se declara, se for o caso, que as evidências disponíveis não permitem fazer esta ou aquela inferência.

Nem sempre é possível distinguir claramente as fases de interpretação e avaliação, ao redigir o relatório final da pesquisa. Contudo, é importante ter mentalmente os dois processos como categorias separadas, a fim de fortalecer a objetividade da interpretação e a originalidade da avaliação subjetiva.

5. O RACIOCÍNIO ADUTIVO

Comum ao método crítico e ao método histórico é o processo de raciocínio ADUTIVO, “no mais simples sentido de aduzir respostas a questões específicas de modo a obter-se um amalgama explicativo satisfatório.” (Fisher, 1970, p. 1).

Para se entender melhor este processo, tão pouco discutido entre os metodólogos e ofuscado pelos processos de indução e dedução, lembremos que o termo “adução” origina-se do latim “adducere”, que significa “trazer”. Era um termo usado para designar a mudança implícita no fenômeno da transubstanciação. Em fisiologia, temos os músculos adutores (nas coxas, permitindo juntá-las e, no polegar, levando-o a tocar o dedo indicador). Em engenharia hidráulica fala-se no sistema de adutoras pelo qual a água, derivada de uma fonte, é trazida ao seu ponto funcional onde pode ser utilizada.

O dicionário Aurélio define “aduzir” como “trazer, apresentar razões, provas, testemunhos” - justamente o que o pesquisador crítico faz com a ajuda do método histórico. Já o American English Dictionary dá como significado do verbo inglês “adduce” - “citar como exemplo ou meio de provar um argumento, trazer à tona para consideração”. Com estas dimensões semânticas convergentes é legítimo dizer que o método histórico-crítico implica em um processo de

ADUÇÃO, isto é, junção dos elementos analisados de maneira a trazê-los o mais perto possível de um ponto ótimo de explicação da realidade.⁶

6. CONSTRUINDO A INTEGRIDADE DA PESQUISA

“As falácias às quais a mente humana pode sucumbir são infinitas”. Com esta observação, Phifer (1961, p. 55) aponta uma série de precauções a tomar quando se usa o método histórico. Elas são igualmente válidas para o usuário do método histórico-crítico, a fim de garantir a confiabilidade dos resultados da pesquisa.

Primeiro passo: (1) conscientizar-se de que, como cientista social de determinada formação acadêmica e de certas preferências políticas, filosóficas ou ideológicas, o pesquisador terá uma visão marcada por esta formação e estas preferências. Por isto, é imperativo (2) questionar constantemente suas fontes de dados, seu processo de adução e suas próprias conclusões.

Para controlar a subjetividade, o pesquisador tem de (3) reconhecer seus preconceitos sobre certas pessoas, hábitos, crenças, movimentos, instituições e pontos de vista que não se afinem com seus próprios valores e posicionamentos.⁷ Estes “preconceitos contra” não são os únicos riscos à isenção da pesquisa. O preconceitos “a favor” também precisam ser neutralizados e combatidos. A salvaguarda n. 4 é evitar glorificar ou santificar o objeto de estudo. A seleção do tema da pesquisa já implica em distingui-lo como importante e “bom”. O “sangue, suor, lágrimas e labor” (esta é a frase completa de Winston Churchill), exigidos pela pesquisa e as interações cordiais no curso do trabalho costumam predispor o pesquisador a superdimensionar as virtudes das pessoas envolvidas no evento analisado e a minimizar as suas falhas.⁸

Além dos preconceitos acima referidos, o pesquisador ainda tem de (5) neutralizar o tendenciosismo teórico ou ideológico que leva tanto iniciantes (e alguns veteranos) a partir para a pesquisa com cartas marcadas, de cabeça feita para encontrar o que gostariam de encontrar. O mestrando ou doutorando que escreve no seu projeto de pesquisa: “propomo-nos a demonstrar que...”, em fazer espaço para a possível refutação de sua hipótese de trabalho, está atacado de tendenciosismo. O tratamento preventivo contra esta “síndrome” começa com o fraseamento da meta de trabalho em termos de “propor-se a verificar se

⁶ Lucas (1981, p. 15) afirma haver pouca distinção entre o método histórico e o método crítico quando se trata do estudo da comunicação pública.

