

ENSAIOS



## **Denis Renó**

Jornalista e Documentarista.  
Pós-Doutor pela Universidad  
Complutense de Madri,  
Espanha e na Universidade  
de Aveiro, Portugal.

Doutor em Comunicação  
Social, pela Universidade  
Metodista de São Paulo,  
São Bernardo do Campo,  
SP, Brasil.

É membro do grupo de  
pesquisa LECOTEC –  
Laboratório de Estudos de  
Comunicação e Educação  
Cidadã – pela UNESP e do  
grupo COLIN – Estudos de  
Comunicação e Linguagem  
- pela Universidade Metodis-  
ta de São Paulo.

Professor assistente do curso  
de jornalismo, pela UNESP  
e professor permanente do  
programa de Mestrado em  
Jornalismo da Universidade  
Estadual de Ponta Grossa,  
PR, Brasil.

E-mail: [denis.porto.reno@  
gmail.com](mailto:denis.porto.reno@gmail.com)

Currículo Lattes:

[http://lattes.cnpq.](http://lattes.cnpq.br/3280707979820725)

[br/3280707979820725](http://lattes.cnpq.br/3280707979820725)

**Pesquisa aplicada em  
comunicação: uma  
tendência necessária**

**Applied research in  
Communication:  
a necessary trend**

**Investigación aplicada  
en Comunicación:  
una tendencia necesaria**

## RESUMO

A história da comunicação como ciência foi marcada por momentos distintos. O primeiro deles é construído pela experimentação tecnológica e, posteriormente, por uma transformação de linguagem. Porém, a consolidação da comunicação como ciência social aplicada veio a partir de pesquisas teóricas, quando Lasswell e Lazarsfeld propuseram, respectivamente, as teorias hipodérmica e fluxo de dois passos. Entretanto, atualmente, a pesquisa aplicada – que envolve a experimentação e sua observação em um processo de aplicação prática – volta a ser estar na mira da academia. Este ensaio desenvolve um ensaio trata da importância da pesquisa aplicada ao desenvolvimento da comunicação contemporânea, apresentando exemplos e métodos relacionados com essa realidade.

Palavras-chave: Comunicação. Estudo de meios. Ecologia dos meios. Media lab.

## ABSTRACT

The history of communication as a science was marked by different moments. The first one was built by technological experimentation and later, by language transformation. But the consolidation of communication as applied social science has come from theoretical research, when Lasswell and Lazarsfeld respectively proposed the hypodermic and the two-step flow theories. However, applied research – which involves experimentation and its observation in a practical application process – is once again being targeted by the academy. This text develops an essay on the importance of applied research to the development of contemporary communication, presenting examples and methods related to such reality.

Keyword: Communication. Media studies. Media ecology. Media lab.

## RESUMEN

La historia de la comunicación como ciencia fue marcada por momentos distintos. El primero fue construido por la experimentación tecnológica y, posteriormente, por una transformación de lenguaje. Pero, la consolidación de la comunicación como ciencia social aplicada he venido a partir de investigaciones teóricas, cuando Lasswell y Lazarsfeld propusieron, respectivamente, las teorías hipodérmica y flujo de dos pasos. Sin embargo, actualmente, la investigación aplicada – que involucra la experimentación y la observación del experimento en un proceso de aplicación práctica – vuelve a estar en la mira de la academia. Este artículo desarrolla un ensayo sobre la importancia de la investigación aplicada al desarrollo de la comunicación contemporánea, presentando ejemplos y métodos relacionados con esa realidad.

Palabras-clave: Comunicación. Estudio de medios. Ecología de los medios. Media lab.

Submissão: 6-9-2014

Decisão editorial: 14-10-2014

## Introdução

O desenvolvimento de pesquisas na área da comunicação foi marcado, originalmente, pela experimentação. A própria prensa, desenvolvida por Johan Gutenberg no século XV, surge a partir da experimentação. Em seguida, novos experimentos surgiram, como a fotografia, o rádio, a televisão e a internet. Porém, desde o início do século XX, com o desenvolvimento das pesquisas da linha funcionalista<sup>1</sup>, a preocupação com a investigação aplicada deixou de ser valorizada nas ciências sociais aplicadas, ainda que comum em outras áreas do conhecimento. Por essa razão, centros de conhecimento científico da comunicação apoiaram teorias e métodos no formato adotado pelas tradicionais ciências sociais e de humanidades, repugnando, em diversos casos, pesquisas do formato aplicado (que reúnem momentos de atividades teóricas e práticas), especialmente nos centros de pesquisa sobre comunicação no Brasil.

