
O desenho de pesquisa como uma forma de visualização de dados em Comunicação¹

Letícia Ribeiro de OLIVEIRA²

Viviane BORELLI³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

Este trabalho tem como objetivo propor um desenho de pesquisa a partir do estado da arte (Barichello, 2016). A investigação se desenvolve em diálogo com os estudos em midiatização (Couldry e Hepp, 2020; Hepp, 2020; Verón, 2004), circulação (Braga, 2017; Borelli, 2020; Fausto Neto, 2018; Grohmann, 2020) e circuitos comunicacionais (Braga, 2017), mais especificamente, em relação à circulação de sentidos em torno da publicidade “Gerações” da Volkswagen (VW) Brasil que utilizou uma técnica de inteligência artificial (IA) para colocar lado a lado as cantoras Elis Regina e Maria Rita, mãe e filha, respectivamente. Apresentamos como foi feito o estado da arte e, a partir disso, a ideia de desenhar a pesquisa exploratória, pensando na visualização de dados como uma forma de compreender o processo investigativo científico.

Palavras-chave

Visualização de dados; Desenho de pesquisa; Estado da arte; Midiatização.

Introdução

O estado da arte (Barichello, 2016) é uma pesquisa exploratória que tem por objetivo a busca por dissertações, teses e artigos científicos que abordam a mesma temática do trabalho a ser desenvolvido pelo autor que realiza o exercício. A investigação, a partir de bancos de dados acadêmicos, permite identificar lacunas nos trabalhos científicos mapeados, além de observar palavras-chave, os autores mais recorrentes, entre outros dados relevantes. A ideia é que, a partir do exercício do estado da arte, o autor reexamine o problema de pesquisa e os objetivos propostos no seu trabalho em andamento.

Já o desenho de pesquisa é um plano estruturado que pode ser usado como guia para todas as etapas da investigação, desde a formulação do problema até a análise dos

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e Mestranda em Comunicação Midiática no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM/UFSM). Bolsista Capes. Integrante do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (CIMID/UFSM/CNPq). E-mail: ribeiro.leticia@acad.ufsm.br.

³ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. Bolsista de Produtividade do CNPq. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Líder do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (CIMID/UFSM/CNPq). E-mail: viviane.borelli@ufsm.br.

dados da pesquisa (Flick, 2009). Neste artigo, optamos por realizar um desenho de pesquisa a partir do estado da arte, com o objetivo de visualizar os dados obtidos a partir do exercício exploratório.

Do ponto de vista metodológico, esta proposta dialoga com reflexões anteriores sobre as potencialidades do desenho de pesquisa para a visualização de dados (de Oliveira e Borelli, 2025). Apresentado no evento “VII Seminário Midiatização”, o trabalho científico – que surgiu a partir da inquietação em torno do desenho de pesquisa – especialmente, no que concerne à Comunicação – reforça a ideia de que o exercício metodológico pode ser um guia adaptável às demandas específicas das investigações de pesquisadores da área, podendo auxiliar em observações de dados levantados.

Este artigo é parte da pesquisa da dissertação em andamento de uma das autoras, que em diálogo com os estudos sobre midiatização (Couldry e Hepp, 2020; Hepp, 2020; Verón, 2004), circulação (Braga, 2017a; 2017b; Borelli, 2020; Fausto Neto, 2018; Grohmann, 2020) e circuitos comunicacionais (Braga, 2017b), estuda a circulação de sentidos em torno da publicidade “Gerações” da VW Brasil. Essas perspectivas teóricas são a base de leituras, discussões e pesquisas coletivas realizadas pelos integrantes do Grupo de Pesquisa de Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (CIMID/UFSM/CNPq).

Ademais, frisamos que compreendemos as processualidades da midiatização a partir da complexificação das sociedades em que atores sociais, instituições e coletivos relacionam-se e estão em contato por meio de distintas formas de produção de sentidos. Neste contexto, problematizamos a emergência da circulação – não vista mais como um ponto de passagem entre produção e reconhecimento, mas sim uma nova ambiência, em que a atividade interacional é “dinamizada por complexos feedbacks de natureza não-linear” (Fausto Neto, 2018, p. 8), e dos circuitos comunicacionais, que tendem a se formar a partir dos processos “de um dispositivo interacional⁴ de ação continuada ou frequente são de interesse para outros dispositivos que de algum modo trabalharão tais elementos como componentes de entrada para sua ação interacional” (Braga, 2017b, p. 45).

