

Organizadores:
Clotilde Perez, Eneus Trindade
Maria Immacolata Vassallo de Lopes
e Márcia Pinheiro Olhson

PPGCOM-USP

50 ANOS:

entre o passado e o futuro, nosso percurso

© Vários autores, 2023

Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução, no todo ou em parte, sem autorização prévia por escrito da editora, sejam quais forem os meios empregados.

ORGANIZADORES

Clotilde Perez, Eneus Trindade, Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Márcia Pinheiro Olhson

DIREÇÃO EDITORIAL

Kathia Castilho e Solange Pelinson

REVISÃO

Leoberto Balbino

PROJETO GRÁFICO E EDIÇÃO DE ARTE

Marcelo Max

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (BENITEZ Catalogação Ass. Editorial, MS, Brasil)

P146 PPGCOM USP 50 anos : entre o passado e o
1.ed. futuro, nosso percurso / organizadores
Clotilde Perez...[et al.]. – 1.ed. –
São Paulo : Estação das Letras e Cores, 2023.

Outros organizadores: Eneus Trindade, Maria Immacolata Vassallo de
Lopes, Márcia Pinheiro Olhson.

ISBN : 978-65-5029-027-6

1. Ciências sociais. 2. Comunicação. 3. Pesquisa – Aspectos sociais.
4. Pós-Graduação. 4. Professores – Formação. I. Perez, Clotilde. II. Trindade,
Eneus. III. Lopes, Maria Immacolata Vassallo de. IV. Olhson, Márcia Pinheiro.

03-2023/64

CDD 300

Índices para catálogo sistemático:

1. Ciências sociais 300

Bibliotecária: Aline Grazielle Benitez CRB-1/3129

Estação das Letras e Cores Editora

Av. Real, 55 – Aldeia da Serra

06429-200 – Barueri – SP

Tel.: 55 11 4326-8200

 www.estacaoletras.com.br

 facebook.com/estacaodasletrasecoreseditora

 [@estacaodasletrasecores](https://instagram.com/estacaodasletrasecores)

Organizadores:
Clotilde Perez, Eneus Trindade
Maria Immacolata Vassallo de Lopes
e Márcia Pinheiro Olhson

PPGCOM-USP

50 ANOS:

entre o passado e o futuro, nosso percurso

2023



Obra financiada pelo:

PROAP
Programa de Apoio à
Pós-Graduação



ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO



Estação
das Letras
e Cores

Ciências Cognitivas e Comunicação: uma integração investigativa com a aplicação de metodologias pouco tradicionais no programa

Leandro Leonardo Batista

Introdução

Tive como base uma formação acadêmica de origem diferente da maioria dos colegas do PPGCOM, tendo como base teórica a integração da comunicação com a psicologia cognitiva e a comunicação de saúde e, como foco metodológico, os métodos quantitativos, tanto aqueles que buscam a mensuração de grandes populações, as chamadas *surveys*, muito populares atualmente em função da facilidade de aplicação via meios eletrônicos, como também pesquisa com pequenos grupos e intensa manipulação dos estímulos testados, como acontece em experimentos de laboratório, extremamente populares no campo da psicologia.

Toda a experiência adquirida durante a minha formação acadêmica ofereceu a oportunidade de trazer para o programa uma perspectiva pouco explorada nos estudos de comunicação no Brasil, que combina o processamento mental, suas causas, funções e consequências como base teórica e metodologia de pesquisa que integram

tanto os métodos qualitativos como os quantitativos, sendo que esses últimos têm ganhado aderência dentro das pesquisas no campo da comunicação nacional. Este foco permite integrar as reações motivacionais e emocionais no processamento automático e no reflexivo de mensagens recebidas dos meios de comunicação, considerando a interação entre o indivíduo e o meio em que ele se encontra, as respostas deste indivíduo às mensagens em tempo real e as consequências deste processamento nos processos de julgamento, decisão e escolha, que podem estar associados aos conteúdos comunicacionais.

