

FERNANDA CASTILHO SANTANA

MÉTODOS MISTOS DE ANÁLISE DA RECEPÇÃO TRANSMÍDIA¹

MIXED METHOD ANALYSIS OF TRANSMEDIA RECEPTION

MÉTODOS MIXTOS DE ANÁLISIS DE LA RECEPCIÓN TRANSMEDIA

Recebido em: 02 nov. 2016

Aceito em: 14 mar. 2017

¹ Este artigo resulta de parte da Tese de Doutorado “TELETUBE: Novo Passeio pelos Bosques da Ficção Televisiva”, apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Portugal. Também foi apresentado no GP Ficção Seriada, no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Fernanda Castilho Santana: Universidade de São Paulo (São Paulo-SP, Brasil)
Pós-doutoranda na ECA-USP. Professora da Fatec. Doutora e Mestre pela Universidade de Coimbra, Portugal. Pesquisadora do Centro de Pesquisa de Telenovela (CETVN) e do Projeto Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva (OBITEL).

Contato: fernandacasty@gmail.com

ISSN (2236-8000)

cultura e mídia

RESUMO

A análise do comportamento das audiências da ficção televisiva na internet, sobretudo dos fãs nas redes sociais, tornou-se uma problemática central para os estudos dos conteúdos televisivos. Considerando tal abordagem, este artigo apresenta o quadro analítico desenvolvido no âmbito de um estudo da recepção transmídia de conteúdos portugueses de teleficção. Os métodos da análise do conteúdo e do discurso, em conjunto com a análise de redes sociais e semânticas, constituem as bases para apresentação dessa proposta metodológica. Como resultados, apontamos a contribuição dessa operacionalização de integração de métodos mistos e conhecimentos das ciências complexas para os estudos da comunicação mediada pelo computador (CMC).

PALAVRAS-CHAVES: Metodologia; Recepção Transmídia; Redes Sociais; Ficção Televisiva.

RESUMEN

El análisis del comportamiento de la audiencia del drama televisivo en Internet, principalmente los fans en las redes sociales, se convirtió en un tema central para los estudios del contenido televisivo. Teniendo en cuenta este enfoque, este artículo presenta el marco analítico desarrollado a través de un estudio de la recepción transmedia de estos contenidos portugueses de ficción. Los métodos de análisis del contenido y del discurso, junto con el análisis de las redes sociales y semánticas, son la base para la presentación de esta propuesta metodológica. Como resultados, destacamos la contribución que la integración operativa de los métodos mixtos y el conocimiento de la ciencia compleja para los estudios de la comunicación mediada por ordenador (CMC).

PALABRAS-CHAVES: Metodología; Recepción Transmedia; Redes Sociales; Ficción Televisiva.

ABSTRACT

TV drama audience behavior analysis on internet, mainly the fans in the social network, became a central issue for television content studies. Considering this approach, this article presents an analytical framework developed through a transmedia reception study of a Portuguese TV fiction contents. The methods as a content and discourse analyses along social network and semantic network analyses represent the bases of this methodological approach. As results, we pointed that contribution for the operationalization of mixed methods integration and complex scientific knowledge for the Computer-mediated communication (CMC) studies.

KEYWORDS: Methodology; Transmedia Reception; Social Network; TV drama.

INTRODUÇÃO

O estudo do relacionamento humano ocupa uma parcela importante da energia intelectual do mundo, exercendo a comunicação um papel fundamental no estabelecimento das trocas simbólicas (LITTLEJOHN, 1988, p.17). Fundamento da experiência humana, a capacidade de comunicação é a característica mais complexa do nosso comportamento, tal como refere Dominique Wolton:

Expressar-se, falar com alguém e partilhar algo com os outros faz parte da definição do ser humano. A comunicação é o meio de entrar em contato com o outro, que é o horizonte, aquilo que cada um de nós ao mesmo tempo deseja e receia, pois abordar o outro nunca é uma tarefa fácil. Só a comunicação permite gerir essa relação ambivalente entre o eu e os outros (WOLTON, 1999, p.42).

Em virtude da natureza complexa da comunicação, teorias que assentam na interdisciplinaridade fazem-se necessárias para entendê-la, tal como atesta a afirmação de Littlejohn: “A razão pela qual existe uma tal diversidade de teorias relacionadas com a comunicação é que a comunicação consiste num processo ubíquo e complexo” (1988, p.34).