Entretanto, esse formato tem sido valorizado nas duas últimas décadas de maneira crescente em alguns países. Nos Estados Unidos, berço da linha funcionalista, por exemplo, a aproximação da academia

---

<sup>1</sup> A linha funcionalista, originalmente denominada *mass communication research*, tinha como proposta a análise midiática e a compreensão sobre sua função no cenário do desenvolvimento social.

com o mercado proporcionou uma recuperação da pesquisa aplicada em comunicação, termo analogicamente defendido por Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2010) como pesquisa empírica. Porém, a mesma autora já havia apresentado a discussão anteriormente, quando apontou para a necessidade de definir com clareza os olhares empíricos da pesquisa (LOPES, 2005). Dessa maneira, novas linguagens, assim como utilizações de produtos e tecnologias, têm surgido. Centros de pesquisa de importantes instituições, como o Massachusetts Institute of Technology (MIT), a Universidade de Berkley, a Universidade da Cidade de Nova Iorque, entre outras, desenvolvem, há mais de uma década, os chamados *MediaLabs*, que dedicam suas atividades a experimentar as hipóteses teóricas existentes, consolidando-as e aferindo-as para uma sustentação acadêmica.

Atualmente, países da Comunidade Europeia, com destaque a Portugal, também valorizam a pesquisa aplicada. Neste cenário, a Universidade de Aveiro ganha notoriedade. Por meio de uma parceria com a Portugal Telecom, a instituição desenvolve pesquisas aplicadas nas áreas de saúde, educação, comunicação e tecnologia, com um incremento econômico que representa aproximadamente 60% do custo de manutenção da instituição, incluindo bolsas de pesquisa de pós-graduação. Entre os projetos, merece menção o desenvolvimento do Sapo Campus (RENÓ, 2012), primeira rede social aberta dedicada exclusivamente a atividades educacionais. A partir desse projeto, o departamento de comunicação e arte da Universidade de Aveiro protagoniza importante cenário no campo das pesquisas educacionais ocidentais, além de poder experimentar as teorias

que surgem nos programas de pesquisa da instituição, a maioria fundamentalmente interdisciplinar.

No Brasil, há quatro anos, a Universidade Federal de Pernambuco (Ufpe) sinalizava no sentido de desenvolver pesquisas aplicadas em comunicação. Naquele momento, o C.E.S.A.R. – Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (Cesar)<sup>2</sup> aproximou-se de alguns professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Ufpe<sup>3</sup> para que participassem em projetos interdisciplinares dos dois programas que envolvessem conteúdos midiáticos. Entre os projetos, na ocasião, destacava-se uma proposta da Toshiba para estudos sobre televisão digital.

Tais possibilidades potencializam-se a partir de pesquisas contemporâneas sobre novos meios, especialmente os relacionados a novas plataformas (dispositivos móveis, segunda tela) e novas linguagens (narrativa transmídia). Esses estudos exigem uma experimentação para apresentar resultados consolidados, além de oferecer diferentes respostas ao pesquisador.

Este ensaio texto apresenta, a partir de pesquisa bibliográfica e documental, um ensaio referente ao crescimento da pesquisa aplicada em comunicação na comunidade científica mundial, propondo, a partir disso, metodologias indicadas para esse método e seu desenvolvimento em programas de pós-graduação do Brasil. Dessa maneira, poderemos desenvolver no País mais que pesquisas iniciais no campo da comunicação, mas também patentes relacionadas ao setor, como ocorre em diversos outros países, muitos deles com menor representatividade de inovação de nível primário. Espera-se que, com a conclusão deste estudo, esse formato de pesquisa conquiste seu es-

<sup>2</sup> Ver <<http://www.cesar.org.br/site/>>.

