

**Cláudia Peixoto de Moura**  
**Maria Immacolata Vassallo de Lopes**  
**Organizadoras**

# **PESQUISA EM COMUNICAÇÃO**

## **Metodologias e Práticas Acadêmicas**

**Apoio:**

**USP PUCRS**



PORTO ALEGRE  
2016

© EDIPUCRS 2016

**CAPA RocketPub.**

**IMAGEM DE CAPA** Designed by Freepik.com

**PROJETO GRÁFICO RocketPub.**

**DIAGRAMAÇÃO RocketPub.**

**REVISÃO DE TEXTO dos Autores**

Edição revisada segundo o novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.



**EDIPUCRS – Editora Universitária da PUCRS**

Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 33

Caixa Postal 1429 – CEP 90619-900

Porto Alegre – RS – Brasil

Fone/fax: (51) 3320 3711

E-mail: edipucrs@pucrs.br

Site: www.pucrs.br/edipucrs

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

---

P474 Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas /  
org. Cláudia Peixoto de Moura, Maria Immacolata Vassallo de  
Lopes. – Porto Alegre : EDIPUCRS, 2016.

326 p.

ISBN 978-85-397-0803-1

11. Comunicação – Pesquisa. 2. Comunicação – Estudo e  
ensino. 3. Análise de discurso. 4. Mídia social. I. Moura, Cláudia  
Peixoto de. II. Lopes, Maria Immacolata Vassallo de.

CDD 23 ed. 302.2

---

Ficha catalográfica elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação da BC-PUCRS.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. Proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, especialmente por sistemas gráficos, microfílmicos, fotográficos, reprográficos, fonográficos, videográficos. Vedada a memorização e/ou a recuperação total ou parcial, bem como a inclusão de qualquer parte desta obra em qualquer sistema de processamento de dados. Essas proibições aplicam-se também às características gráficas da obra e à sua editoração. A violação dos direitos autorais é punível como crime (art. 184 e parágrafos, do *Código Penal*), com pena de prisão e multa, conjuntamente com busca e apreensão e indenizações diversas (arts. 101 a 110 da Lei 9.610, de 19.02.1998, Lei dos Direitos Autorais).

# **O OBJETO E A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO: UMA ABORDAGEM RELACIONAL**

---

**Vera Veiga França**

A Metodologia, em um trabalho de pesquisa, é resultado de uma série de definições: a inserção em uma área de conhecimento – no nosso caso, a Comunicação –, a adoção de uma determinada compreensão de seu objeto de estudo – o processo comunicacional – e a construção da questão-problema. Este artigo propõe uma concepção relacional e praxiológica da comunicação (cf. Louis Quéré) para orientação de pesquisas na área, tomando-a como um processo de globalidade, em que sujeitos interlocutores, inseridos em uma dada situação, e através da linguagem, produzem e estabelecem sentidos, conformando uma relação e posicionando-se dentro dela. Destaca três abordagens metodológicas: empirista, fenomenológica e pragmatista, sendo esta última a que se adota para enfatizar a comunicação enquanto ação marcada pela reflexividade e pela força constitutiva da linguagem (cf. G. H. Mead). A perspectiva pragmatista nos orienta a buscar nas ações humanas (na dimensão empírica) o seu estímulo e ponto de partida; a tomar os objetos (produtos, situações, acontecimentos) em seu contexto mais amplo; a atentar para o encadeamento e desdobramento das ações, buscando apreender a realidade em seu permanente movimento. Assim, desafiados pelos problemas do mundo, o diálogo entre o problema de pesquisa e a empiria é o caminho que deve conduzir à definição dos passos (metodologia) rumo à compreensão do objeto de estudo e das perguntas formuladas.

**Palavras-chave:** comunicação; objeto; pesquisa; perspectiva pragmatista.

\*\*\*

“Metodologia” é um tema árido para se tratar. Encontrar um caminho que não se perca numa discussão abstrata sobre o fazer científico, mas também não se reduza à apresentação insípida de um conjunto de técnicas de pesquisa não é um desafio pequeno. Minha solução para esse impasse - por onde eu poderia trazer alguma contribuição numa obra sobre metodologia? - foi tentar falar sobre esta questão da maneira como lido com ela em meu dia-a-dia de pesquisa e meu trabalho de orientação.