Ao longo da última década, as mídias sociais têm ingressado profundamente nos mecanismos da vida quotidiana, afetando a comunicação interpessoal, as interações informais e as estruturas institucionais, modificando condições e regras de relacionamento social (LÉVY, 1997). A comunicação mediada pelo computador (CMC) transformou-se em espaço para observação de novos comportamentos, orientados por regras que permanecem no limiar entre o real e o virtual (POSTER, 2000). Deste modo, a alteração destas situações traduz-se na emergência da comunicação, ao ponto de, apesar das fragilidades desta ideia, denominarmos a sociedade em que vivemos como *de comunicação* (CASTELLS, 2003).

Para entender as novas circunstâncias comunicativas, tais como as mensagens trocadas pelas audiências nas plataformas sociais, ainda estabelecemos comparações entre a comunicação face-a-face e a mediada pelo computador. Deste modo, se a CMC continua a ser uma situação de trocas sociais com valores simbólicos, a análise da recepção da ficção televisiva em outras plataformas/redes sociais assume, naturalmente, novos desafios metodológicos. Com o objetivo de operacionalizar o estudo da recepção transmídia², desenvolvemos um quadro analítico que assume os métodos mistos como referencial metodológico. É importante salientar que a proposta de discussão metodológica apresentada neste artigo deriva de uma pesquisa realizada em Portugal a respeito da análise da narrativa transmídia de telenovelas e séries portuguesas. No escopo maior da investigação, observou-se as conversas estabelecidas no YouTube a respeito de títulos de ficção televisiva que obtiveram maiores índices de audiência na TV e como principais resultados, destacamos os diversos níveis de engajamento dos fãs nesta plataforma digital. O recorte apresentado neste artigo diz respeito especificamente ao quadro metodológico desenvolvido no âmbito da pesquisa supracitada.

² Recepção transmídia se refere ao estudo da recepção dos conteúdos de ficção originalmente produzidos para televisão e que se espalham por diferentes plataformas. Engloba a análise dos diversos tipos de interação e participação das audiências na internet.

MÉTODOS MISTOS: OPERACIONALIZAÇÃO DA ANÁLISE DA RECEPÇÃO TRANSMÍDIA

O *mixed methods* setornaram conhecidos pelas sua interdisciplinaridade e por possibilitar a integração de métodos quantitativos e qualitativos, sendo adotados por pesquisas publicadas em importantes meios de divulgação da área das ciências sociais e humanas³. A adequação desta linha metodológica ao objeto de estudo em questão (conteúdos publicados em redes sociais) confirmou-se em duas frentes: em primeiro lugar, pela consulta à vasta bibliografia de referência; em segundo, pela dificuldade de abordagem de um objeto dinâmico como a internet.

Encontrar diferentes designações para a *mixed research* tornou-se bastante comum na academia, mesmo quando as abordagens são semelhantes. Como referem David Deacon, Alan Bryman e Natalie Fenton (1998), a pluralidade de combinações possíveis dos métodos de pesquisa qualitativa e quantitativa podem estar no cerne desta problemática. Alguns autores chegam mesmo a identificar onze diferentes modos de integração entre estes métodos (DEACON *et al.*, 1998). Estes estudos conjeturam as possibilidades desta fusão, comprovando que a relação entre investigação qualitativa e quantitativa nunca esteve tão íntima. Em termos pragmáticos, esta aproximação entre dados qualitativos e quantitativos pode designar, por um lado, a possibilidade de quantificação do material qualitativo e, por outro, análises com maior qualidade dos materiais quantitativos.

No final dos anos 1980, o pesquisador inglês Alan Bryman referiu que os investigadores que preferem os dados qualitativos não se opõem à quantificação, pois, com frequência, incluem procedimentos de contagem nas suas investigações. No mesmo sentido, as pesquisas quantitativas, por vezes, coletam material qualitativo para os seus trabalhos. Na década seguinte, em 1998, Melucci (2005) também identificou, na academia italiana, um crescente interesse pelos dados qualitativos e pelos *métodos conexos*. Já na Alemanha, Uwe Flick englobou outros procedimentos, denominando esta abordagem mista como *triangulação*: “Esta palavra-chave designa a combinação de diferentes métodos, grupos de estudo, enquadramentos de espaço e de tempo, e diferentes perspectivas teóricas, no tratamento de um fenómeno” (2005, p.231).