⁷ Uma aluna minha, que escolheu como objeto de análise o discurso de posse de certo governador, confessou-me que sua grande motivação fora o fato de o orador pesquisado haver derrotado o candidato pelo qual ela fizera campanha. Se tornasse explícito seu envolvimento subjetivo, na Introdução de seu trabalho, sua avaliação positiva do discurso teria reforçada credibilidade. Pelo mesmo motivo, sua avaliação negativa exigiria as mais fortes evidências.

⁸ Um exemplo deste tipo de problema é o pesquisador politicamente engajado com a causa sindical. Precisa de um esforço supremo de honestidade para analisar criticamente e reportar as falácias nos discursos de certos líderes sindicais. Outro exemplo vem de estudos sobre comunicadores (jornalistas famosos, cineastas, escritores, militantes políticos) que levam, às vezes, o pesquisador a apaixonar-se pela causa ou pela pessoa pesquisada.

[as características ou relações] ocorrem conforme a nossa hipótese ou não". No caso de não encontrar o que procurou ou de descobrir o que não desejava que fosse do conhecimento de opositores ideológicos, a pesquisa será tão válida quanto se os resultados da investigação correspondessem ao que o pesquisador queria demonstrar. Pesquisa crítica é para mentes abertas.

Continuando a construção da integridade da pesquisa, o analista da comunicação precisa também (6) verificar incongruências, ambigüidades e lacunas nas informações colhidas e em sua própria análise; (7) evitar interpretar o passado (p. ex. o discurso escravocrata, a censura de imprensa no Brasil colonial) com base nas visões de mundo do presente e (8) não confundir relações causais com relações casuais.⁹ Por fim, (9) tornar explícito, no relatório, paper, ou texto de tese/dissertação, que a avaliação crítica é feita com base nas evidências disponíveis, à luz (parcial) de uma certa perspectiva, representando as conclusões do autor NO MOMENTO em que foram escritas.

7. O PROBLEMA DA CONFIABILIDADE E DA VALIDADE

O calcanhar de Aquiles das metodologias está na confiabilidade e na validade dos resultados da pesquisa. Sem estas, não se pode aceitá-la como séria.

No método de laboratório e em certas pesquisas de campo, é possível estabelecer estatisticamente a confiabilidade dos resultados. No caso de uma pesquisa pelo método histórico-crítico, poderíamos testar-lhe a confiabilidade verificando até que ponto, usando os mesmos critérios de julgamento, diferentes analistas de um mesmo fenômeno chegariam às mesmas conclusões. Para Carter e Fife (1961, pp. 99-100), esta concepção de confiabilidade é irrelevante quando aplicada à pesquisa crítica:

"Quanto melhor a avaliação crítica tanto menos provável que outros avaliadores concordem com ela! O mesmo se diga quanto ao pesquisador em diferentes fases da vida: se está amadurecendo, precisa, de certa forma, discordar de si mesmo, de tempos em tempos. (...) O que requer a nossa eterna vigilância [na pesquisa crítica] é que a confiabilidade das evidências seja o mais alta possível - em vez da confiabilidade estatística aplicada aos julgamentos dos avaliadores".

A confiabilidade da pesquisa crítica dependerá da aplicação das nove salvaguardas metodológicas apresentadas na seção 5.

Quanto à validade, a pesquisa crítica a terá na medida em que se possa estabelecer a sua confiabilidade (que lhe confere VALIDADE INTERNA), e na medida em que suas conclusões possam ser aplicadas a outros eventos de

⁹ Esta confusão de relações causais com relações casuais produz inferências cientificamente inválidas e desastrosas. Só é tolerável em afirmativas poéticas, como esta de meu filho aos quatro anos de idade: "o sol vai embora quando fica escuro".

comunicação ou sejam úteis para gerar hipóteses testáveis pelos métodos experimental e de campo. Isto lhe confere **VALIDADE EXTERNA**. Excusado dizer que o conceito de “validade” aqui, é o da terminologia de metodologia de pesquisa. Espera-se, contudo, que a pesquisa crítica, por sua própria natureza, transcenda a validade metodológica e demonstre ter também **VALIDADE SOCIAL**. Parafraseando o poeta Thiago de Melo, como pesquisadores críticos, “não somos os melhores, melhor é nossa causa”.

