

## Índice

### Editorial

Francislê Neri de Souza e Dayse Neri de Souza ..... 2 - 5

### 1. Empresas no Facebook: O Caso da TMN e da Optimus

Bruno Caseiro, Rui Barbosa ..... 6 - 15

### 2. Divulgação de conteúdos audiovisuais no Youtube como alternativa a outros suportes

Pedro Coelho, Rui Oliveira ..... 16 - 29

### 3. Caracterização do uso do YouTube pelas Instituições Universitárias

Cátia Figueiredo, Marília Moita, Rui Rodrigues ..... 30 - 45

### 4. Twitter e a Campanha Eleitoral Portuguesa

Fernando M. Faria, Hugo J. Branquinho, João F. Silva..... 46 - 56

### 5. e-learning e as redes sociais

Bruno Alves, Rui Dias..... 57 - 69

### 6. Fiabilidade informativa entre enciclopédias on-line: edição livre versus edição certificada

Ana C. Baptista, Luís F. Alves, Pedro M. Ferreira..... 70 - 85

## Editorial

# Formular Questões de Investigação no Contexto do Corpus Latente na Internet



A questão de investigação é o primeiro e vital passo do processo de investigação. Para Lewis & Pamela (1987) uma questão de investigação é aquela que explicita precisamente a área de investigação. Para enfatizar, consideramos que a questão é, ou as questões de investigação são a “metade do trabalho” de um cientista. Um cientista é aquele que sabe formular questões interessantes e profundas sobre sua área de trabalho e estabelecer relações com outras áreas e com o mundo. As questões de investigação são os guias que orientam o tipo de informação necessária, como a recolha de informação deve ser feita e define a abrangência do *corpus* de dados para a resolução de um problema.

Estas questões também são fundamentais na análise da informação recolhida ou construída e ajudam ao investigador a não se perder com os “acessórios”, mantendo assim o rumo para as conclusões e respostas possíveis. Muitos investigadores encontram-se perdidos em algumas destas fases, simplesmente porque não tem presente e/ou claramente definido as suas questões de investigação que os devia orientar. Portanto, nunca é pouco relembrar que todo o tempo gasto na definição das questões de investigação nunca é de balde.

Baker (2002) quando relata os dois principais problemas para que um manuscrito seja rejeitado numa revista científica em educação em ciências, cita: i) o estudo não ter fundamentação teórica que o guie, e ii) o problema ou a questão de investigação não é importante.

Uma questão de investigação deveria ser i) importante, ii) específica e iii) sem resposta evidente ou rotineira. Quando se formula uma questão da qual já se sabe como responder ou onde se pode encontrar diretamente a resposta, podemos está diante de uma falsa questão de investigação. As características de uma questão de investigação vão além de ser relevante e executável, passam também por ela ser nova, ética e desafiadora. Como podem compreender, equilibrar todos estes factores numa questão de investigação não é uma tarefa fácil, embora seja desprezada ou mesmo negligenciada por completo por muitos investigadores.

Naturalmente, não existe uma fórmula mágica para a formulação de questões científicas bem fundamentadas, nem técnica infalível para estabelecer problemáticas científicas. Também é bom relembrar que formular questões é uma competência de alto nível que envolve pensamento reflexivo, criatividade, conhecimentos, abstração e prática oriunda do conhecimento profundo de uma área de atuação. Além do mais, um espírito inovador que formula questões revolucionárias não se compadece de regras académicas. No entanto, podemos considerar cinco principais fontes para suscitar as questões de investigação:

- i) Materiais publicados, como livros, artigos científicos, relatórios etc.
- ii) Experiência pessoal no campo de trabalho e na área de investigação.
- iii) Experiência de colegas de trabalho e de investigação. A valorização da visão do outro.
- iv) Conversa com especialistas ou com administradores que tenham visões privilegiadas do sistema e das problemáticas da área de investigação.
- v) Fundamentação teórica, bases em estudos epistemológicos e filosóficos da área.

Muitas destas fontes de “inspiração” ao questionamento científico, é discutido por Lewis & Pamela (1987). Porém, é importante perceber que nesta lista não existe a contribuição do *corpus* de dados para “inspirar” a construção de questões de investigação. Por que não consultar o próprio *corpus* de dados que será usado para “responder” as questões de investigação ainda inexistentes? Simplesmente e obviamente porque numa investigação convencional ainda não temos o *corpus* de dados. Este *corpus* de dados necessita ser construído ou recolhido para que com base na sua análise possamos responder a questões de investigação que foram pensadas previamente.