<sup>3</sup> Ver <<http://www.ufpe.br/ppgcom/>>.

paço nos programas existentes atualmente, deixando de ser método exclusivo dos poucos programas de mestrado profissional existentes no Ppaís.

### Metodologias apropriadas

Para desenvolver pesquisas aplicadas em comunicação, podemos observar a adoção de diversas metodologias. Afinal, uma metodologia é justificada quando ela atende às propostas apresentadas pelo pesquisador, com rigor e viabilidade, atendendo às especificações de objetividade da ciência. Dessa maneira, podemos perceber que a diversidade metodológica para o campo da pesquisa aplicada pode ser considerada ampla.

Entretanto, ao optar por uma metodologia de pesquisa destinada a atividades de estudos aplicados, o pesquisador deve levar em consideração que a experimentação é fundamental. Do contrário, não se justifica a aplicação dos resultados obtidos, ou a proposta promoverá uma aplicação experimental em um espaço real, ou seja, oferecerá resultados vulneráveis e instáveis. Isso não significa que o insucesso seria certo. Porém, para que o pesquisador possa propor algo, é fundamental que ele tenha certeza de sua aplicação, e isso não deve ser testado em um ambiente externo ao adotado na pesquisa.

Neste sentido, alguns métodos de pesquisa são indicados para pesquisas que envolvem estudos teóricos e práticos para a obtenção de respostas dependentes entre si. O primeiro deles, básico para quase todas as pesquisas, é o método bibliográfico, quando o pesquisador descobre teorias, visões e ideias já existentes que se relacionam com ela. Segundo Ida Stumpf:

pesquisa bibliográfica, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado (...)" (2006, p. 51).

Com relação à importância e ao momento em que a pesquisa bibliográfica pode ocorrer no desenvolvimento de uma pesquisa, a autora complementa:

Num sentido restrito, é um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico. Por vezes, trata-se da única técnica utilizada na elaboração de um trabalho acadêmico, como na apresentação de um trabalho no final de uma disciplina, mas pode também a etapa fundamental e primeira de uma pesquisa que utiliza dados empíricos, quando seu produto recebe a denominação de Referencial Teórico, Revisão da Literatura ou similar. (STUMPF, 2006, p. 51).

Esta etapa deve ocorrer logo no início do trabalho e tem fundamental importância na conceituação de termos, assim como na compreensão de técnicas e teorias e na obtenção de segurança para desenvolver uma pesquisa aplicada, ou seja, uma aplicação real da compreensão e reformulação de teorias anteriormente apresentadas por outros pesquisadores.

Outro procedimento metodológico interessante para uma pesquisa aplicada é o método quase experimental, pois se trata de um estudo que compreende etapas teóricas e práticas. Neste caso, a pesquisa não pode ser manipulada pelo pesquisa-

dor, que apenas a observa. Esse método é comum nas denominadas ciências duras, ainda que também apropriado para as ciências sociais aplicadas. Segundo Robert Yin:

Novamente os métodos se sobrepõem. A ampla variedade de ciências experimentais também inclui aquelas situações em que o experimentador não pode manipular o comportamento [...], mas nas quais a lógica do planejamento experimental ainda pode ser aplicada. Essas situações foram comumente denominadas situações quase-experimentais. (2002, p. 27-28).

É fundamental definir amostras de participantes, pois se torna viável uma experimentação com grandes públicos. Nesse caso, o tipo de amostra definida é denominado intencional ou de seleção racional, pois se espera avaliar a teoria defendida pelo pesquisador, independentemente de uma representatividade universal. Tal escolha é defendida por Robert Richardson, para quem

os elementos que formam a amostra relacionam-se intencionalmente de acordo com certas características estabelecidas no plano e nas hipóteses formuladas pelo pesquisador. Se o plano possuir características que definam a população, é necessário assegurar a presença do sujeito-tipo. (2007, p. 161).

O autor ainda defende a existência de uma amostra acidental, que se caracteriza pela “população formada pelos elementos que se pôde obter” (RICHARDSON, 2007, p. 160), para pensar em um pacote metodológico capaz de atender às expectativas e necessidades de uma pesquisa aplicada, independentemente do tipo de amostra, pois, de acordo

com Richardson: “diz-se que um instrumento é válido quando mede o que se deseja” (2007, p.174).