De maneira semelhante, o americano John W. Creswell (2006) considera que a mistura dos dados quantitativos e qualitativos é a maneira mais completa para poder compreender o problema científico. A partir da sua experiência de cerca de vinte e cinco anos de investigação sobre os métodos mistos nas áreas da psicologia e da educação, este autor elaborou um modelo indicando três maneiras diferentes de unir estas duas abordagens. De acordo com Creswell, coletar e analisar dados quantitativos e qualitativos separadamente não é suficiente para elaborar um quadro satisfatório de análise, por isso a necessidade de mesclá-los conforme um destes modelos. O primeiro propõe a fusão dos dois conjuntos de dados; o segundo, a ligação dos dois conjuntos posteriormente à coleta; enquanto o terceiro, sugere a incorporação de ambos de maneira que os dados qualitativos forneçam apoio para os dados quantitativos e vice-versa. No âmbito do nosso trabalho, esta terceira abordagem parece-nos a mais

³ Tomamos como exemplo o *The Journal of Mixed Methods Research (JMMR)*, publicado trimestralmente pela editora SAGE.

adequada ao problema de pesquisa.

No contexto ibero-americano⁴, observamos o desenvolvimento da noção de transmetodologia, que sugere uma análise dos fenômenos sociais e dos processos midiáticos de forma “transformadora”, propondo a confluência metodológica, com vista nos procedimentos experimentais, conforme indica Maldonado “A transmetodologia define-se como uma vertente epistemológica que afirma a necessidade de confluências e confrontações entre vários métodos (...)” (2011, p.10). No Brasil, esta vertente foi previamente explorada na área da comunicação, em especial no âmbito da pesquisa intitulada “Recepção de telenovela: uma exploração metodológica”, coordenada por Maria Immacolata Vassallo de Lopes e desenvolvida em conjunto com Sílvia Borelli e Vera Resende, nos anos 1990. Este trabalho resultou na publicação de “Vivendo com a Telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade” (2002), investigação que emprega uma análise *multimetodológica*⁵. A preocupação de testar teorias e desenvolver um quadro teórico-metodológico “em mutação”, com deslocamentos de operações indutivas e dedutivas, combinado com instrumentos de observação e coleta de dados, foram as principais preocupações das autoras (LOPES *et al.*, 2002, p.26).

Para Bryman (2006, p.124), a união dos métodos significa o início de uma nova era, com abordagens mais pragmáticas, enquanto Deacon (2008, p.101) aponta como principal vantagem a liberdade do observador para adotar o método mais adequado para atingir uma finalidade. No artigo intitulado “Why counting counts?”, Deacon argumenta, fundamentalmente, que apesar das limitações estatísticas, os métodos quantitativos podem colaborar com os estudos culturais, assim como a criatividade dos estudos culturais ingleses tem muito a contribuir para o enriquecimento da lógica, do desenho, da apresentação e da interpretação dos dados quantitativos (idem, 2008, p.104).

Com vista ao cumprimento destes objetivos propostos pelos métodos mistos, desenvolvemos quatro abordagens diferentes, de caráter quantitativo e qualitativo, para analisar a transmidiação e a recepção de quatro ficções portuguesas no YouTube. Assim, a seguir apresentamos as quatro abordagens propostas: etnografia virtual, análise de conteúdo, análise do discurso e análise de redes sociais, com enfoque em redes semânticas.

ETNOGRAFIA VIRTUAL

No âmbito recepção transmídia, o que se convencionou denominar como etnografia virtual (HINE, 2000) foi a metodologia selecionada para entrada no terreno de observação. Denominada também como *netnografia* ou prática *online* da etnografia, sobretudo na área do marketing (KOZINETTS, 2010), esta proposta deriva da análise etnográfica tradicional e encontra-se em desenvolvimento.

Cumpre-nos referir que a etnografia é uma estratégia de análise qualitativa, tradicionalmente utilizada nas áreas da antropologia e da sociologia. Observação participante e não-participante, entrevistas e grupos de foco estão entre os principais métodos empregados nas investigações, por exemplo, dos processos comunicativos. É importante referir que esta

⁴ O projeto intitulado “A transmetodologia: o desafio de estruturação epistemológica das estratégias de investigação científica em comunicação no umbral do século XXI”, desenvolvido entre 2006 e 2010, por Efendy Maldonado, da Unisinos-Brasil, é um dos exemplos desta tendência.

⁵ Deacon (2008), por exemplo, refere o termo *multi-method studies*. *Multimetodologias*, provavelmente, trata-se de um tradução desta proposta.

adaptação resulta da necessidade de entender a comunicação a partir da cultura (MARTÍN-BARBERO, 2003).