Tendo esta fundamentação como base, divido esta apresentação da minha trajetória de mais de 20 anos como professor do PPGCOM-USP em aspectos teóricos e metodológicos.

Aspectos teóricos

Os aspectos teóricos, que oferecem a base para as disciplinas oferecidas dentro do programa, têm como suporte os estudos das ciências cognitivas, assim “trata do modo como as pessoas percebem, aprendem, recordam e pensam sobre a informação” (STERNBERG, 2000, p. 22), sendo, portanto, diretamente aplicados em estudos de comunicação, seja com o foco interpessoal ou das comunicações de massa. Assim, o conteúdo das disciplinas oferecidas permitiu que os alunos tivessem contato com aspectos do processamento da mensagem que enfatizavam o papel da atenção, da emoção, da percepção, da motivação, da memória e do aprendizado de uma forma geral.

Essa base teórica foi a sustentação para o direcionamento das pesquisas realizadas que focaram por um lado nos processos de estereotipia e contra estereotipia, principalmente dentro da comunicação publicitária, no desenvolvimento de estudos que observavam a formação, o desenvolvimento e o combate ao racismo presentes nas comunicações comerciais. Esses temas são bem atuais e ganharam notoriedade internacional recentemente em face de acontecimentos e mudanças nas formas de pensar sobre eles. Livros, dissertações e teses foram desenvolvidas com esses pressupostos teóricos, a partir de pesquisas realizadas sob a minha orientação, colocando o programa

na vanguarda destes estudos dentro e fora da academia no Brasil e fora dele.

Merece destaque o livro organizado por Francisco Leite (mestrado e doutorado pelo PPGCOM) e por mim, com a colaboração de diversos professores do programa e também de fora da USP, intitulado *Publicidade antirracista: reflexões, caminhos e desafios* (LEITE; BATISTA, 2019), finalista do Prêmio Jabuti 2020 e com mais de 10 mil downloads, já que o livro foi disponibilizado gratuitamente no Portal de Livros Abertos da USP. Esta obra é uma continuidade de outro livro organizado pelos mesmos autores – *O Negro nos espaços publicitários* (BATISTA; LEITE, 2011) –, classificado entre os 10 melhores livros brasileiros do campo da comunicação pelo Prêmio Jabuti de 2012. Enquanto o livro de 2011 buscava demonstrar e denunciar aspectos racistas na publicidade, buscando combater e deslocar conteúdos estereotípicos negativos associados à população negra, o livro mais recente busca demarcar as potencialidades de um pensamento antirracista dentro da comunicação publicitária.

Não menos importante foi o desenvolvimento das pesquisas associadas à comunicação de riscos, área que estuda como a comunicação pode ajudar no alerta, na prevenção e no tratamento de riscos presentes no dia a dia da população, tanto na sua ligação com o meio ambiente focando em preservação, prevenção e recuperação da natureza, como quando ligada à saúde que ganhou notoriedade recentemente em face dos acontecimentos da pandemia do covid-19. A ciência cognitiva é peça central nestes estudos uma vez que a reação da sociedade frente a riscos depende diretamente da forma como o risco é percebido e sua aplicação atinge temas centrais na sociedade atual.

As pesquisas realizadas sob minha orientação nesta área abordaram principalmente problemas associados à saúde, incluindo desde pesquisa básica sobre o fluxo emocional e seu papel na percepção de risco até as associadas à avaliação de campanhas e o combate à hesitação vacinal, um problema mundial. A importância da presença desta área de pesquisa em um programa de comunicação é que, embora seja um problema de comunicação, a maioria dos estudos no Brasil são oriundos do campo da saúde pública, deixando uma lacuna a ser coberta pelos

estudos com base na comunicação. Importante salientar que outros professores do programa (e fora dele) já orientaram pesquisas com essa temática tendo como base métodos e teorias diferentes.