Robert Richardson também defende a utilização de perguntas fechadas em pesquisas aplicadas. Mas observa que se deve tomar cuidado com a escolha deste tipo de questionário. Segundo o autor:

A utilização de um questionário com perguntas fechadas depende de diversos aspectos. Primeiro, supõe-se que os entrevistados conheçam a temática tratada no questionário. Segundo, supõe-se que o entrevistador conheça suficientemente bem o grupo a ser entrevistado, de modo que possa antecipar o tipo de respostas a serem dadas. (RICHARDSON, 2007, p. 191-192).

Outro instrumento metodológico interessante para investigações aplicadas define-se como pesquisa participativa e ganhou força como método de investigação entre 1980 e 1990 e vive hoje em dia uma retomada de aceitação na academia. Dentre os aspectos de envolvimento do pesquisador neste tipo de pesquisa, segundo Peruzzo, ressalta-se que “o pesquisador se insere no grupo pesquisado, participando de todas as suas atividades, ou seja, ele acompanha e vive (com maior ou menor intensidade) a situação concreta que abriga o objeto de sua investigação” (2006, p. 133-134). Ainda segundo a autora, os aspectos da pesquisa participante são:

- a) Presença constante do observador no ambiente investigado para que ele possa “ver as coisas de dentro”.
- b) O investigador compartilha de modo consistente e sistematizado das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado. Ou seja, ele se envolve nas atividades, além de compartilhar “interesses e fatos”. (PERUZZO, 2006, p. 126).

Estes conceitos de Peruzzo fundamentam e justificam a escolha por estas modalidades, pois a relação entre a pesquisa qualitativa e a pesquisa participativa é harmônica. Segundo a autora:

Uma luz brota das possibilidades explicitadas pela pesquisa qualitativa, que entre suas metodologias, oferece a pesquisa participante. Nessa perspectiva, vão encontrar respaldo no método dialético (ou do materialismo histórico dialético nas correntes de esquerda), que possibilita a captação do fenômeno em todas suas dimensões constitutivas, desde sua história e dinamicidade até as múltiplas determinações inerentes a qualquer fenômeno. (2006, p.130).

Peruzzo (2006, p.131) define que a pesquisa participante possui, em especial, três finalidades. De acordo com a autora, por meio da pesquisa participante é possível observar fenômenos importantes, mas pouco expressivos no campo da pesquisa. A autora também considera que a pesquisa participante é apropriada para desenvolver estudos de recepção de conteúdo de mídias fora do padrão vigente. Porém, ressalta que os resultados devem retornar aos envolvidos no experimento.

Logicamente, é fundamental que tais experimentos sejam realizados em espaços apropriados e equipados para tal finalidade. Dessa maneira, os laboratórios de estudos sobre meios passam a ser perfeitos para atender a essa tendência.

## A onda dos MediaLabs

Os laboratórios de meios – ou *MediaLabs* – vivem um momento de ascensão na academia, especialmente em países onde a iniciativa privada possui participação no desenvolvimento científico. Porém, os

*MediaLabs* (neste texto, denominados pela sigla ML) também estão sendo valorizados em países onde os recursos vivem uma escassez e torna-se fundamental o investimento em pesquisas que realmente promovam resultados.

Em centros de excelência de pesquisas sobre comunicação, os ML assumem fundamental importância. Nestes espaços, os líderes de pesquisa promovem a experimentação de suas teorias a partir de construção de protótipos e de modelos. Esse tipo de experimentação faz com que os resultados obtidos tenham mais credibilidade científica e mercadológica. Trata-se do fim do distanciamento entre a academia e o mercado, característica tão criticada pelos profissionais contra os acadêmicos e seus discursos, em alguns casos, alienados à realidade midiática.

Mas o papel do ML não se limita ao desenvolvimento de pesquisas aferidas. Ele também serve à formação de novos pesquisadores, alguns deles trazidos da prática mercadológica para o mundo acadêmico. O aspirante a pesquisador aprende a buscar respostas às teorias sugeridas e a seguir rigores metodológicos científicos através por meio de atividades profissionais, orientados pelo pesquisador responsável pelo laboratório ou pela pesquisa em questão. Tais métodos de desenvolvimento científico – e de cientistas – são comuns em diversas áreas, como a medicina, a engenharia, a matemática, a física. Agora, com a aproximação da comunicação com outras áreas e a construção de projetos interdisciplinares, tal absorção passa a ser uma necessidade, uma questão de subsistência.