De acordo com Berg (2004), a etnografia é o trabalho de descrever a cultura entendendo o estilo de vida do ponto de vista do observado. Apesar das suas vantagens, os métodos etnográficos apresentam algumas limitações, tais como a intromissão do investigador no espaço de análise (KOZINETS, 2010, p.55). Isso acontece porque as situações de observação são preconcebidas e a artificialidade acaba por inibir os entrevistados, ao ponto de interferir no resultado final da análise (idem, 2010, p.55). Por outro lado, a *netnografia* usufrui de estratégias mais eficazes para superar esta dificuldade, pois ao entrar no campo da CMC, o *netnógrafo* pode analisar “livremente” os comportamentos dos atores, escolhendo entre interagir ou não com os internautas. Esta técnica, que na etnografia tradicional é chamada de observação, normalmente dividida entre participante e não-participante, também é utilizada na etnografia digital.

Conforme Flick (2005, p.141), a observação não-participante é uma abordagem do terreno realizada a partir de uma perspectiva externa. Para analisar a recepção das ficções do nosso *corpus*, verificamos os comentários publicados no YouTube e optamos pela observação não-participante por acreditar nas seguintes vantagens apontadas por Robert Kozinets (2010): anonimidade do investigador, facilidade no acesso às informações e capacidade de armazenamento dos dados.

Seguimos também as indicações de Erving Goffman, para quem as atitudes involuntárias dos atores, tais como as crenças e as emoções “verdadeiras” ou “reais”, só podem ser observadas de forma indireta (1993, p.11). Assim, a observação não-participante revelou a sua eficácia enquanto método de análise das reações dos fãs no YouTube, permitindo distanciamento, mas, concomitantemente, atenção aos comportamentos destas audiências.

Se não conhecerem o indivíduo, os observadores poderão obter, a partir do seu comportamento e aparência, pistas que lhes permitam aplicar a experiência que já possuem de indivíduos mais ou menos semelhantes ao que se encontra agora à sua frente, ou, o que é ainda mais importante, aplicar à pessoa deste último estereótipos não verificados (GOFFMAN, 1993, p.11).

Entre as particularidades que podem ser observadas nas atitudes dos indivíduos durante a CMC, encontra-se a expressão do chamado *segundo eu* (TURKLE, 1989). Isso acontece porque os internautas podem apresentar múltiplas identidades no universo digital, diferentes das reveladas fora da internet. Neste caso, também é vantajosa a aplicação da técnica da observação oculta, como indica Goffman, para desvelar as atitudes disfarçadas pelas máscaras sócio-virtuais utilizadas nestes espaços de interação.

Por um lado, as vantagens da etnografia virtual somam a introdução de novos instrumentos de análise, o controle dos dados e das variáveis e a diminuição da intromissão do investigador no campo de observação. Por outro, em relação às limitações do método, é preciso atentar para as questões éticas, como a postura sigilosa do *netnógrafo*, tal como alerta

Flick: “Por vezes, defende-se a utilização da observação encoberta, que elimina a influência do observador sobre o campo; mas este procedimento levanta sérios problemas de ética.” (2005, p.141)

Para resolver os dilemas éticos, Kozinets (2010) recomenda manter o anonimato dos utilizadores e o pedir permissão para divulgação das conversas realizadas entre pesquisador e internautas. É importante referir que a menção dos nomes de usuário/*nickname*⁶ pode tornar-se um obstáculo quando a identificação do gênero dos atores é uma informação fundamental. Pretendemos resolver este impasse mantendo o anonimato dos atores envolvidos, no entanto, durante o preenchimento da base de dados, apontaremos o gênero manifesto dos usuários observados no estudo. Em relação aos comentários publicados, consideramos um conteúdo de domínio público, como qualquer texto publicado na internet ou noutros meios de comunicação.

ANÁLISE DE CONTEÚDO

De acordo com Laurence Bardin (1979, p.38), como instrumento de análise das comunicações, a análise de conteúdo é uma abordagem que reúne um conjunto de técnicas, que utilizam procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo manifesto das mensagens, associadas ao procedimento de inferência dos conhecimentos adquiridos, previamente, pelos indicadores.

Para orientar o estudo de recepção da análise das mensagens publicadas nas caixas de comentários do YouTube foi desenvolvido um livro de códigos, composto por quatro indicadores: de caracterização geral, de análise netnográfica, de análise transmídia e de análise temática. Estes indicadores subdividem-se em variáveis provenientes dos campos da análise de conteúdo e do discurso.

Da abordagem da análise de conteúdo, interessa-nos, particularmente, observar a frequência lexical nos comentários do YouTube, no intuito de identificar campos semânticos. Tomamos como exemplo o trabalho realizado por Bardin durante a investigação do horóscopo da revista *Elle*. A autora conseguiu inferir, por meio da análise léxica e sintática da sua amostra, um repertório de base extremamente limitado, denotando a baixa qualidade destas redações, para além da ideologia imbuída nos textos: a imagem de uma mulher que domina o seu destino como alguém que conduz uma empresa.