⁴ Importante frisar que estes dispositivos não dependem, necessariamente, de meios tecnológicos, mas abrangem “o conjunto heterogêneo de materiais e de processos que não decorrem necessariamente da tecnologia, e que, sobretudo, podem dar direção e sentido a seu uso” (Braga, 2017a, p. 37).

Construção do objeto de pesquisa

No dia 3 de julho de 2023, a VW Brasil lançou em seu canal oficial no Youtube o vídeo “Gerações”. A publicidade, de dois minutos, utilizou a *deepfake* – tecnologia que usa a inteligência artificial (IA) para criar vídeos reais inéditos (Rana et al., 2022) – para recriar a imagem de Elis Regina, cantora brasileira que faleceu em 1982.

No audiovisual, a cantora dirige uma Kombi do modelo clássico e ao lado de sua filha, a também cantora Maria Rita, que dirige uma *ID Buzz*, Kombi elétrica da marca (figura 1). As duas entoam, harmoniosamente, um trecho da música “Como nossos pais”, de Belchior, porém popularmente conhecida na voz de Elis.

Figura 1 – Capturas de tela do comercial “Gerações” no Youtube



Fonte: VW Brasil (2023).

Apesar de ter sido publicado originalmente no Youtube, conhecemos o vídeo a partir do X (antigo Twitter), quando o nome de “Elis” estava entre os tópicos populares da rede social naquele dia 3 de julho. Durante a semana de lançamento, em 2023, conforme dados do Google Trends, os termos “Elis Regina” e “Volkswagen” atingiram seu pico de buscas no Brasil (figura 2).

Figura 2 – Captura de tela do gráfico de buscas realizadas por usuários no Brasil das palavras-chave “elis regina” e “volkswagen” no Google



Fonte: Google Trends.

A partir dessas observações iniciais, buscamos fazer inferências entre o comercial, os indícios percebidos (Braga, 2008) e as perspectivas teóricas discutidas com o grupo de pesquisa CIMID/UFSM/CNPq. A ideia é tensionar os fragmentos discursivos (Verón, 2004), a partir do empírico, com o quadro-teórico que abrange estudos de mediação (Couldry e Hepp, 2020; Hepp, 2020; Verón, 2004), de circulação (Braga, 2017a; 2017b; Borelli, 2020; Fausto Neto, 2018; Grohmann, 2020) e circuitos comunicacionais (Braga, 2017b).

Acerca da mediação, entendemos que precisamos olhar para duas vertentes para construir nosso olhar a partir do objeto – a socioconstrutivista e a semioantropológica. A primeira, entende, em suma, como um “processo de transformação no modo como processos sociais acontecem *por meio das mídias* e são conjuntamente articulados em padrões organizacionais cada vez mais complexos” (Couldry e Hepp, 2020, p. 55, grifo dos autores). Já a segunda, resumidamente, a partir da perspectiva veroniana, afirma que a mediação possui uma historicidade que remonta ao paleolítico, quando a criação de ferramentas pelos *homo sapiens* já revelava uma capacidade simbólica. Para Verón (2014), essa prática é uma forma de semiose, pois expressa uma construção social de sentidos.

Sobre circulação pode ser compreendida como um processo dinâmico e contínuo de produção, deslocamento e ressignificação discursiva. Borelli (2020) destaca esse percurso como um movimento entre diferentes espaços, no qual os sentidos sofrem alterações; Fausto Neto (2018) afirma que a circulação é um campo de disputas simbólicas; Grohmann (2020) diz que a circulação não é neutra, mas atravessada por relações de poder, exploração e lógicas capitalistas. Todas essas perspectivas compõem o que entendemos por circulação.

Já segundo Braga (2017b), o processo de circulação pode ocorrer de forma mais ou menos recorrente entre diferentes episódios interacionais⁵, mesmo que não haja uma conexão direta entre eles. Essa repetição, ao se estabelecer, configura-se como um circuito que pode ser compreendido como o conjunto de processos e produtos gerados em um dispositivo interacional que, posteriormente, alimentam outros dispositivos como elementos de entrada, estabelecendo uma cadeia dinâmica de ressignificações.

