

O lugar do ensaio na pesquisa em Comunicação

Ao longo da última década, tem sido recorrente, no campo da Comunicação, a qualificação de artigos de má qualidade como ensaios. O termo ganhou tamanha má reputação que pareceres de avaliadores com frequência se fiam na qualificação de um texto enquanto ensaio como suficiente para justificar sua rejeição. Tanto que nós mesmos, da comissão editorial da *Revista Comunicação Midiática*, há alguns anos chegamos a cogitar incluir em nossas diretrizes para autores a informação de que não aceitaríamos ensaios – voltamos atrás a tempo, porém, por razões que ficarão claras neste texto.

Certa rejeição ao termo “ensaio” no campo se deu por certa confusão com relação à natureza da forma e do conteúdo ensaísticos, conferindo ao termo a ganhou uma injusta conotação sinônima a artigos superficiais, de má qualidade, especialmente trabalhos que faziam revisão de literatura sem realizar análises ou discussões que efetivamente constituíssem uma contribuição original, ou apresentando opiniões não fundamentadas por análise de dados ou pela bibliografia de apoio – em suma, textos voltados a revisão ou especulação, que de fato proliferaram na área há pouco mais de uma década.

Infelizmente, a identificação desses textos como ensaios acabou por prejudicar a recepção de ensaios genuínos, nos quais a reflexão e a crítica partem de uma análise de objetos empíricos ou teóricos; em parte também por conta de um choque da recente cultura de efetiva pesquisa, no campo da Comunicação, com a cultura da crítica, o paradigma que imperava no campo anteriormente, resultando numa certa positividade do campo – em andamento em áreas vizinhas, como a de Letras –, na tentativa de mímese das ciências naturais, que pode resultar na perda de algo fundamental à qualidade e relevância de nossos trabalhos.

Em *Ciência em Ação* Bruno Latour, ao discorrer sobre os resultados de suas pesquisas etnográficas das ciências naturais, propõe que o indicador de sucesso da obra de um pesquisador é sua repercussão e efetiva incorporação ao campo de estudos que integra, na forma de citações – a isso damos o nome de impacto. Aquilo que efetivamente gera impacto depende, certamente do padrão de comportamento de um referido campo.

Uma investigação bibliométrica poderia contribuir para identificar quais tipos de conteúdo efetivamente possuem impacto ao serem referenciados em trabalhos de terceiros, mas arrisco afirmar que são justamente conceitos e reflexões de assertivo; interessam-nos menos os dados obtidos e “descobertas”, e mais as considerações e conclusões críticas tecidas em torno desses resultados – ou seja, naquilo que há de ensaístico em uma obra acadêmica, mesmo em artigos.

Os principais livros referenciados – de Martín Barbero a Stuart Hall, de Muniz Sodré a Lúcia Santaella – têm também especial caráter ensaístico, o que não significa que estejam firmemente ancorados em pesquisa; qualificá-los como ensaísticos significa reconhecer a qualidade e perenidade de suas discussões, e parece paradoxal estancar e sufocar o ensaio como gênero, se são justamente seus aspectos, sua vocação reflexiva, aquilo que mais valorizamos ao incorporar as contribuições de colegas a nossos trabalhos.

O choque de cultura acadêmica na área ainda está longe de ser resolvido, visto que vivemos uma transição da cultura do livro como principal produto de pesquisa acadêmica para a cultura do artigo – e ainda predomina o uso de livros, e não artigos, como referencial na elaboração de pesquisas e na efetiva redação de artigos e ensaios; desse modo, a consolidação de um autor em nosso campo, seu impacto, ainda depende sobretudo da publicação de livros. Não precisa necessariamente haver transformação significativa nesse aspecto, pois artigos, ensaios e livros cumprem papéis distintos – da atualização de dados à consolidação de conceitos, numa escala de progressão em complexidade e densidade crítica da análise de um dado corpus à expansão do escopo dessa análise.

Se a perenidade e a efetiva contribuição de um pesquisador em Comunicação, está na interpretação singular que se faz a partir das análises tecidas acerca de seus resultados de pesquisa, ensaios são bem-vindos à *Revista Comunicação Midiática* – mas, certamente, aqueles que aprendemos a apreciar como leitores e acadêmicos: bons ensaios, ensaios rigorosos, que efetivamente façam avançar o conhecimento em seu respectivo campo de estudos, por meio da discussão e da reflexão com qualidade e profundidade em torno de objetos dos quais não raro artigos já deram conta de realizar as primeiras visitas analíticas.

Mateus Yuri PASSOS

Editor adjunto