E minha primeira postura é desmistificar, de certa maneira, a questão metodológica. Não se trata de negar sua importância, mas colocá-la em seu devido lugar: o método não é dado a priori, mas se constrói em função (e a serviço) do problema de pesquisa. Esta, sim, é a questão primordial: a boa formulação do problema. Certamente, os bons problemas não são invenções da nossa cabeça, e surgem das incitações da própria realidade. Transformar, porém, problemas do mundo em um problema de pesquisa supõe, antes de tudo, clareza sobre nossa área de estudo e escolha de uma abordagem, de uma forma de tratamento.

A partir de um tema e um objeto que chama a nossa atenção, a construção de um problema de pesquisa se dá em um processo que tem início na compreensão e opção por situar-se dentro de determinada área científica (no nosso caso, no campo da comunicação); passa por um posicionamento no que se refere à concepção do objeto de estudo dessa área, e pela inserção dentro de determinados caminhos de conhecimento (correntes de pensamento); culmina, finalmente, no desenvolvimento de uma questão específica a ser resolvida. É frente à formulação desta questão que o método será delineado.

Entendendo assim o percurso a ser trilhado, o presente texto inicia com a própria discussão do objeto comunicacional e o recorte de uma concepção de comunicação – que chamamos relacional. Vai tratar, em seguida, e de forma sucinta, de três grandes correntes de pensamento, marcando uma opção pela perspectiva pragmatista. Ao final procuro delinear algumas pistas de como a conjugação de uma concepção de comunicação e de um caminho de abordagem, na construção de um problema de pesquisa em torno de um objeto empírico, implica certos cuidados e posturas.

## **OBJETO DA COMUNICAÇÃO: OBJETO EMPÍRICO, OBJETO DE CONHECIMENTO**

Embora pareça uma questão superada, o nosso ponto de partida não pode ser outro senão uma clara compreensão do que é um objeto de estudo de uma ciência, e qual é o objeto de estudo da comunicação.

Há alguns anos atrás, na passagem para os anos dois mil, e no contexto da expansão da pós-graduação e de um forte movimento na comunidade de pesquisadores para fortalecer e legitimar o campo acadêmico da Comunicação no Brasil, uma polêmica se instaurou em torno da definição de nosso objeto. Seria a mídia? Seriam os processos comunicativos?

Colocava-se, naquele momento, na premência de demarcar o terreno de nossos estudos, a questão da “pertinência à área”, e enquanto alguns atrelavam nossa especificidade ao tratamento dos produtos midiáticos (se é mídia, então é comunicação – e vice-versa: comunicação é igual à mídia), outros apontavam o equívoco de se buscar uma equivalência entre objetos empíricos e objeto de conhecimento.

Esse momento foi superado, as posições se acomodaram - embora não se tenha chegado ainda a um claro consenso sobre aquilo que caracteriza nosso campo de estudo. Sem querer resolver aqui o que não está resolvido na área, é preciso, no entanto, ao iniciar uma pesquisa, definir o nosso lugar e marcar nossa convicção. Resumo aqui, rapidamente, a maneira como enxergo e trato a questão.

A comunicação tem uma dimensão sensível, é um fenômeno concreto, presente em nossa realidade. As imagens televisivas, as mensagens baixadas na internet, a escritura nas páginas de um jornal, a propaganda política de um partido existem enquanto materialidade, estão inscritos fisicamente em nosso mundo. A comunicação compreende objetos, ações, indivíduos – trata-se de prática, de uma ação humana. E quando falamos de um telejornal que assistimos, de um *blog* que estamos escrevendo, de um programa que baixamos em nosso celular, estamos nos referindo a essa dimensão empírica, a essa “corporeidade” da comunicação.

Os objetos empíricos, no entanto, os objetos do mundo, não constituem monopólio de nenhuma ciência. E se pensamos no campo das humanidades, as diferentes ciências se constituíram não por um recorte objetivo (um retalhamento) da realidade, mas pelos diferentes vieses com que pers-

crutaram a totalidade da vida social, pelas leituras específicas que promoveram de um real que se apresenta e é vivido por nós como totalidade.