Por outro lado, conforme propõe Susan Herring (2004), é possível adequar os métodos da AC tradicional ao conjunto de novas técnicas de análise dos conteúdos publicados na internet. A autora denomina como WebCA⁷ estas novas abordagens que englobam a Análise do Discurso Mediada por Computador (CMDA⁸) e a Análise de Redes Sociais (ARS). A metodologia de CMDA é descrita por Herring (2004) como a AC complementada por um conjunto de métodos da AD (conversação ou de textos escritos), com uso de métodos quantitativos (envolvendo codificação e contagem) ou qualitativos. Segundo a autora, apesar da vertente quantitativa e estatística, a ARS pode ser considerada como AC no sentido amplo do termo, na medida em que os *hiperlinks* fazem parte do conteúdo dos websites. Destarte, no tocante à análise dos comentários dos

⁶ Desde o surgimento da internet, o *nickname* marca a identidade dos usuários. Nos primeiros fóruns como o MUD e IRC, bem como nos emails, a proposta era uma breve identificação pessoal que revelasse alguma característica do proprietário do pseudônimo (Bell et al., 2004:120).

⁷ Web Content Analysis.

⁸ Computer-Mediated Discourse Analysis.

weblogs, a autora constata que a associação destes métodos resulta nesta nova e eficaz abordagem: a WebCA.

ANÁLISE DO DISCURSO

Seguindo os preceitos da WebCA, para além de analisar o contéudo dos comentários publicados nas páginas dos vídeos do YouTube, interessa-nos observar a instância discursiva destes textos. Como defende o linguista francês Patrick Charaudeau, o discurso resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve, com a maneira pela qual se realizam estas práticas. Assim, a comunicação é uma situação de troca, marcada por um contrato de reconhecimento das condições de realização dessa troca. “A situação de comunicação é como um palco, com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encenam as trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico.” (CHARAUDEAU, 2007, p.67). A análise do discurso proposta por Charaudeau envolve o estudo da linguagem como um fenomeno social e transdisciplinar. Conforme defende o autor, a comunicação pressupõe linguagem verbal e construção de sentido pelas formas verbais. Por isso, a análise do discurso deve ser denominada de *semiolinguistica*.

Por outro lado, Charaudeau (2007) denominou como *patemizaço* na televisão a estratégia de cativação as audiências por meio do afeto. Neste caso, ao binomio gestado no senso comum “ver para crer”, acrescentamos o sentir, pois o público é convocado a crer e a sentir muito mais do que a compreender, segundo o autor. Por um lado, as proposições de Charaudeau auxiliam no processo de observação do discurso televisivo, ou seja, da instância produtiva. Por outro, ajudam a estruturar as categorias de análise do discurso dos foes – manifesto nos comentários das ficções partilhadas no YouTube.

Se decidimos que um estado patemico (ao mesmo tempo qualitativo e intencional) é desencadeado pela percepção de um actante-objeto exterior ao sujeito que vivencia, que o sujeito sente algo que está mais ou menos em condições de exprimir, e que ele tem um certo comportamento diante do actante objeto e daquilo que ele sente (que tudo isso seja dito explicita ou implicitamente), então, podemos nos perguntar: qual é o estatuto que o sujeito atribui a esse actante-objeto, que relação se instaura entre o sujeito e ele, qual é o comportamento enunciativo do sujeito? (CHARAUDEAU, 2007, p. 17).

Desta forma, procuramos enquadrar os questionamos deste autor às nossas problemáticas, observando os comportamentos dos foes e as opiniões expressas nos comentários publicados no YouTube. Charaudeau propõe quatro categorias duplamente polarizadas na organização deste universo de patemizaço, a saber: a “dor” e o seu oposto, a “alegria”; a “angústia” e o seu oposto, a “esperança”; a “antipatia” e o seu oposto, a “simpatia”; a “repulsa” e o seu oposto, a “atração” (2007, p.17). Apesar das fragilidades desta proposta binária, pormenorizada no artigo “A patemizaço na televisão como estratégia de autenticidade”¹⁰, pretendemos utilizá-la em conjunto com a AC por acreditar na sua adequação à nossa proposta de

⁹ é importante salientar a escolha desta perspectiva de Charaudeau, em detrimento de outras do campo da análise do discurso, por julgarmos relevante para esta investigação, pois a análise dos programas de TV e a problemática discursiva da emoção são propostas desenvolvidas pelo autor que dialogam profundamente com o nosso estudo.