⁵ Em suma, podem ser entendidos como espaços de interação que ocorrem entre sujeitos em um dado contexto, envolvendo processos compostos por sentidos e significados.

Assim, tensionando o empirismo e as teorias, construímos o nosso objeto de pesquisa. O próximo passo, de acordo com Barrichello (2016), é realizar uma pesquisa exploratória com o objetivo de buscar artigos científicos, dissertações e teses que poderiam auxiliar no processo de pesquisa. A autora denomina este exercício como estado da arte.

Estado da arte

Segundo Barichello (2016), a construção do estado da arte exige um percurso metodológico claro e reflexivo. Para tanto, é preciso estabelecer um recorte temático, estabelecendo o objeto de pesquisa e os principais conceitos que o delimitam. Em seguida, devemos selecionar as palavras-chave e realizar buscas em bases acadêmicas e bibliográficas relevantes.

Após essa coleta, é necessário organizar esses materiais acadêmicos, identificando recorrências, lacunas, controvérsias e tendências. O passo final é realizar uma análise crítica do material coletado. Assim, o estado da arte não se limita a um levantamento descritivo, mas se configura como uma síntese interpretativa que fundamenta e justifica a nova pesquisa, apontando seu diferencial e relevância.

Como base no estado da arte de Barichello (2016), iniciamos a nossa busca na base Web of Science (WOS), que indexa produções acadêmicas revisadas por pares, com as palavras-chave “*mediatization*” OR “*mediatisation*” e “*AI*” OR “*Artificial Intelligence*”. Nesta primeira etapa, encontramos vinte e três resultados. Após o refinamento com filtros da própria WOS, foram selecionados oito artigos, que passaram por uma análise bibliométrica. Para esse exercício, utilizamos o pacote Bibliometrix, que usa a linguagem R para realizar análises bibliométricas de dados científicos, explorar artigos de diversos países e visualizar tendências em publicações acadêmicas.

Na segunda etapa, partimos para o levantamento bibliográfico em bancos de dados brasileiros: na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e no Catálogo de Teses & Dissertações CAPES. Nos dois sistemas, a mesma palavra-chave foi utilizada: “Midiatização, Circulação e Circuitos”.

Na BDTD, foram encontrados quarenta e sete resultados dos quais, após a primeira leitura, selecionamos vinte que se aproximavam mais com os objetivos, problemática e referencial teórico. Em relação ao Catálogo de Teses & Dissertações

CAPES, encontramos vinte trabalhos a partir das palavras-chave escolhidas para a pesquisa.

Já na terceira etapa, buscamos no Google Acadêmico as palavras-chave “Elis Regina” “Volkswagen”, com o intuito de encontrar produções que abordavam a publicidade. Desta vez, foi imprescindível filtrar a data da pesquisa, tendo em vista que a publicidade foi lançada apenas em 2023. Em um primeiro momento, foram encontrados 152 resultados, entre artigos científicos, livros e artigos de opinião, de diferentes áreas, com destaque para a Comunicação e o Direito. Após uma primeira filtragem, constatamos que haviam cinquenta produções da área da Comunicação e, depois de uma nova leitura, chegamos a quinze artigos que observavam o mesmo empírico.

Após a leitura de todos os trabalhos presentes nas três etapas, analisando seus objetivos, justificativas, problemáticas, metodologia e referencial teórico, percebemos que nenhuma das pesquisas encontradas utilizavam o mesmo aporte teórico sobre a publicidade “Gerações”. Sendo assim, foi possível observar uma lacuna de pesquisa, que reforçou a relevância da dissertação em andamento.

Também, a partir do estado da arte, foi possível refletir sobre uma construção de visualização dos dados levantados para o exercício exploratório. Assim, na intenção de sintetizar e organizar visualmente, criamos uma representação gráfica que nomeamos de desenho do estado da arte.

Desenho do estado da arte

Para criar um desenho que faça sentido, Flick (2009) afirma que é preciso ter uma pergunta de pesquisa clara. Ou seja, é preciso delimitar, a partir de uma dúvida científica, o que deve ser desenhado. Nesse caso, temos como questão norteadora: como transformar o processo de busca do estado da arte em um desenho-guia de pesquisa?