Nossas pesquisas mais recentes neste campo incluem as novas tecnologias, as chamadas Realidade Virtual e Realidade aumentada, buscando integrar o receptor com a mensagem gerando uma aproximação entre o conteúdo informativo da mensagem e a vivência do problema pelo receptor em uma quase realidade. A expectativa destes estudos é que a experiência pessoal do problema possibilite a internalização do risco e a aceitação da profilaxia. Este é um campo em franco desenvolvimento nas pesquisas de comunicação de risco em várias partes do mundo e que tem o potencial de inserir o programa como protagonista nessas pesquisas. Uma dissertação finalizada recentemente (MOCCIO, 2022¹) com a finalidade de combater o tabagismo dá destaque, pela realidade aumentada, aos efeitos do consumo de produtos tabagistas (um problema em ascensão em jovens devido aos cigarros eletrônicos chamados *Vape*), no escurecimento do pulmão do fumante, um efeito conhecido mas de difícil visualização.

Fica claro, espero, a importância da inserção das ciências cognitivas nos focos teóricos dos estudos de comunicação, uma vez que permite observar, por exemplo, os efeitos da presença e da ausência de estereótipos em seus conteúdos, ao destacar valores da sociedade considerando aspectos como atenção, percepção, aprendizado e memória como influenciadores dos processos comunicacionais. No mesmo sentido, caminha a comunicação de riscos, um problema permeado pelo viés do otimismo, uma barreira a ser superada pela comunicação, uma vez que a percepção do indivíduo de que os males associados a um problema de saúde ou meio ambiente nunca o atingirão, pode ser combatido pela comunicação (WEINSTEIN; LYON, 1999, PARK et al., 2021).

No entanto, esta veia de pesquisa necessita de uma variedade de métodos como veremos a seguir.

¹ Ainda não disponível no sistema USP: “Efeito da realidade aumentada sobre a persuasão em comunicações públicas de combate ao tabagismo”. Gabriel Paezani Moccio, 2022.

Aspectos metodológicos

As pesquisas realizadas durante a minha trajetória no programa têm aproveitado de uma vasta gama de métodos que vão desde os menos intrusivos, como análise de conteúdo, onde a ação do pesquisador não afeta o objeto da análise, até os mais intrusivos, como os experimentos de laboratório, onde o objetivo primeiro é avaliar o quanto efetiva pode ser uma manipulação do estímulo, do sujeito e/ou dessa interação em afetar o processamento da informação de conteúdos comunicacionais. Os dados coletados incluem tanto as reações controladas avaliadas por respostas a perguntas e escalas, geralmente em formato de questionários, como as reações automáticas medidas por tempo de reação, direcionamentos do olhar ou reações fisiológicas como sudorese ou batimentos cardíacos (esse último ainda está em fase de implantação).

O fundamento por trás da busca por uma variedade de métodos e uma combinação de estudos qualitativos e quantitativos é a necessidade de uma abordagem mais ampla dos problemas observados, considerando o viés teórico dos estudos cognitivos aplicados na comunicação. Principalmente a diferenciação entre respostas explícitas ou controladas, aquelas que o indivíduo tem controle total sobre elas, e as implícitas ou automáticas que são respostas quase que totalmente fora do controle do indivíduo.

Embora alguns pesquisadores possam considerar que a combinação de métodos qualitativos e quantitativos ferem princípios básicos das pesquisas empíricas, pois combinam diferentes visões do mundo e, por consequência, podem ter bases paradigmáticas diferentes, observa-se uma crescente onda para a combinação dessas modalidades de coleta de dados, considerando que uma estratégia pode ser usada a serviço da outra na busca do entendimento do fenômeno sendo observado. Não existe superioridade de um método sobre outro, nem tampouco uma ordem sequencial a ser seguida, cada problema ou questão de pesquisa demanda tanto um peso maior para um ou outro desses métodos na discussão dos resultados, quanto para uma igualdade de forças na explicação do que se quer observar; o mesmo pode ser considerado em termos de sequenciamento, para determinados problemas é melhor que se inicie com

a pesquisa qualitativa enquanto para outros o inverso é verdadeiro e, para um possível terceiro grupo de questões, a ordem não fará diferença. O desenvolvimento de softwares para análise de dados qualitativos com grande capacidade de síntese colabora muito para esta integração, como, por exemplo, o Iramuteq (<http://www.iramuteq.org>).