¹⁰ in Mendes E. & Machado I.L. (ed.) (2007). *As emoções no discurso*. Campinas (SP): Mercado Letras.

análise das reações dos fãs aos vídeos das suas ficções favoritas.

ANÁLISE DE REDES SOCIAIS

Assim como aponta Susan Herring (2004), é praticamente impossível desassociar o estudo da internet sem pensarmos no conceito de rede e numa análise que envolva as conexões presentes no universo digital. Apesar da difusão massiva das mídias tradicionais e sociais, para além do senso comum, a expressão “rede social” está longe de ser um neologismo, tal como afirma Sílvia Portugal (2007).

De acordo com Charles Kadushin (2004), pelo fato de pertencer ao campo das ciências da complexidade, a teoria das redes sociais é uma das poucas abordagens, senão a única, não reducionista da área da sociologia. A principal distinção entre a *network analysis* e a tradição sociológica é o papel do indivíduo na estrutura social (PORTUGAL, 2007, p.9). Enquanto a sociologia analisa os comportamentos dos sujeitos conforme um conjunto de práticas individuais e coletivas (classe, sexo, idade, gênero), a teoria das redes sociais (ARS) estuda o elemento relacional, com o foco a direcionar-se para as relações estabelecidas entre os sujeitos (MARTELETO, 2001). Deste modo, observamos que “A análise das redes fornece uma explicação do comportamento social baseada em modelos de interação entre os actores sociais em vez de estudar os efeitos independentes de atributos individuais ou relações duais” (PORTUGAL, 2007, p.7-8).

Os principais elementos na análise das redes são os nós e as arestas – caminhos entre os nós – que juntos formam um grafo (KADUSHIN, 2004; BORGATTI *et al.* 2009). A análise dos grafos assenta no estudo das métricas que identificam os padrões nas relações entre dois ou mais nós. A revisão de literatura aponta para certa dificuldade de identificação do surgimento exato de uma teoria das redes. Tal como corrobora Sílvia Portugal, há uma tradição anglo-saxónica neste campo, com variações entre os antropólogos britânicos (escola de Manchester) e a tradição americana, mas ambos, provavelmente, derivam da sociometria de Moreno (1976) e das investigações de Barnes (1954) na Noruega, apesar da clivagem americana entre tradição formalista, herdeira de Simmel (1955) e estruturalista (PORTUGAL, 2007).

No mesmo contexto, outras investigações colaboraram para o aprofundamento do estudo das redes, desde os experimentos do psicólogo americano Stanley Milgram (1967), em 1967, que comprovaram a existência de redes de pequeno mundo (popularmente conhecida como lei dos seis graus de separação¹¹), até ao alargamento desta teoria com o trabalho de Duncan Watts (1999), segundo Barabási e Bonabeau (2003).

Desta forma, o contexto teórico da ARS é multidisciplinar, haja vista a partilha do repertório mais ou menos comum de análise das redes entre ciências sociais e humanas e demais áreas científicas. Os próprios teóricos como o físico Albert-László Barabási, afirmam que as redes estão em todo lugar e tudo está interligado (BARABÁSI e BONABEAU, 2003), o que justifica o interesse de campos distintos, tais como a sociologia, a psicologia, a física e a matemática, por esta abordagem.

Sílvia Portugal acredita que a análise das redes sociais pode sintetizar-se em apenas algumas questões: “Quem? O quê? Como? – Quem faz parte

¹¹ De maneira simplista, a teoria small-world ficou conhecida fora do espaço académico pela ideia de que todos estamos separados uns dos outros por apenas seis pessoas.

¹² Para realizar o cálculo das métricas de ARS, necessitamos de programas informáticos específicos desta área de trabalho. Por isso, para examinar as redes semânticas, utilizámos dois recursos técnicos adicionais: o Gephi – software de código aberto para gráficos e análise de rede desenvolvido pelo grupo de Mathieu Bastian (Bastian et al., 2009) e o NodeXL – aplicativo de livre acesso para download e incorporação ao Microsoft Excel. Ambos permitem calcular as medidas essenciais para este estudo, apoiadas em algoritmos conhecidos das áreas da matemática e da física computacional. Para além disso, também oferecem inúmeras opções de manipulação e visualização dos grafos, que facilitam o trabalho do investigador das ciências sociais e humanas.