Desse modo, a partir das etapas apresentadas, em conjunto com a ideia de que o desenho de pesquisa pode servir como um guia para trabalhos acadêmicos, criamos um esquema para a visualização do passo a passo do exercício exploratório (figura 3). Para tanto, seguimos os princípios de Knafllick (2019), no sentido de que, para criar essa visualização de dados, é importante adotar uma abordagem de design, considerando aspectos como usabilidade, clareza visual e apelo estético.

Figura 3 – Desenho do estado da arte

WEB OF SCIENCE	BDTD + CATÁLOGO CAPES	GOOGLE ACADÊMICO
PASSO 1: PALAVRAS-CHAVE "mediatization" OR "mediatisation" e "AI" OR "Artificial Intelligence" PASSO 2: REFINAR RESULTADOS Utilizando o filtro da WOS PASSO 3: COLETA DOS RESULTADOS Exportar em BibTeX PASSO 4: ANÁLISE DOS DADOS A partir do software Bibliometrix PASSO 5: INTREPRETAÇÃO DOS DADOS A partir dos relatórios e gráficos gerados pelo Bibliometrix PASSO 6: ESCRITA DO PERCURSO Descrever o percurso do exercício do estado da arte na dissertação 	PASSO 1: PALAVRAS-CHAVE "Midiatização, Circulação e Circuitos" PASSO 2: REFINAR RESULTADOS Pela leitura de títulos e resumos PASSO 3: COLETA DOS RESULTADOS Utilizando o Google Planilhas, criar tabela com link, título, autor, orientador, tipo/ano/instituição, palavras-chave, resumo, questão-problema, objetivos, objeto empírico, metodologia, ref. teórico e bibliografia PASSO 4: LIMPEZA DOS DADOS A partir da leitura dos dados coletados e selecionados, na etapa anterior PASSO 5: INTERPRETAÇÃO DOS DADOS A partir da leitura dos dados "limpos" PASSO 6: ESCRITA DO PERCURSO Descrever o percurso do exercício do estado da arte na dissertação 	PASSO 1: PALAVRAS-CHAVE "Elis Regina" "Volkswagen" PASSO 2: REFINAR RESULTADOS Pela leitura de títulos e resumos, e seleção do período PASSO 3: COLETA DOS RESULTADOS Utilizando o Google Planilhas, criar tabela com link, título, autor(e), tipo (livro, artigo científico, entrevista...) e área de concentração PASSO 4: LIMPEZA DOS DADOS A partir da leitura dos dados coletados e selecionados, na etapa anterior, selecionar apenas artigos científicos da área da Comunicação PASSO 5: INTERPRETAÇÃO DOS DADOS A partir da leitura dos dados "limpos" PASSO 6: ESCRITA DO PERCURSO Descrever o percurso do exercício do estado da arte na dissertação 

Fonte: as autoras (2025).

A ideia é que outros pesquisadores da área da Comunicação também utilizem, como *inspiração*, o desenho de pesquisa do estado da arte em suas pesquisas para uma visualização dos dados obtidos a partir do passo a passo. Isso poderá facilitar no momento de realizar novos exercícios exploratórios, além de conseguir guiar os próximos passos da pesquisa.

Entretanto, como dito no parágrafo anterior, ressaltamos que a proposta aqui deve servir de inspiração, e não como um modelo estruturalista. Tendo em vista, como afirma Braga (2011, p. 3), os estudos em comunicação não são dotados “de um sistema positivista de objeto/método nem de uma sedimentação consensual de referências teórico-metodológicas enraizadas na tradição”. Com isso, queremos dizer que cada pesquisador pode fazer escolhas de adaptações metodológicas, de acordo com a necessidade da pesquisa em andamento.

Considerações finais

Após essa trajetória experimental, consideramos essencial destacar que, assim como a própria comunicação, a pesquisa não segue um percurso linear. Embora o desenho de pesquisa sugira uma organização hierárquica para fins de apresentação de dados (Knafllic, 2019), todas as etapas têm o mesmo peso e se influenciam mutuamente.