8. LIMITAÇÕES E VANTAGENS DO MÉTODO HISTÓRICO CRÍTICO

Este método tem um poder limitado de explicação e predição. Geralmente, não se presta à repetição de estudos (como no caso de experimentos e de surveys), nem permite o controle da interação entre variáveis. Tampouco permite análises confiáveis de causa e efeito. A avaliação crítica de atos de comunicação, pelo critério de efeitos, como praticada na análise retórica é um julgamento de valor. Ainda que baseado em evidências, não vale como declaração de relações causais.

Se, por um lado, o método histórico-crítico não permite chegar ao máximo de exatidão nas conclusões, por outro, ganha em poder de expressividade. Por expressividade entenda-se a qualidade de lançar novas luzes sobre o que realmente importa, no objeto de pesquisa. Em um contínuo hipotético onde os extremos se chamassem respectivamente ‘Exatidão’ e ‘Expressividade’, a pesquisa pelo método histórico-crítico se localizaria mais para o lado da expressividade. A pesquisa perfeita (por qualquer método) teria a máxima exatidão e a máxima expressividade.

Um dos pontos fortes do método histórico-crítico é que ele permite averiguar de que maneira certos postulados das teorias da comunicação funcionam no dia a dia. Assim sendo, fornece material para gerar hipóteses testáveis por outros métodos e possibilita o desenvolvimento de critérios de avaliação de atos/eventos comunicativos, para serem reutilizados em outras pesquisas.

De uma maneira geral, com o método histórico crítico é possível (a) mapear a realidade pesquisada; (b) focalizar em profundidade um ou mais aspectos selecionados do objeto de pesquisa; (c) analisar mensagens, políticas de comunicação e o desempenho de comunicadores mediante uma abordagem esclarecedora seja lingüística, sociológica, retórica, antropológica ou da ciência política. E, acima de tudo, (d) avaliar criticamente o objeto de estudo, peculiaridade esta que deve contribuir para aperfeiçoar a atuação de comunicadores e públicos como atores socialmente responsáveis.

9. TIPOS DE PESQUISA PELO MÉTODO HISTÓRICO-CRÍTICO

A linha de mais longa tradição de pesquisa da comunicação pelo método histórico-crítico é a da oratória, contemporaneamente representada pelas

análises de pronunciamentos de políticos e porta-vozes organizacionais.¹⁰ Outra área de aplicabilidade profícua deste método é a da análise de programas de comunicação, campanhas de saúde ou de esclarecimento de assunto controvertido, planos de difusão de inovações e movimentos sociais como o movimento pelas eleições diretas, o movimento ecológico, e o movimento feminista.¹¹

Os anúncios publicitários de um produto, serviço, imagem ou causa também se prestam a estudos pelo método histórico-crítico.¹² Como documentos oficiais da empresa, agência ou grupo que os publica ou leva ao ar, espelham objetivos organizacionais, práticas lingüísticas vigentes, valores culturais e ideologias. Sua contextualização histórica e avaliação crítica trazem benefícios à Teoria da Comunicação e à deontologia da prática comunicativa.

O método resenhado nestas páginas pode ser usado eficazmente em estudos que retirem de um todo um elemento ou faceta específica para ser investigada com abrangência e profundidade. P. ex., o uso da metáfora do câncer na propaganda anticomunista, a eliminação do sotaque regional nos apresentadores de telejornais, o dia de campo como técnica persuasiva na difusão de novas práticas agrícolas. De uma maneira geral, estudos de caso, estudos comparativos, estudos biográficos de indivíduos ou instituições e avaliações de sucesso, fracasso, funções, disfunções, virtudes e falhas de atos de comunicação, beneficiam-se da aplicação do método histórico-crítico.