Dentre os ML, destacam-se os presentes no MIT – Massachusetts Institute of Technology, nos Estados Unidos. A instituição tem como característica

principal a aproximação com o mercado. No MIT, laboratórios são criados e mantidos por empresas como Apple, Microsoft, LG, Sony, entre outras. Dentre vários, o de maior destaque é o MIT Media Lab<sup>4</sup>, especializado em estudo sobre comportamento humano, tecnologia e meios. Neste espaço podemos encontrar, desde pesquisas sobre mecatrônica até mesmo métodos e processos de correção de imagens através por meio de *softwares* gráficos por grupos étnicos diferentes.

Ainda no MIT, um laboratório que ocupa cada vez mais espaço no campo da comunicação é o MIT Open Documentary Lab<sup>5</sup>, que pesquisa sobre narrativas emergentes para o vídeo-documentário. Para tanto, desenvolve pesquisas em parceria com diversos outros laboratórios do MIT que suprem as necessidades tecnológicas do grupo, mais interessado em novas linguagens que em novas tecnologias.

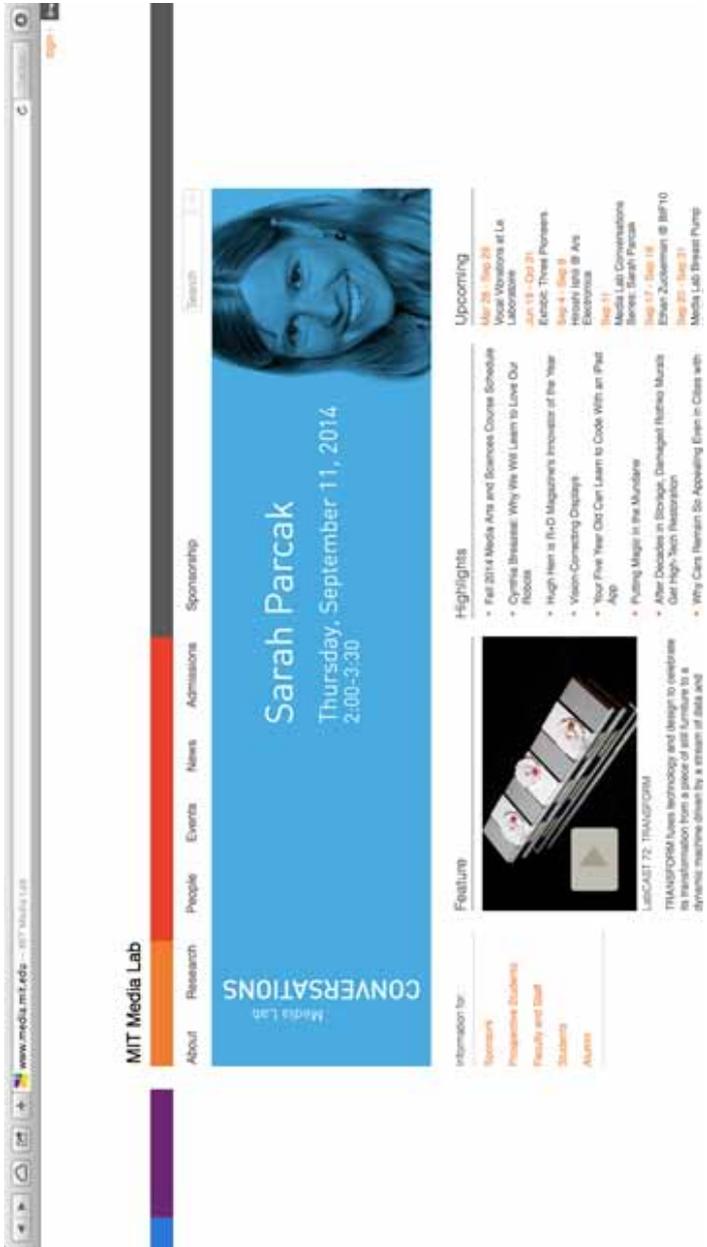
A interdisciplinaridade é uma característica marcante de um ML. Suas atividades envolvem outras áreas, e não somente a comunicação em si. Uma pesquisa aplicada sobre documentário pode, por exemplo, envolver produtores audiovisuais, programadores de páginas em HTML5 e profissionais de relações públicas. A reunião de *expertises* é o ideal para que uma pesquisa aplicada desse tipo possa ser realizada. Tal característica é comumente encontrada nas equipes de pesquisa integrantes do MIT Open Documentary Lab.