Ao invés de uma ordem fixa, escolhemos afirmar que a nossa trajetória científica é um "caos organizado", no qual o retorno constante a fases anteriores permite revisões, mudanças e aprimoramentos com base em leituras, diálogos e novas ideias. Assim, a pesquisa pode ser entendida como um processo contínuo de movimento e reformulação.

Além disso, refletir sobre a complexidade dos exercícios teórico-metodológicos, além da visualização de dados em comunicação, exige considerar protocolos criativos de investigação (Fausto Neto, 2018; Borelli, 2025). Assim, vemos o desenho de pesquisa como uma estratégia para melhor organização de ideias, análises e construção de conhecimento.

Do mesmo modo, pensando especificamente sobre o exercício do desenho do estado da arte, compreendemos que ele possibilita a construção de diferentes etapas, incluindo, por exemplo, a proposta de Barrichello (2016), que consiste em fazer um quadro comparativo entre os trabalhos que serão utilizados. Ou seja, cabe ao pesquisador determinar o que de fato é interessante desenhar, com o intuito de facilitar o percurso investigativo.

Também evidenciamos que o desenho apresentado tem por objetivo facilitar futuras investigações que exijam a elaboração de um novo estado da arte, a partir da leitura das etapas descritas, dispensando a necessidade de reler extensivamente a dissertação, ao identificar de forma facilitada os procedimentos adotados. Nesse sentido, ressaltamos a ideia da visualização de dados proposta como uma inspiração para novos desenhos de pesquisa, sejam estes para a coleta do estado da arte ou de outras etapas que compõem o trabalho acadêmico.

Ademais, sabemos que o processo de criar um desenho de pesquisa pode ser desafiador. Entretanto, acreditamos que a necessidade de experimentação até chegar à versão final – entre idas e vindas – possa se tornar uma oportunidade produtiva de reflexão sobre a trajetória de pesquisa.

Referências

- BARICHELLO, E.M.M.R. A autoria na elaboração de uma tese. In: MOURA, C.P. e LOPES, M.I.V. **Pesquisa em Comunicação: Metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, p. 130–150, 2016.
- BRAGA, José. Luiz. Dispositivos Interacionais. In: BRAGA et al. **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade**. Campina Grande: EDUEPB, p. 17–42, 2017a.
- BRAGA, José. Luiz. Circuitos de Comunicação. In: BRAGA et al. **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade**. Campina Grande: EDUEPB, p. 43–64, 2017b.
- BRAGA, José Luiz. Constituição do Campo da Comunicação. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, Brasil, v. 25 n. 58: Ano XXV - 2011/1.
- BORELLI, Viviane. A circulação dá o tom da conversa: espaço para comentários e construção de conhecimento. **Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 4, out. 2020.
- BORELLI, Viviane. A problematização teórico-metodológica nas pesquisas de circulação e plataformas In: FERREIRA et al. **Plataformas, algoritmos e IA: questões e hipóteses na perspectiva da midiatização**. Santa Maria: FACOS-UFSM, p. 199 - 218, 2025.
- BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. 13ª ed. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.
- COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **A construção mediada da realidade**. São Leopoldo: Unisinos, 2020.
- DE OLIVEIRA, Leticia Ribeiro; BORELLI, Viviane. Visualização de dados em Comunicação: uma experimentação teórico-metodológica. **Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais**, v. 1, n. 7, 2025.
- FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, v. 6, n. 2, p. 08-40, 7 jul. 2018.
- FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre, RS: Artmed, 2009.
- GROHMANN, Rafael. O que é circulação na comunicação? Dimensões epistemológicas. **Revista Famecos**, v. 27, n. 1, p. e35881-e35881, 2020.
- HEPP, Andreas. **Deep mediatization**. Routledge, 2019.
- KNAFLIC, Cole Nussbaumer. **Storytelling com dados: um guia sobre visualização de dados para profissionais de negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.
- VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **MATRIZES**. São Paulo, n. 1, 2014, p. 13-19.

VOLKSWAGEN BRASIL. Gerações – Comercial da Nova Kombi. **YouTube**, 3 jul. 2023.
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aM154-kqphE>. Acesso em: 11 jun. 2025.