Aquilo que identificamos como objetos empíricos da comunicação se referem a ações sociais também estudadas por outras ciências (objetos empíricos que se prestam a diferentes olhares). Num exemplo bem evidente: um estudo sobre a história de um jornal é um trabalho histórico. Não digo que seja impertinente que ele seja apresentado como uma dissertação ou uma tese na área de Comunicação – mas ele pode ser desenvolvido igualmente (e com toda pertinência) como um trabalho no campo da história. Um segundo exemplo: uma análise da distribuição das verbas publicitárias entre as diferentes mídias, o estudo do perfil de renda e consumo de determinados públicos requer conhecimentos advindos não propriamente de um saber comunicacional, mas econômico. E por aí afora.

Isto tudo para dizer: tal ou tal objeto ou prática não são “em si” comunicacionais, e apenas existem a partir do momento em que os nomeamos e os enxergamos como tal; é resultado de vermos (ou buscarmos enxergar) nesses objetos e práticas *uma dimensão comunicativa*. O desenvolvimento de estudos comunicacionais, ou o estabelecimento da comunicação enquanto objeto de estudo, assim, é resultado da formulação de uma indagação particular na investigação dos fenômenos sociais.

Ao falar sobre a construção de um problema de pesquisa em comunicação, deparamo-nos então com duas dimensões que são distintas, embora intimamente articuladas: *objetos empíricos* (aquilo que se estuda) e *objeto de conhecimento* (como estudá-lo enquanto comunicação)<sup>1</sup>.

Não se trata aqui de estabelecer uma dicotomia teoria-prática, pensamento-mundo, mas, ao contrário, de mostrar como a teoria (a reflexão teórica) se constrói na leitura e busca de compreensão da realidade. Vale lembrar, por exemplo, que o campo de estudos comunicacionais surge, no século passado, estimulado exatamente pelo aparecimento de novos objetos e novas práticas comunicacionais (os meios de massa – rádio, cinema, televisão); de uma nova configuração da realidade no que tange à produção e circulação de informações. Portanto, as teorias e o

---

<sup>1</sup> Trato desta questão (objeto empírico, objeto de conhecimento) em texto anterior – “O objeto da comunicação, a comunicação como objeto” (França, 2001).

surgimento da comunicação como objeto de estudo foi decorrência do peso que tomou a sua dimensão empírica: a importância e as transformações nas práticas comunicativas ao longo do século XX. As teorias, porém, não se confundem com a realidade; constituem tão somente leituras e tentativas de explicá-la e/ou compreendê-la.

Por outro lado, se estamos ressaltando a antecedência das “coisas do mundo” na incitação ao pensamento, é igualmente necessário destacar que não existe pesquisa empírica (estudo das coisas do mundo) desvestida de pressupostos sobre o real: ao tratar de uma dada empiria, o fazemos sob certa perspectiva, e é a criação de objetos de estudo que categoriza e trata de uma determinada maneira – e não de outra – o mundo do empírico. Ao começarmos a estudar objetos e práticas *enquanto* comunicação, criamos o objeto comunicacional.

Defendo assim que o objeto de estudo de uma ciência é a concepção que os pesquisadores deste campo desenvolvem sobre aquilo que eles vão recortar e analisar na realidade; o objeto de estudos da comunicação é uma ideia de comunicação, um conceito, com a ajuda do qual se pode distinguir e apreender, no campo do empírico, algo que chamamos e entendemos como comunicação.

É necessário, portanto, para desenvolver uma pesquisa em comunicação, uma discussão e uma tomada de posição sobre o que estamos entendendo como comunicação. É uma determinada concepção de comunicação que *organiza* nosso olhar sobre um objeto (uma prática) e define as questões que podemos formular sobre ele; que orienta, portanto, nosso processo de conhecimento. É desta maneira que, tratando uma determinada empiria, estaremos desenvolvendo um estudo comunicacional.

## **A CONCEPÇÃO DE COMUNICAÇÃO**

Por tudo que foi dito acima, damos conta de como a concepção de comunicação é decisiva na maneira como se vai identificar e analisar um fenômeno e apreendê-lo enquanto uma prática comunicativa. Na medida em que o conceito se torna definidor daquilo que vamos ver e perguntar à empiria, ele ganha a natureza de modelo, ou de paradigma. Estou tomando paradigma aqui no seu sentido mais amplo – como estruturas de pensamento que comandam nossa apreensão do mundo.

No caso da pesquisa científica, o paradigma dirige nosso olhar e orienta nossas indagações e o próprio processo de conhecimento.

