

Pesquisa em comunicação por meio de métodos quantitativos

Alisson Dias Gomes*



PEROSANZ, Juan José Igartua. **Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación**. Barcelona: Bosch, 2006. 704 p.

A pesar dos avanços significativos nos últimos anos, como retrata a recente edição de *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, 2006, organizado por Jorge Duarte e Antonio Barros, com compilação de textos de autores de diferentes segmentos da comunicação, esta área, no contexto ibero-americano, para conquistar *status* científico, ainda busca consideravelmente o dinamismo e a amplitude prevaletentes em outras regiões do mundo.

Isto decorre porque ainda existe tendência a excluir os métodos quantitativos em detrimento do teorismo, legado ainda da década de 70 do século passado, marcado pelo auge das correntes marxistas, como o imperialismo cultural e a teoria da dependência, e quando autores, como Armand Mattelart, rechaçavam em definitivo as técnicas quantitativas. Nesse contexto, o grande mérito de *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación*, de Juan José Igartua Perosanz, recai no tratamento claro e consistente desses métodos e na exposição didática de como empregá-los, vez que a última parte da obra (parte III) explica, detalhadamente, como trabalhar as variáveis dos estudos e como interpretá-las. Ademais, é oportuno reforçar que os dados quan-

* Jornalista e Doutorando de Comunicação Audiovisual, Revolução Tecnológica e Mudanças Culturais na *Universidad de Salamanca*, Espanha

titativos permitem avaliação estatística mais rica e podem ser sempre transformados em dados qualitativos, enquanto que o inverso não ocorre, sendo, portanto, esta técnica mais versátil.

Com ampla experiência em pesquisas quantitativas, com mais de 50 artigos publicados no campo, o autor-docente aborda questões do dia-a-dia do mundo da pesquisa científica, com ênfase para o meio quantitativo, desde fatores e elementos na concepção do problema de estudo até os suportes de publicação mais adequados para cada produção. Ou seja, as três fases básicas da pesquisa são contempladas na obra: idealização, execução e exposição.

Estruturado em três grandes partes, que abordam, respectivamente: (1) a comunicação como objeto de estudo científico; (2) as técnicas de pesquisa quantitativa; (3) a análise estatística dos dados, o volumoso tratado é organizado em dez capítulos, somando 704 páginas, que versam desde os fundamentos da pesquisa em comunicação, capítulo um, até a análise de distintas variáveis de um estudo, capítulo 10.

Ao longo dessa trajetória, Juan José Igartua Perosanz destaca, ainda na primeira parte do livro, capítulos dois e três, as vias de acesso ao conhecimento, as características do método científico, as fases do processo de pesquisa, as técnicas qualitativas e quantitativas em Comunicação, a pesquisa básica e a pesquisa aplicada, a estrutura dos artigos científicos, as revistas de impacto no meio científico e a construção das teorias científicas.

A segunda parte da obra, que compreende dos capítulos quatro ao seis, dedica atenção às técnicas de pesquisa quantitativas propriamente ditas e em uso, como a análise de conteúdo (AC), a pesquisa por enquête e mediante questionário e a pesquisa experimental, dedicando a cada temática capítulo extenso e repleto de experiências práticas. Em cada abordagem, detalhamento preciso que quase exaure o tema, a exemplo do que ocorre no capítulo quatro. Este descreve desde a origem e a definição da AC até a necessidade de se conhecer seus campos de aplicação, mediante a apreensão dos passos deste método: formulação do tema, definição dos conceitos, operacionalização, elaboração do livro de códigos e da ficha de análise para categorização, amostra do conteúdo a analisar, teste do processo de codificação, a codificação,

o nível de confiabilidade, a análise dos dados e a elaboração do relatório da pesquisa. E, mais, explora, também, o nível de confiabilidade entre os distintos codificadores do processo.

Do sétimo ao décimo capítulo, o autor trata da análise estatística dos dados, introduzindo conceitos básicos e explanando sobre as duas vertentes: descritiva e de inferência, a análise de uma variável, de duas variáveis e de muitas variáveis, ao mesmo tempo no estudo. Logo, como a maior parte da pesquisa quantitativa em Comunicação se apóia em programas de informática de análise de dados, existindo dezenas no mercado, Igartua Perosanz, para efetuar o tratamento das variáveis (capítulos oito, nove e dez), recorre ao programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), na versão para Windows, o que permite contribuir sobremaneira, do ponto de vista operacional para quem deseja se iniciar na prática da pesquisa quantitativa em Comunicação ou mesmo para o pesquisador experiente.

Os três últimos capítulos, relacionados à execução prática da análise de dados, coletados de distintas formas (enquete, questionário ou observação), contemplam sugestiva discussão sobre os métodos existentes, seus benefícios e suas restrições para cada situação de estudo. Dizendo de outra forma, *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación* é um livro que pode ser usado como guia, sobretudo, na iniciação científica. Mesmo que os pesquisadores juniores deleguem o trabalho estatístico a um profissional especializado, é importante que detenham conhecimento básico sobre a análise de dados.

Isto justifica nossa visão de que se trata de uma publicação importante. Afinal, coloca o novo pesquisador, por meio de linguagem didaticamente acessível, em contato com um ramo de comunicação ainda pouco explorado e também por contribuir para o amadurecimento científico do campo da comunicação no Brasil e na região ibero-americana.