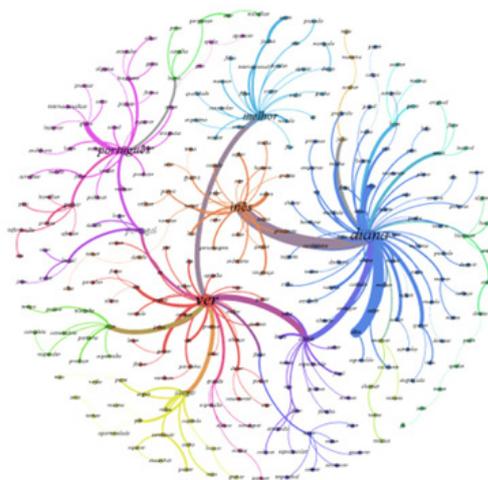
das redes? Quais os conteúdos dos fluxos das redes? Quais as normas que regulam a sua acção?” (2007, p.24). No âmbito do estudo das redes, estas perguntas adaptam-se a diferentes objetos de estudo, pois os *nós* representam tanto os sujeitos e suas relações, bem como organizações, países ou mesmo palavras (BARABÁSI e BONABEAU, 2003, p.52).

REDES SEMÂNTICAS

De acordo com Doerfel e Barnett (1999), se por um lado os métodos da AC revelam informações importantes sobre o conteúdo dos textos, tais como a frequência dos vocábulos, a conjugação com outras técnicas pode superar a ausência da observação do contexto destes conteúdos. Para o estudo da relação estabelecida entre as palavras de um texto, um dos caminhos possíveis é a análise das redes semânticas: um campo de trabalho que serve-se dos fundamentos da análise de redes sociais, com foco na linguagem natural e nos sistemas de significação (PODNAR *et al.*, 2012). Como referem Doerfel e Barnett: “Semantic network analysis differs from traditional network methods because it focuses on the structure of a system based on shared meaning rather than on links among communication partners” (1999, p.589).

No âmbito da análise de redes semânticas, as palavras que compõem os textos são interpretadas como vértices ou nós, interligadas por pontes ou arestas, que, juntas, formam uma rede – normalmente representada por um grafo. Este modelo assenta na teoria das redes complexas, que pressupõe o estudo das propriedades dos grafos com métricas próprias deste campo¹², tais como: número de vértices e arestas, modularidade, densidade, diâmetro e entre outras (DOERFEL, 1998). A análise destes elementos inicia-se com a identificação das palavras mais frequentes numa rede semântica e posicionamento subsequente destas ocorrências numa matriz adjacente, para verificar a coocorrência dos pares de palavras (PODNAR *et al.*, 2012).

Figura 1 – Grafo de uma rede semântica



Fonte: Dados e elaboração do(a) autor(a)

Na revisão de literatura, encontramos poucos autores da área da comunicação, tanto na Europa, como nos EUA, que se dedicaram ao estudo das redes semânticas, revelando a escassez, sobretudo em língua

portuguesa, desta abordagem metodológica nas pesquisas do campo da comunicação. Isso acontece numa altura que o estudo das ligações semânticas entre as palavras está em crescimento devido à quantidade de dados textuais disponíveis para análise no ambiente digital (DRIEGER, 2013). Em resumo, esta metodologia de análise revela-se importante nesta investigação por aproximar o estudo empírico às ciências da complexidade, permitindo o desenvolvimento de um novo olhar metodológico sobre a CMC, assente no conhecimento multidimensional e multidisciplinar.

CONSIDERAÇÕES

Na Retomando a ideia inicial, os métodos mistos procuram combinar o interesse pelas investigações qualitativas – crescente no final do século XX (MELUCCI, 2005), à importância da pesquisa quantitativa – forte tendência no início do século XXI, como comprovam os dados estatísticos (DEACON, 2008, p.89), reunindo as vantagens de cada perspectiva aplicada a diferentes objetos de estudo. Admitimos que este leque de abordagens metodológicas presta o seu contributo às ciências da comunicação, inclusive do ponto de vista epistemológico, ao integrar procedimentos de diferentes áreas científicas.

No âmbito da pesquisa que adotou esta metodologia para análise empírica, os resultados apontam que o processo de inclusão da lógica transmidiática na ficção televisiva, realizada em grande parte pelos fãs, inaugura formas de receção mais interativas e participativas. Especialmente numa época que predomina a oferta de grandes volumes de conteúdos, estes públicos experimentam novas formas de materialização destas narrativas. O poder de administrar os programas de ficção com as próprias ferramentas, em conjunto com a interatividade disponível nas mídias sociais, resulta num envolvimento mais profundo com o drama, precisamente porque a liberdade de participação estimula a assistência nestas plataformas. Mais do que isso, a possibilidade de partilhar emoções com outros fãs e integrar uma comunidade que possui objetivos semelhantes, transformam plataformas de acesso aos conteúdos audiovisuais como o YouTube em espaços privilegiados de receção transmídia. Com a descrição do quadro analítico desenvolvido para análise deste objeto, esperamos prestar um contributo para o desenvolvimento de pesquisas sobre a CMC.