---

<sup>4</sup> Ver <<http://www.media.mit.edu>>

<sup>5</sup> Ver <<http://opendoclab.mit.edu/welcome>>.

**Figura 1** - Espaço virtual do MIT Media LabFonte:



**Figura 2** - Página principal do MIT Open Documentary LabFonte:

MIT OPEN DOCUMENTARY LAB

ABOUT ANNOUNCEMENTS RESEARCH BLOG GET INVOLVED

**MOMENTS OF INNOVATION**

**docubase**

CONNECT WITH US

Tweets  
 David Duffness @duffness  
 @openDocLab Today, big day! @openDocLab #MIT2014... In the meantime, on the @MIT campus, big post. pic.twitter.com/vW1ZC95dAB  
 17 Retweeted by MIT OpenDocLab

The MIT Open Documentary Lab brings technologists, storytellers, and scholars together to advance the new arts of documentary.

Drawing on MIT's legacy of media innovation and its deep commitment to open and accessible education, the Open Documentary Lab is a place of generative dialogue between media makers, technologists, and scholars. By participating in Lab activities, visiting artists and aspiring media makers not only explore the potential of new technologies, they collaborate with MIT researchers to shape the storytelling practices of the future.

Porém, os ML não existem somente no MIT. Em Nova York, o professor Lev Manovich<sup>6</sup> criou uma série de projetos apoiados no departamento de Ciência da Computação da Universidade da Cidade de Nova York, Estados Unidos, onde desenvolve o ML denominado *Software Studies Initiative*<sup>7</sup>. Neste espaço, Manovich desenvolve estudos aplicados sobre a produção de *selfies* sociais, além de pesquisas sobre algoritmos e Big Data. Esses estudos compõem uma pesquisa maior desenvolvida por Manovich que alimenta sua atual teoria, transformada em livro – *Software takes command* (MANOVICH, 2008). O modelo de ML proposto e fomentado por Manovich atende a uma tendência crescente no campo dos estudos aplicados em comunicação, que envolve profissionais de áreas diferentes com interesses diversificados. Porém, todos esses interesses em conjunto alimentam os interesses manifestados pelo pesquisador líder. Além disso, são pesquisas complementares, o que amplia os resultados obtidos por Manovich.

O interessante desse ML é que a diversidade investigativa proporciona facilidade na obtenção de fundos de investimentos, diversas vezes provenientes da iniciativa privada. Aliás, essa é uma característica marcante da academia norte-americana. Por essa razão, o número de patentes requerido nos Estados Unidos é consideravelmente superior ao de outros países, especialmente o Brasil.

---

<sup>6</sup> Ver <<http://www.manovich.net>>.

<sup>7</sup> Disponível em: <http://lab.softwarestudies.com>. Acesso em: 04/09/2014.

**Figura 3** - Página web do laboratório Software Studies Initiative, de Lev ManovichFonte:

lab.softwarestudies.com/ | RSS FEED | LOGIN | Software Studies | PROJECTS

HOME | ABOUT | PROJECTS | PUBLICATIONS | SOFT TYKANE | CULTURAL ANALYTICS

## software studies initiative

### PROJECTS

The projects done at Software Studies Initiative are explorations in the growing field of *digital humanistics*. The lab is developing theory and methods for the analysis of massive sets of images and videos (*cultural analytics*). The following is a selection of our projects organized by type of data used in a project:

- Social Media**
  - YouTube Remits
- Art and Design**
- Cinema video addresses**
  - Photostills