Passo a expor agora uma breve explanação dos métodos utilizados nas minhas pesquisas, focando, sem julgamento de valor, apenas naqueles que são menos tradicionais no campo da comunicação no Brasil.

Um método que se mostrou bastante frutífero para pesquisas exploratórias e que vem sendo introduzido recentemente no campo da comunicação no Brasil é a *Grounded Theory* – GT (TAROZZI, 2011) ou a Teoria Fundamentada, como o termo foi traduzido em Fragoso, Recuero e Amaral (2012). A GT é um agrupamento de procedimentos para se trabalhar um conjunto grande de dados qualitativos, originários de entrevistas em profundidade ou outros documentos (mensagens, matérias de jornal etc.). De uma forma geral, pode ser considerada como “um modo de pensar (ou de construir) a realidade social” (TAROZZI, 2012, p. 17), mas como alertam Fragoso et al. (2012): “precisa ser estudada com cuidado e espírito crítico antes de sua adoção como perspectiva metodológica” (p. 83).

Existem softwares como o N-Vivo e outros, que são grandes facilitadores do árduo esforço na análise; no entanto, existe uma grande recompensa deste esforço uma vez que os resultados gerados pelo método oferecem um entendimento do problema e suas dimensões dificilmente encontrados em outros métodos de pesquisa. Especificamente nas pesquisas que participei, foram abordados aspectos relacionados ao racismo e na formação de estereótipos do Brasil na imprensa estrangeira, no primeiro caso foram utilizadas, em dois estudos, entrevistas em profundidade e, no segundo, matérias jornalísticas publicadas na grande imprensa da Espanha sobre o Brasil.

Dentro do campo das respostas menos controladas, gostaria de destacar o teste de associação implícita (IAT na sigla em inglês) e os métodos associados à neurofisiologia, esses últimos às vezes tratados como neuromarketing. Eles são métodos aplicados em laboratório de

uma forma geral, mas com o desenvolvimento tecnológico dos últimos anos é cada vez mais comum coletar dados de forma virtual (por exemplo, para IAT visitar <https://implicit.harvard.edu/implicit/brazil/>; para rastreador de olhos, <https://realeye.io>).

O teste de associação implícita usa tempo de reação como uma medida da força com que associações automáticas são realizadas, como, por exemplo, a velocidade que um indivíduo associa adjetivos (negativos e positivos) do seu repertório cotidiano com elementos de uma categoria. Podendo ser essa categoria uma forma de classificação de pessoas (raça e/ou sexo, por exemplo) ou outros elementos como a marca de um produto. Como o teste pede uma resposta rápida do indivíduo, o resultado obtido pode ser considerado livre de uma avaliação introspectiva do participante, ou seja, uma forma de resposta automática como discutido acima, sendo, portanto, úteis em avaliar percepções estereotipadas, como o racismo.

Os procedimentos de aplicação do teste assim como a análise dos resultados exigem alguns procedimentos específicos realizados de forma simples em planilhas de dados (ver Nosek et al., 2014). O seu desenvolvimento como ferramenta de pesquisa exige algum conhecimento de programação, ao alcance de iniciantes da área.

Dentro da perspectiva dos métodos associados à neurofisiologia, levando em consideração o pouco espaço proposto para a presente explanação, vamos abordar de forma superficial o rastreador de olhos e a condutância da pele. Esses dois métodos são capazes de oferecer uma ampla gama de dados, para um entendimento do processamento de informações, fora do controle do indivíduo, buscando entender as reações de um sujeito exposto a um estímulo comunicacional, seja ele escrito, falado ou imagético, sendo o rastreador de olhos mais apropriado para estímulos escritos ou imagéticos. Pode-se considerar que estas reações são processamentos dos elementos da mensagem que possam gerar prazer, ameaça, interesses, novidades, dúvidas etc. em função ao que o indivíduo tem armazenado em seu cérebro.