REFERÊNCIAS

- BARABÁSI, A. L. e BONABEAU, E. Scale-Free Networks. *Scientific American*, v. 289, n.5, p.50-59, 2003.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.
- BARNES, J. Class and committees in a Norwegian Islan Parish, *Human Relations*, vol. 7, n. 1, p.39-58, 1954.
- BERG, B. L. **Ethnographic Field Strategies. Qualitative Research Methods for the Social Science**. Boston: Allyn and Bacon, 2004.
- BORGATTI, S. P., MEHRA, A., BRASS, D. J. e LABIANCA, G. Network

analysis in the social sciences. **Science**, v. 323, p.892-895, 2009.

BRYMAN, A. 'Paradigm Peace And The Implications For Quality', **International Journal Of Social Research Methodology**, v. 9, n. 2, 2006.

CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura - O fim do milénio**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

—. "A patemização na televisão como estratégia de autenticidade", in MENDES E. e MACHADO I.L. (orgs.) **As emoções no discurso, Mercado Letras**, Campinas (SP), 2007. [online]. [Acedido em 24/02/2013]. Disponível em:: <http://www.patrick-charaudeau.com/A-patemizacao-na-televisao-como.html>

CRESWELL, J. W. **Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Approaches**. Londres: Sage, 2006.

DEACON, D. Why Counting Counts? In: PICKERING, M. (org.). **Research methods for cultural studies**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008.

DEACON, D., BRYMAN, A. e FENTON, N. Collision or collusion? A discussion and case study of the unplanned triangulation of quantitative and qualitative research methods. In: **International Journal of Social Research Methodology**, v.1, p. 47-64, 1998.

DOERFEL, M. L. What constitutes semantic network analysis? A comparison of research and methodologies. **Connections**, v. 21, n.2, p.16-26, 1998.

DOERFEL, M. L., e BARNETT, G. A semantic network analysis of the International Communication Association. **Human Communication Research**, v.25, n.4, p. 589-603, 1999.

DRIEGER, P. Semantic network analysis as a method for visual text analytics. **Procedia-social and behavioral sciences**, v.79, p. 4-17, 2013.

FLICK, U. **Métodos qualitativos na investigação científica**. Lisboa: Monitor, 2005.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1993.

HERRING, S. Web content analysis: Expanding the paradigm. **International handbook of Internet research**, p. 233-249, 2004.

HINE, C. **Virtual ethnography**. Londres: Sage, 2000.

KADUSHIN, C. **Introduction to social network theory**. Boston, MA, 2004.

KOZINETS, R. **Netnography: doing ethnographic research online**. Londres: Sage, 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**, Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

LITTLEJOHN, S. W. **Fundamentos teóricos da comunicação humana**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

LOPES, M. I.V., BORELLI, S. e RESENDE, V. **Vivendo com a telenovela**. São Paulo: Summus, 2002.

MALDONADO, E. A Transmetodologia no contexto Ibero-americano. In: CONFIBERCOM. 2011, **Anais...**

MARTELETO, M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. In: **Ciência da informação**, v.30, n.1, p.71-81, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MELUCCI, A. Busca de Qualidade, ação social e cultural. In: MELUCCI, A, (org.). **Por uma sociologia reflexiva**. p.25-43. Petrópolis: Vozes, 2005.

MILGRAM, S. The small world problem. **Psychology Today** 1, p. 61-67, 1967.

MORENO, J. **Fundamentos de sociometria** [Who shall survive? Foundations of Sociometry, 1934]. Buenos Aires: Paidós, 1976.

PODNAR, K., TUŠKEJ, U., e GOLOB, U. Mapping semantic meaning of corporate reputation in global economic crisis context: A Slovenian study. **Public Relations Review**, v. 38. n.5, p.906-915, 2012.

PORTUGAL, S. **Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica**. Tese de Doutorado. Universidade de Coimbra, 2007.

POSTER, M. **A segunda Era dos Media**. Oeiras: Celta Editora, 2000.

TURKLE, Sherry. **O segundo eu: os computadores e o espírito humano**. Lisboa: Presença, 1989.

SIMMEL, G. **Conflict and the Web of Group-Affiliations**. Glencoe: The Free Press, 1955.

WOLTON, D. **Pensar a Comunicação**. Lisboa: Difel, 1999.