10. CONCLUSÃO: AS BASES DA QUALIFICAÇÃO DO PESQUISADOR

Paciência, ausência de dogmatismos e visão de conjunto são as bases da qualificação do pesquisador pelo método histórico-crítico. Não que estes atributos sejam dispensáveis no pesquisador pelos métodos experimental e de campo. Mas, na pesquisa histórico-crítica eles são absolutamente indispensáveis porque a sua ausência comprometerá mais seriamente a qualidade do trabalho. Por tratar-se de um procedimento metodológico eminentemente “qualitativo”, a pesquisa fica sujeita às ambigüidades da linguagem natural na qual seus resultados são expressos (ao contrário da linguagem matemática que favorece a exatidão nas pesquisas eminentemente “quantitativas”). Por fazer espaço para a subjetividade, corre o risco de acentuar as distorções perceptuais do pesquisador. Por lidar notadamente com documentos (sob qualquer forma) que não falam por si sós, requer redobrados e pacientes esforços em prol da acurácia, do rigor e da apreensão multifacética dos fatos.

¹⁰ Ver Halliday (1988), Souto (1989) e Rodrigues (1990). Em língua inglesa há uma vastíssima bibliografia de pesquisa nesta área, que ilustramos com três referências representativas: Hart (1987) e Jamieson (1988, 1984).

¹¹ Análise de duas campanhas (vacina Sabin e racionamento de energia elétrica no Nordeste) foram feitas por Halliday e Marques (1990), usando o método histórico-crítico. Nos Estados Unidos, há uma longa tradição de pesquisa, focalizando, por este método, movimentos sociais (p. ex. os “black panthers”, o “gay power, o “gray power”).

¹² Como exemplo de estudo crítico do discurso legitimador das organizações utilizando anúncios publicitários como fontes de dados, ver Halliday (1985, 1987, 1992).

Correndo o risco de enfatizar o óbvio, concluo com a observação de que o método aqui apresentado, mais do que qualquer outro, requer SENSO CRÍTICO, não somente aquele que devemos ter no dia a dia das nossas interações, mas o que eu chamaria de “senso crítico especializado”, assim descrito por Carraher (1983, p. ix):

“... o exercício do senso crítico num determinado campo exige conhecimento íntimo das questões conceituais, das tradições, dos conflitos atuais, dos paradoxos e dos estilos comunicativos enfim, um conhecimento das práticas e da rede de significados daquele campo”.

Assim qualificado, o pesquisador terá no método histórico crítico uma opção metodológica respeitável para a pesquisa da comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CARRAHER, David W.
1983 *Senso Crítico*. São Paulo: Pioneira.
- CARTER, Elton S. e FIFE, Iline.
1961 “The Critical Approach”. In Dow, Clyde (ed.) — *An Introduction to Graduate Study in Speech and Theatre*. East Lansing, pp. 81-103.
- CAHTCART
1981 Robert. *Post Communication — Rhetorical Analysis and Evaluation*. Indianópolis: Bobbs-Merrill.
- FISHER, David H.
1970 *Historian Fallacies*. N. York. Harper & Row, 1970, p. 1.
- HALLIDAY, Tereza Lúcia
1992 Definições da Realidade Ambiental: A Causa Ecológica na Legitimação das Organizações. Trabalho apresentado no XV Congresso de Pesquisadores da Comunicação - INTERCOM, São Bernardo do Campo, S.P., 21 p.
1990 “Paradigmas de Pesquisa e Metodologias”. In Anais do I Simpósio Norte-Nordeste de Pesquisa em Comunicação. Recife: INTERCOM/UFRPe. pp. 39-48.
1987 *A Retórica das Multinacionais*. São Paulo: Summus
1985 *Organizational Rhetoric: Multinational Corporations* ‘Legitimation in Brazil, France and the U.S.A. Tese de doutorado. Univ. of Maryland, 366 p. (Registrada na University Microfilms Internationals sob o nome e autor “Levy, Tereza Lucia Halliday”).
- HALLIDAY, Tereza Lúcia (organizadora)
1988 *Atos Retóricos — Mensagens Estratégicas de Políticos e Igrejas*. São Paulo: Summus.