A verdade é que as questões de investigação são algo dinâmico e que geralmente são modificadas ou ajustadas após a construção, a recolha ou análise dos dados. Muitos trabalhos necessitam de ter as questões de investigação ajustadas devido a imprevistos técnicos ou mesmo teóricos só revelados no processo de análise, ou no esforço de síntese.

Numa investigação convencional formulamos questões para serem respondidas pela análise de dados que ainda não temos. No caso de uma investigação com *corpus* latente na internet, temos a possibilidade de formular questões de investigação já tendo os dados disponíveis. Portanto, é possível ter uma apreciação geral dos dados que gostaríamos de analisar numa determinada área de interesse. Assim, o processo de “inspiração” para a formulação de questões de investigação pode tomar caminhos diferentes ou complementares daqueles apresentados anteriormente. Podemos pensar em seguir os seguintes passos genéricos para a formulação de questões de investigação com base em dados corpus latente na internet:

- I) Discutir ou determinar uma área de interesse;
- II) Compreender através da literatura que tipos de “investigações” (dados, metodologias, questões de investigação) já foram realizadas nesta área específica;
- III) Empreender “navegações” na internet em locais que exista a maior probabilidade de encontrar dados com potencial latente na área de interesse;
- IV) Fazer leituras flutuantes a um conjunto alargado de dados com potencial latente;
- V) Afunilar a busca para locais com maior “massa crítica” (quantitativo e qualitativo) de dados passíveis de serem analisados (1º Filtro);
- VI) Considerar as questões éticas relacionadas aos conjuntos de dados que tenham potencial latente (2º Filtro);
- VII) Formular uma tempestade de questões de investigação cujo dados selecionados teriam potencial de resposta se fossem analisados sistematicamente;
- VIII) Selecionar um *corpus* de dados latente específico que mostre o maior potencial em relação aos outros corpos de dados (3º Filtro);
- IX) Reformular as questões de investigação que sejam coerentes aos corpus de dados escolhidos para a análise;
- X) Nunca perder de vista as questões de investigação, no processo final de síntese e conclusões.

Naturalmente, estas questões de investigação reformuladas são passíveis de outras reformulações decorrentes do processo de análise sistemática e rigorosa dos dados. A síntese e a procura de padrões dos dados deve refletir o foco dado nas questões de investigação, mesmo que seja necessário fazer um histórico descritivo da necessidade de sua mudança.

Assim como na investigação convencional, a investigação *corpus* latente na internet tem limitações que deveriam ser esclarecidas, mas ao contrário da investigação convencional, teremos sempre a possibilidade de mais facilmente introduzir no processo de análise novos dados que, por sua vez, podem influenciar mudanças nas questões de investigação inicial. Este aspecto dinâmico, iterativo e interativo estão presentes em algumas metodologias consagradas como a teoria fundamentada (Grounded Theory) ou a investigação-ação, mas que neste contexto necessitam de serem repensadas e readaptadas.

Os artigos desta nova edição, apresentado na Tabela 1, mostra o seu principal corpus de dados e a ênfase no tipo de análise que os autores abordaram.

TABELA 1

TÍTULOS, CORPUS DE DADOS E TIPOS DE ANÁLISE DOS ARTIGOS DESTA EDIÇÃO

Artigo	Corpus de dados	Tipo de Análise
1. Empresas no Facebook: O Caso da TMN e da Optimus	Páginas do website Facebook das operadoras de comunicação TMN e Optimus.	Quantitativo e Qualitativo
2. Divulgação de conteúdos audiovisuais no Youtube como alternativa a outros suportes	Vídeos do Youtube de quatro produtores de referência a nível nacional e internacional	Quantitativo e Qualitativo
3. Caracterização do uso do YouTube pelas Instituições Universitárias	Vídeos do Youtube de duas instituições universitárias sobre as suas ideologias e comentários dos utilizadores.	Quantitativo e Qualitativo
4. Twitter e a Campanha Eleitoral Portuguesa	Tweets de partidos políticos e inquéritos por questionário	Quantitativo e Qualitativo
5. e-learning e as redes sociais	Aplicação de um inquérito por questionário online (Google-Docs) a utilizadores das plataformas e redes sociais	Quantitativo
6. Fiabilidade informativa entre enciclopédias on-line: edição livre versus edição certificada	Biografias da website Wikipédia e Enciclopédia Britannica.	Quantitativo e Qualitativo