Vem daí a crítica epistemológica que já foi exaustivamente feita ao modelo (ou paradigma) informacional da comunicação, desenvolvido pela Escola funcionalista americana e amplamente disseminado, entranhado tanto no senso comum quanto nas teorias comunicacionais. Quando se conceitua a comunicação como um processo de transmissão de informação de um emissor a um receptor, este “enquadramento” aparentemente óbvio e inocente direciona a análise para captar uma divisão fixa de papéis, ordenados numa dinâmica linear, negligenciando o agenciamento humano, a natureza simbólica da linguagem, a reflexividade e recursividade do processo, etc. Uma concepção pobre de comunicação (pensar a comunicação como processo de transmissão ou como simples troca de informações), por sua vez, limita aquilo que iremos apreender no campo do real e enfraquece nossa análise.

Em contraposição ao paradigma informacional, é preciso se armar de uma concepção forte da comunicação, atenta à sua complexidade e dinamicidade. Vários autores têm contribuído para alargar o conceito de comunicação; adoto aqui, para fins de nossa discussão, uma formulação e uma perspectiva que temos chamado de “relacional”<sup>2</sup>, e se expressa na seguinte formulação: *a comunicação é um processo de globalidade, em que sujeitos interlocutores, inseridos em uma dada situação, e através da linguagem, produzem e estabelecem sentidos, conformando uma relação e posicionando-se dentro dela.*

Nesta concepção, a comunicação não é reduzida a uma dinâmica de transmissão, mas é entendida como interação – ação reciprocamente referenciada, estabelecida pela mediação do simbólico, da linguagem, conforme bem apresentado por George H. Mead (2006). Esta formulação está fundada em pressupostos decisivos, apresentados a seguir, que vão lhe conferir densidade analítica e permitem ampliar o leque de indagações na análise das práticas comunicativas.

---

<sup>2</sup> Esta perspectiva é nomeada, por L. Quéré, de modelo praxiológico (veja-se Quéré, 1991, França, 2003).



a) a comunicação é uma prática, uma ação – é práxis humana

Este pressuposto afirma a compreensão de que a comunicação é um fazer, implica trabalho de agente, ação no mundo. Não se trata de ação mecânica, nem é da ordem dos instintos. O uso da linguagem, a configuração da relação com o outro estão fundados em procedimentos, técnicas, operações que aprendemos, modificamos, desenvolvemos.

Ao falar em prática, e prática compartilhada, a antiga divisão emissor ativo X receptor passivo não resiste a um olhar mais cuidadoso (e não apenas no contexto de surgimento dos dispositivos digitais e das redes interativas, mas no quadro de qualquer interação humana).

Do lado da emissão, a dimensão de produção, de trabalho, é bastante evidente, e dispensa maiores discussões. Porém é preciso ir além da ideia de um produtor autônomo ou de um sujeito produtivista para acolher a imagem de um sujeito que, ocupando um lugar numa dinâmica relacional (em interações interpessoais ou em sistemas midiáticos complexos), está inserido em um contexto, é parte de uma coletividade, e naquela situação específica se vê afetado pelo outro.

Na esfera que se chamou “recepção”, diferentes trabalhos e reflexões vieram derrubar definitivamente qualquer ideia de passividade. A perspectiva da “natureza produtiva do consumo” vem sendo bastante destacada por diversos autores nos últimos 30 anos (M. e Certeau, 1994; Canclini, 1995, entre outros). A afirmativa de que a recepção é ativa, é trabalho de interpretação e de apropriação, e se desdobra em usos já se tornou consensual.

A questão do “uso” por parte dos receptores das mídias massivas pode ser contestada: seria de fato uma atividade, esta que, à primeira vista, se resume, em grande parte das vezes, em ligar e desligar o televisor, ou mudar de canal? Qual a margem de interpretação em produtos que orientam seu esquema de leitura? Esta discussão é extensa, e não cabe aqui aprofundar esse debate (de resto, já em parte superado), mas acentuar o que de fato é central neste tópico. Mais do que especificar que tipo de ação e uso estão em causa em cada situação, o que é preciso evidenciar é que, em todas as nossas intervenções, de seres pensantes no mundo que somos, uma dimensão de identificação, caracterização, seleção e escolha está colocada. Obscurecemos este fato – o exercício da seleção e da escolha – quando caricaturamos e reduzimos o quadro de escolhas do indivíduo que interage com a mídia. Das mais extensas

e complexas às mais simples e elementares, é fazendo escolhas que nos colocamos como agentes e exercitamos nosso discernimento.