- HALLIDAY, Tereza Lúcia e Marques, Helena de Barros
 1990 *Campanhas de Construção Social. Documento de Pesquisa. Recife: Coleção Flabel, n. 1.*
- HART, Roderick P.
 1987 *The Sounds of Leadership. Presidential Communication in the Modern Age. Chicago: The University of Chicago Press.*
- JAMIESON, Kathleen Hall
 1988 *Eloquence in a Electronic Age — The Transformation of Political Speechmaking. N.Y.: Oxford University Press.*
 1984 *Packaging the Presidency. A History and Criticism of Presidential Campaign Advertising. N.Y.: Oxford Univ. Press.*
- Leathers, Dale G.
 1978 *Orientations to Researching Communication. Chicago: Science Research Associates. MODCOM Series.*
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo.
 1990 *Pesquisa em Comunicação. Formulação de um Modelo Metodológico. São Paulo: Loyola.*
- LUCAS, Stephen E.
 1981 "The Schism in Rhetorical Scholarship". *Quarterly Journal of Speech*, v. 67, n. 1, pp. 1-20.
- PHIFER, Gregg.
 1961 "The Historical Approach", In Dow, Clyde (ed.). *An Introduction to Graduate Study in Speech and Theatre. East Lansing, MSU Press, pp. 52-81.*
- RICHARDSON, Roberto Jarry e outros.
 1985 *Pesquisa Social - Métodos e Técnicas. São Paulo: Atlas.*
- RODRIGUES
 1990 Ricardo José Pereira.. *Retórica Presidencial e Reforma Econômica na Nova República: Uma Análise do Plano Cruzado enquanto Ação Política Retoricamente Construída. Diss. Mestrado, Recife: Univ. Fed. de Pe., 301.*
- SCHWARTZ, Howard e JACOBS, Jerry.
 1979 *Qualitative Sociology. N.Y.: Free Press.*
- SHAFER, Robert Jones
 1980 *A Guide to Historical Method. 3rd.ed. Homewood, Illinois: The Dorsey Press.*
- SMITH, Mary Ann Yodeler
 1981 "The Method of History". In Stempel II, Guido H. e Westley, Bruce H. (eds.), *Research Methods in Mass Communication. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, pp. 305-319.*

SOARES, Murilo César

1993

"Análise Retórica: o Texto em Confronto com a História". In *Revista Alfa*. Bauru: Univ. Estadual de São Paulo. (no prelo).

SOUTO, Eliezer Queiroz de

1989

O Discurso de Miguel Arraes como reflexo de um projeto político: Uma visão retórica e gramsciana. Diss. Mestrado, Univ. Fede. de Pernambuco, 278 p.

I. AS TRADIÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS DAS PESQUISAS DE RECEPÇÃO

ABSTRACT

The Brazilian methodological renewal in the field of the reception research has been slow and gradual. The paper deals with this situation, evaluating our reception methodological tradition and comparing it to the recent progress of the qualitative audience research in Latin America, United States and Europe.

Key Words: Communication theory; methodology of communication research; reception research; audience research.

RESUMEN

La renovación metodológica en la investigación brasileña de recepción ha sido muy lenta y gradual. El presente artículo reflexiona sobre esa situación, pasando un balance de nuestra tradición metodológica en los estudios de recepción y comparando a los más recientes avances de la investigación cualitativa de audiencia en América Latina, Estados Unidos y Europa.

Palabras clave: Teoría de la comunicación; metodología de la investigación de la comunicación; investigación de recepción; investigación de audiencia.

Desde a origem, os metos suscitaram grandes esperanças quanto medos desmesurados, o que não surpreende os estudos dos efeitos darem a primeira forma às pesquisas de comunicação: nas décadas de 30 e 40, investiga-se o poder

Estas reflexões são parte integrante de um trabalho em andamento, cujas fontes são variadas: análises metodológicas de pesquisas acadêmicas de Comunicação no Brasil; docência na área de Metodologia da Pesquisa em Comunicação em cursos de pós-graduação; e textos teóricos e pesquisas internacionais sobre metodologias qualitativas na área de recepção dos meios.