Os autores do primeiro artigo tiveram como objetivo conhecer e avaliar as estratégias e formas de divulgação dos produtos e os meios utilizados por duas operadoras de comunicação em Portugal, TMN e OPTIMUS, para aliciar novos clientes através do Facebook. Os conteúdos da marca TMN são apenas publicitários comparativamente aos da marca OPTIMUS que divulga conteúdos promocionais, concursos e passatempos que respondem às expectativas dos utilizadores e promovem a interação. A forma diferenciada das marcas de promoverem os seus serviços no Facebook poderá comprometer o objetivo do uso da rede de relacionamento social, uma vez que, no caso da TMN, não realiza interação com os seus utilizadores.

O artigo dois se debruça em analisar canais do Youtube de quatro produtores de âmbito nacional e internacional (BBC, CNN, X-Factor e RTP). A pretensão dos autores foi analisar as características de utilização destes espaços da internet por estes produtores e de que forma estabelecem a interação com o público. Concluíram que o Youtube é um espaço demonstrativo dos conteúdos dos produtores e que não houve uma plena integração dos canais no meio online, apenas no formato e conteúdo, uma vez que há pouca interação com os seus utilizadores. Os vídeos são de curta duração e para entretenimento, respondendo assim às expectativas dos utilizadores.

Um outro artigo desta edição faz-nos também passear pelo mundo do vídeo. Através do canal YouTube os autores fizeram-nos conhecer duas instituições de ensino superior. Uma localizada nos EUA e de um peso tradicional secular – a Universidade de Harvard. A outra instituição, portuguesa, com apenas 38 anos de fundação. Os autores foram motivados a analisar as práticas de utilização do canal por parte das instituições, no sentido de perceber a ideologia das instituições, características dos conteúdos dos vídeos e os comentários dos utilizadores. A análise dos autores indica que a Universidade de Harvard faz uso controlado e intensivo do canal refletindo uma ideologia tradicional do ensino. Em contrapartida, a Universidade do Minho retrata uma visão mais moderna, criativa e inovadora. Relativamente aos comentários dos utilizadores, verificou-se um número considerável aos vídeos da Universidade do Minho.

A campanha eleitoral de 2009 em Portugal também suscitou interesse nos autores do quarto artigo, no sentido de apurar a relação entre a utilização do Twitter pelos partidos políticos e a percepção dos utilizadores. Ou seja, analisar a interação entre os eleitores e os partidos através da integração, informação e motivação. Verificaram que apesar deste ambiente virtual ser utilizado para ataques partidários, os eleitores consideraram que através deste espaço foi feita a divulgação de eventos e propostas eleitorais como fatores relevantes e disseminadores. Consideraram também

que as novas tecnologias podem trazer benefícios à publicidade dos partidos, bem como promover interação direta com os eleitores.

Apesar da maioria dos professores e alunos preferirem a utilização das redes sociais em detrimento das plataformas e-learning, o quinto artigo tem o objetivo de perceber a relação entre as plataformas *e-learning* e o fenómeno das redes sociais. Os autores, através dos resultados obtidos, leva-nos a compreender que há alguns entraves no uso das plataformas. Um refere-se ao facto das plataformas não serem atrativas e intuitivas, não estarem integradas na realidade do ensino e haver uma certa resistência psicológica em alterar a situação cómoda do ensino tradicional.

Finalizamos esta edição com um artigo que ao nível de investigação tem um valor acrescido. Desperta-nos para uma problemática habitual encontrada no meio académico - a falta de fiabilidade da informação obtida no ambiente online. Diante desta realidade, os autores nos presenteiam com um estudo que analisa a fiabilidade das informações da wikipédia e da enciclopédia britânica. Através de duas biografias que constam nestas bases de informações online, analisaram se os conteúdos eram falaciosos ou sensacionalistas. Orientam que os utilizadores devem criar o hábito de fazerem sempre uma contra verificação das informações no sentido de compará-los com outras fontes e constatarem se são a realidade ou fictícias.

Universidade de Aveiro - Portugal, 1 de Dezembro de 2011

Francislê Neri de Souza  
Dayse Neri de Souza

### **Bibliografia**

- Baker, D. (2002). The Peer Review Process in Science Education Journals. *Research in Science Education* 32, 171-180.
- Lewis, I., & Pamela, M. (1987). *So You Want to do Research: A Guide for Teachers on How to Formulate Research Questions*. Edinburgh: The Scottish Council for Research in Education.