**LATEST PROJECT**  
español | #PARTICULARS

**MAILING LIST**  
enter your address  
Subscribe

**Latest posts**

- "Visualizing the Museum": Annotating the Architecture of the Prado Museum of Art, August 26, 2014
- Mediabilia at the Met: Open Call for Internship Applications
- New CLUTY Center for Digital Scholarship and Data Visualization to be established with a multi-million dollar grant program of the workshop "Cultural Analytics, Transnational Analytics and Digital Heritage" July 4-9, 2014
- video from "Software Studies Initiative" at New York

Em Portugal, um projeto aplicado desenvolvido pela Universidade de Aveiro merece destaque. O Sapo Campus, um projeto financiado pela Portugal Telecom, oferece à comunidade pedagógica, uma rede social voltada ao ensino em suas diversas etapas. Para participar, basta ser professor (de qualquer nacionalidade) e cadastrar-se. No espaço são encontradas ferramentas de apoio à educação e de suporte ao professor.

O Sapo Campus, apesar de pouco defendido fora de Portugal, tornou-se ferramenta obrigatória para o ensino fundamental naquele país. Além disso, o custo zero para participar faz com que sua aceitação seja considerável entre professores, que passam a relacionar-se com os alunos também por esse canal.

Entretanto, uma dificuldade encontrada pelo Sapo Campus é sua aceitação em outros países. Mesmo em outras sociedades lusófonas, como Brasil, Angola e Moçambique, o Sapo Campus é pouco, ou nada, difundido. Isso limita os resultados alcançados pelo projeto, mesmo que uma rede social não justifique-se, independentemente do número de usuários, e sim por sua aplicação na construção de relacionamentos entre pessoas com interesses comuns. Segundo Luciana Renó (2012), o Sapo Campus é um espaço com arquitetura complexa de algoritmos projetados para a construção de rotinas participativas, aproximando-se do conceito de conectivismo, proposto por George Siemens. A autora apresenta os resultados a partir de um profundo estudo de caso descritivo.

Figura 4 - Página principal do portal Sapo CampusFonte:



No Brasil, algumas iniciativas estão surgindo. No Rio Grande do Sul, a Pontifícia Universidade Católica criou o Ubilab, que reúne estudantes e pesquisadores de diversas áreas, promovendo interdisciplinaridade em busca de respostas às novas tendências da comunicação. Para tanto, experimenta tecnologias emergentes, como o Google Glass, e também a produção de conteúdos por dispositivos móveis, este com apoio financeiro e de tecnologia do Grupo RBS, o maior conglomerado de comunicação do sul do Brasil.

À frente do Ubilab, Eduardo Pellanda experimenta as tecnologias em conjunto com os alunos de graduação e pós-graduação da instituição, observando resultados de diversos níveis de profundidade. Segundo Pellanda, em conversa informal, a diversidade de pessoas e projetos faz com que as respostas sejam múltiplas e complementares. Ainda assim, ressalta que essa diversidade de fontes de pesquisa não esgota os resultados possíveis, pois disso dependem também questões culturais e profissionais. Entretanto, o Ubilab é um exemplo de espaço de investigação aplicada que deve ser considerado, pois promove e sustenta pesquisas inovadoras relacionadas à comunicação e coloca-as no mercado por meio do grupo RBS.

Por fim, destaca-se como uma iniciativa emergente o ML sobre narrativas emergentes e dispositivos móveis Mobilab Research<sup>8</sup>. A proposta, criada no Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual Paulista (Unesp), surge, de modo interdisciplinar, a partir de ideias de professores de Jornalismo e de Rádio e TV da instituição. Além disso, o laboratório e seus idealizadores possuem uma relação direta com o mestrado profissional sobre televisão digital da instituição, registrado como programa de pós-graduação interdisciplinar, como os outros ML apontados neste texto.

---

<sup>8</sup> Ver <<http://www.mobilabresearch.org>>.

**Figura 5** - Página web do ML Ubilab, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul



O Mobilab Research desenvolve pesquisas aplicadas sobre produção de conteúdos midiáticos por dispositivos móveis, além de estudos sobre narrativa transmídia e outros tipos de linguagem, como a produção de documentários transmídia (diversas pesquisas em conjunto, desde a criação de roteiros até a produção em si a partir de dispositivos móveis). Também são desenvolvidas, no ML, pesquisas sobre gamificação e conteúdos esportivos emergentes (*e-sport*), consolidando o caráter interdisciplinar desse tipo de espaço e de pesquisa.