O estudo do rastreamento ocular realizado através de web câmeras ou luzes infravermelhas com aparelhos específicos permite, de forma pouco intrusiva, acompanhar, em tempo real, o direcionamen-

to atencional voluntário e involuntário de um indivíduo exposto a um estímulo comunicacional, esse acompanhamento permite avaliar os movimentos, as fixações e atenção realizadas, uma vez que os dados podem ser armazenados para análises posteriores. Esses dados são altamente relevantes, uma vez que os movimentos oculares podem ser considerados como uma janela para a mente do indivíduo e uma fonte de informação para como o indivíduo se relaciona com aquele conteúdo, como ele se sente e como ele reage. A observação dessas reações pode ser considerada em relação ao conteúdo da mensagem como um todo ou a pontos específicos da mensagem, determinados pelo pesquisador como áreas de interesse (AOI).

A análise dos dados pode seguir uma linha qualitativa, quando foca nos chamados mapas de calor (*Heat Maps*) que indicam a concentração da direção do olhar por sobreposição de manchas coloridas, distinguindo maiores ou menores concentrações, mas sem dados numéricos associados a elas e/ou de forma quantitativa quando observa numericamente o tempo e a duração de fixações do olhar ou a dilatação da pupila de cada sujeito individualmente. Em ambos os casos, as análises oferecem informações relacionadas à atenção, distração e ao processamento da informação.

Já os estudos de condutância da pele analisam dados obtidos por eletrodos colocados em alguns pontos previamente determinados por estudos da neurociência, como, por exemplo, a palma das mãos, que indicam reações das glândulas sudoríparas em produzir sudorese, sendo uma indicação da reação emocional (positiva ou negativa) automática e imperceptível para o indivíduo sendo observado, podendo ser uma forma viável e confiável de medir as reações emocionais em relação a uma, previamente determinada, linha base daquele indivíduo. Esses dados fornecem informações a respeito da reação do indivíduo ao longo do tempo da exposição e que quando combinados com outras informações, como, por exemplo, os movimentos oculares, possibilitam entender a relação entre o conteúdo da mensagem e as reações emocionais do receptor.

Considerações finais

Esperamos com este texto estimular os estudos que integrem outras concepções teóricas e métodos de pesquisa, além das tradicionalmente observadas no campo da comunicação no Brasil, que possam colaborar para um maior e melhor entendimento das possibilidades de pesquisa que o campo oferece.

Dentro desta perspectiva, nos parece importante um avanço dos denominados multimétodos, sejam eles combinando estudos qualitativos e quantitativos ou, simplesmente, incluindo múltiplos métodos de pesquisa na busca por responder às intrincadas perguntas de pesquisa que o campo da comunicação oferece.

Para os estudos com foco nas ciências cognitivas, se torna quase que obrigatória uma combinação de métodos que permitam avaliar tanto as reações controladas como as automáticas, uma vez que as respostas cerebrais, quando observadas sob estes prismas, podem oferecer um melhor entendimento da relação entre emissão e recepção ativa, um ponto relevante nos recentes paradigmas da comunicação.

Referências

- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. v. 1. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- NOSEK, B. A. *et al.* Understanding and using the brief implicit association test: Recommended scoring procedures. **PloS one**, v. 9, n. 12, p. e110938, 2014.
- PARK, T. *et al.* Optimistic bias and preventive behavioral engagement in the context of covid-19. **Research in Social and Administrative Pharmacy**, v. 17, n. 1, p. 1859-1866, 2021.
- STERNBERG, R. J. **Psicologia cognitiva**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.
- TAROZZI, M. **O que é Grounded Theory**: metodologia de pesquisa e de teoria fundamentada nos dados. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011
- WEINSTEIN, N. D.; LYON, J.E. Mindset, optimistic bias about personal risk and health-protective behaviour. **British Journal of Health Psychology**, v. 4, n. 4, p. 289-300, 1999.