### b) a comunicação produz experiência

Conforme Dewey, fazemos experiência o tempo todo, pois a interação entre o ser vivo e seu ambiente faz parte do curso da existência; estamos continuamente afetando e sendo afetado pelos acontecimentos, pelas pessoas, pelos objetos. Porém, nem todas essas experiências atuam no indivíduo da mesma maneira, e o autor reserva o termo “viver uma experiência” para aquelas situações em que o “material” que constitui o objeto da experiência se faz valer plenamente, age e marca os indivíduos que a vivenciam.

Experiência, para este filósofo, é ser afetado, e agir em consequência; existe aí um movimento de um ponto a outro. Usando de uma metáfora, ele diz: diferentemente de um lago, ou de uma represa, formado por porções homogêneas, a experiência é como um riacho – ela escorre. E seu curso confere um interesse particular a cada porção sucessiva, e a uma porção se sucede outra, e cada uma ganha em individualidade. O todo que vai se formando é diversificado pelas fases sucessivas que criam sua cintilação. (DEWEY, 2005, p. 60)

Incontáveis experiências são vividas pelos indivíduos, ao longo de sua vida, através de diferentes formas de comunicação. Isto se dá no contexto de relações pessoais, mas também através de produtos midiáticos. Não causa maior constrangimento para uma pessoa revelar que certo filme, ou livro, ou música provocaram, num momento preciso de nossa vida, uma experiência inesquecível; foram marcantes, nos tocaram. Incomoda um pouco dizer que também através da produção da grande mídia massiva – das informações, programas de ficção e até de peças publicitárias - podemos viver experiências.

No entanto, é forçoso (e necessário) admitirmos isto: o quanto produtos e momentos midiáticos afetam milhares e milhões de pessoas. Ouvir um pronunciamento do papa Francisco, acompanhar a cobertura da morte de uma celebridade ou de escândalos políticos (a prisão de José Dirceu, ou do “príncipe dos empresários”, Marcelo Odebrecht entre outros exemplos) pode ter causado um impacto profundo em diferentes públicos (positivos e negativos). A atitude de uma personagem de telenovela (ou

uma cena, como o beijo gay), a imagem de uma catástrofe, a intervenção de um blogueiro ou mesmo alguns *twits* ou *trending topics* vêm provocando afetações profundas, e que merecem uma atenção mais cuidadosa.

Assim, não é possível negligenciar o fato de que experienciamos com os meios de comunicação; eles não sequestram nossa experiência (como anunciaram alguns autores há alguns anos atrás<sup>3</sup>): eles promovem outras formas dela. Tem sido dito que essa experiência é empobrecedora, mas com qual evidência empírica podemos dizer isto? Já foi lembrado que a primeira geração televisiva fez maio de 68; nos últimos anos, a geração Facebook tem atuado de forma incisiva em vários momentos e contextos – da primavera árabe ao *occupy wall street*, sem falar do caso brasileiro (das jornadas de junho de 2013, dos painéis de 2015 e outras formas de manifestação). A recrudescência de movimentos conservadores ombreia com lutas e intervenções pelos direitos humanos, pelo respeito às minorias e às diferenças. Mulheres telespectadoras de novelas e da Ana Maria Braga aprofundam, a cada dia, a construção de sua própria autonomia e emancipação. Jovens se inserem em circuitos que conectam relações locais e internacionais; sobretudo, eles têm hoje o mundo como lócus a ser explorado.

Então, sem dúvida, a comunicação produz espaço e oportunidade para novas e diferentes experiências, que não são iguais, e nos afetam numa escala de gradação; umas mais, outras menos.

c) a comunicação é uma ação com o outro, uma interação, marcada pela reflexividade

Dewey destaca que a experiência é resultado da interação (de uma transação) entre um ser vivo e seu ambiente; a experiência é produzida pelo confronto com a resistência, as tensões e excitações suscitadas pelo objeto da experiência. Na comunicação, nossa experiência é com o outro, com a alteridade. E o que dizer então dessa interação com outro indivíduo – dotado, como nós mesmos, de linguagem e de uma inteligência reflexiva?