Outra característica do ML Mobilab Research é a colaboração com outros espaços de estudos aplicados. A partir da colaboração, o Mobilab Research consegue desenvolver etapas de suas pesquisas que dificilmente poderiam ser realizadas com sua estrutura humana e tecnológica. Para tanto, está em fase de consolidação a colaboração na criação de ML no Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal – Equador), na Universidade de Santiago de Compostela (Espanha), na Universidade do Chile (Chile) e na Universidade Metodista de São Paulo (Brasil), além de acordos de cooperação com o Ubilab (PUCRS), com o ML do departamento de Estudos de Meios do Manhattan College, em Nova York.

Entretanto, a criação de um ML é uma iniciativa vã se a academia dedicada às ciências sociais aplicadas continuar resistindo a essa modalidade de investigação científica. Essa rejeição apenas afasta a academia da realidade. Porém, desenvolver um ML exige mudança de mentalidade e ritmo de trabalho dos envolvidos, ou seja, não basta somente comprar equipamentos e organizar uma sala; é fundamental

**Figura 6** - Página web do ML Mobilab Research, na Unesp



alterar os prazos e os métodos adotados por quem realmente desenvolve: o pesquisador.

## Conclusões

As mudanças na academia acompanham uma tendência observada na sociedade contemporânea de coletividade do conhecimento. Ainda que a sociedade seja individualista, como defende Zygmunt Bauman (2008), podemos considerá-la coletiva no que diz respeito ao conhecimento, como sustenta Luciana Renó (2012) ao apoiar suas ideias no conectivismo de George Siemens. Essa coletividade pode ser observada na maneira como as coisas são feitas e pensadas, de maneira interdisciplinar.

Outra característica desse novo cenário é o afeiramento de teorias. Não basta pensar em propostas teóricas e defendê-las a partir de teorias anteriores. Para obter real credibilidade, é fundamental experimentar os resultados e, a partir disso, defendê-los perante os pares. Essa é uma tendência na academia, ainda que não exclua outros métodos de pesquisa, especialmente os completamente teóricos.

Diante desse cenário, o desafio atual das pesquisas em comunicação é o de desenvolver novos ML destinados, não somente a estudos sobre tecnologia, mas também à produção de conteúdos informativos por cidadãos comuns (os chamados jornalistas cidadãos), assim como estudar os métodos de produção "midiática" a partir de grupos populares. Afinal, um ML não serve para estudar somente a relação entre o profissional de comunicação e a tecnologia, mas também a relação existente entre cidadãos (comunicadores profissionais, ou não) e meios de comunicação (digitais, ou não). Entretanto, é fundamental

a coragem para encarar a realidade de frente, seja qual for, e provar as teorias antes que elas sejam realmente oferecidas à comunidade acadêmica.

## Referências

BAUMAN, Z.. **Modernidade líquida**. São Paulo: Jorge Zahar, 2001.

LOPES, M. I. V. de. **Pesquisa em comunicação**. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

LOPES, M. I. V. de. Reflexividade e relacionismo como questões epistemológicas na pesquisa empírica em comunicação. In: BRAGA, J. L.; LOPES, M. I. V. de; MARTINO, L. C. (Orgs.). **Pesquisa empírica em Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.

MANOVICH, L. **Software takes command**. 2008. Disponível em: <[http://softwarestudies.com/softbook/manovich\\_soft-book\\_11\\_20\\_2008.pdf](http://softwarestudies.com/softbook/manovich_soft-book_11_20_2008.pdf)>. Acesso em: 4 set. 2014.

PERUZZO, C. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

RENÓ, L. Transmedia, conectivismo y educación: estudio de caso. In: CAMPALANS, C.; RENÓ, D.; GOSCIOLA, V. (Orgs.). **Narrativa transmedia – miradas múltiples**. Bogotá: Editorial UR, 2012.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2007.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

YIN, R. **Estudo de caso**. Porto Alegre: Bookman, 2002.