G.H. Mead, prolongando o pensamento de Dewey, desenvolve essa discussão, e indica a natureza reflexiva da comunicação. Nós comunica-

---

<sup>3</sup> Sobre o conceito de sequestro da experiência, veja-se Anthony Giddens (2002).

mos para afetar (de alguma maneira) o outro. Mas esse movimento de afetação, nos seres humanos, é uma coisa bastante complexa; longe de ser uma cadeia linear estímulo-resposta, é dupla afetação, dinâmica de ida e volta, reflexividade. Supõe consciência do outro (quem ele é, como está reagindo ou irá reagir) e autoconsciência (consciência da própria atuação e formas de expressão). Funciona enquanto circularidade: projetando o outro, e, prevendo a afetação que desejo provocar nele, esse outro me afeta com antecedência. No mesmo movimento em que procuro afetar meu interlocutor, eu me afeto a mim mesmo (pensando na reação do outro, eu me estimo e sou afetado por meus próprios pensamentos). O outro me afeta duplamente: através da consciência que eu desenvolvo sobre ele, sobre suas possíveis reações e atitudes, e me afeta também em função de sua reação e sua intervenção efetivas.

Desta maneira, não apenas vamos nos modificando e nos construindo na frente do outro, como vemos a interação ir se constituindo para além de um e do outro, em decorrência daquilo que ambos fazem juntos.

Esse traço de reflexividade no bojo da comunicação, assim, nos evidencia duas coisas:

- que os modelos interativos não estão pré-construídos de forma definitiva, mas vão sendo conformados no bojo da interação, em função da intervenção dos interlocutores, que de forma alguma são completamente previsíveis;
- que os indivíduos são afetados – e se modificam – no curso das interações.

As interações são compostas por várias fases (ou turnos), cada uma orientando/reorientando a seguinte. Elas são, portanto, potencialmente dinâmicas e imprevisíveis – tanto porque os indivíduos que interagem o fazem dentro de uma escala de possíveis, como porque são suscetíveis de serem alteradas e configuradas pelas ações imprevisíveis dos atores, pela força da linguagem e dos dispositivos, pela intervenção de elementos externos (o quadro situacional). Planejamento e formatos pré-estabelecidos existem, porém indivíduos, afetados, mudam o rumo e a perspectiva de sua intervenção.

Os exemplos são inúmeros, tanto no âmbito das relações e interações pessoais e interpessoais (entendimentos e desentendimentos entre casais, na relação pais e filhos, nas relações de trabalho), como dentro do quadro das interações midiáticas. Novelas mudam enredos e o papel de personagens; campanhas publicitárias fazem grande sucesso e provocam estardalhaço, ou redundam em fracasso; campanhas políticas com frequência nos apresentam desfechos surpreendentes (candidatos sobem, descem, passam de heróis a vilões – e vice-versa).

Porém é importante ressaltar que na mesma medida em que a intervenção dos indivíduos configura o desdobramento das interações (dos processos comunicacionais), eles (apenas) se constituem como sujeitos no contexto e a partir da comunicação. A comunicação não apenas forma-os socialmente, como altera constantemente seus níveis de conhecimento.

É na relação com o outro que aprendemos a nos ver como ele nos vê – o que amplia nosso autoconhecimento e alarga o leque de escolhas em nossas tomadas de posição. As expectativas sociais nos fazem repensar nossas opções e influem na construção de nossa ação e papel no mundo. Também o compartilhamento de elementos da realidade, possibilitado pelo saber do outro, nos estimula e nos modifica. Enfim, é na e através da comunicação que não apenas afetamos o outro, como nos construímos como sujeito social.

#### d) a linguagem é o meio, a mediação, através do qual a interação se faz possível

A interação com o outro, esse tipo de relação em que sujeitos afetam e são afetados, mas sobretudo conseguem antecipar a reação do outro, afetam-se a si mesmos, avaliam possibilidades e fazem escolhas, só se torna possível porque somos animais simbólicos, animais dotados de uma linguagem.

Nesse item, é frequente a interpelação: outros animais são também dotados de linguagem (e, às vezes, até bem sofisticadas, como no caso de formigas, abelhas, golfinhos). No entanto, até prova em contrário (ou até que tais animais nos alcancem), somos os únicos dotados da linguagem simbólica; de uma linguagem que não é inscrita geneticamente, mas aprendida e desenvolvida, e que é recriada continuamente. Uma linguagem que ultrapassa o aqui e o agora, as referências concretas e o tempo imediato; uma linguagem que é reinventada, assume formas

novas, expande o universo de sentidos, e por aí atua no que somos e nos processos comunicacionais que empreendemos e vivenciamos.

A consciência da força da linguagem na comunicação nos impele a um olhar atento para a maneira como ela atua em cada processo. Não se trata apenas de interpretar sentidos e analisar formatos; isto é necessário e importante, mas se nos reduzimos a lidar com os discursos comunicativos neles mesmos (ou os gêneros de linguagem), perdemos a dimensão do todo comunicacional. A atenção à linguagem, aos discursos proferidos e trocados nas dinâmicas interativas significa entender o que eles estão fazendo, como atuam posicionando interlocutores e representando os aspectos da realidade (as coisas do mundo).

Esses quatro pressupostos nos quais se assentam nossa concepção de comunicação (comunicação é ação, é vivenciada como experiência, supõe interação e é mediada pela linguagem) não respondem sozinhos pela construção do problema, mas funcionam exatamente como pressupostos: o conhecimento prévio que orienta nosso olhar para o objeto que pretendemos analisar, ao problema de pesquisa que queremos construir.

Contudo, para desenhar um projeto de pesquisa, para empreender um processo de conhecimento, vamos também, e necessariamente, nos situar dentro de uma tradição de pesquisa, uma dada concepção sobre o que é fazer ciência, como se dá o processo de conhecimento do mundo.

## **A RELAÇÃO COM A EMPÍRIA: COMO PERGUNTAR AOS OBJETOS?**

Munidos de uma dada concepção do nosso objeto de estudo (conscientes de que vamos empreender uma leitura “comunicacional” de um fenômeno social), nós, pesquisadores, nos defrontamos com os objetos empíricos (aquela coisa específica que queremos estudar). Que relação estabelecemos com eles? Como respondemos ao desafio de conhecer?

A construção da abordagem de nosso objeto empírico - definir como vamos apreender a empiria e transformá-la em objeto de conhecimento - diz respeito à escolha de um método (construção de uma metodologia). Num breve parêntese, gostaria inicialmente de fazer uma distinção entre Método e métodos.

Podemos falar em Método (no singular, e com inicial maiúscula) para nos referir à abordagem ou postura científica. Esta forma de conhecimento, que é a ciência, ganha sua peculiaridade com relação a outras

formas (mística, artística, tradicional) por uma série de procedimentos e atitudes, através de um processo e um caminho particular de conhecer. Esse caminho é o Método. “Método científico”, assim, compreende os procedimentos e instrumentos que regem as pesquisas para produzir conhecimento novo sobre aspectos e problemas da realidade (sendo que a pesquisa é justamente um processo de conhecimento conduzido por um Método). Embora o conhecimento científico (e a própria ciência) tenha sofrido questionamentos particularmente no final do séc. XX<sup>4</sup>, e seja hoje tratado de forma mais aberta e menos onipotente, ele mantém alguns traços distintivos (rigor, confirmação pelos pares, permanente autocrítica) e mantém um lugar de destaque na vida social. Ele é desenvolvido nas universidades e/ou institutos, responsáveis pela sua produção e disseminação, através de suas atividades de pesquisa e formação de pesquisadores.

Porém, também falamos de métodos no plural, e estes compreendem, dentro do fazer científico, diferentes configurações e procedimentos na construção do trabalho de conhecimento, no desenvolvimento da pesquisa científica. Métodos se referem aos diferentes instrumentos e procedimentos com os quais operamos nosso trabalho de apreensão do real (é o “como” do processo de pesquisa), mas não se resumem a uma lista deles – até porque eles não estão dados de uma vez por todas para qualquer pesquisa. Um método particular diz respeito ao desenho (mapa) a ser percorrido pelo trabalho específico, desenho que inclui a definição dos instrumentos, procedimentos, do tipo de material a coletar e o tipo de análise a empreender.

E como escolhemos (ou construímos) este desenho? Existem várias possibilidades e vários caminhos. Nossa opção não é nem aleatória nem idiossincrática (não é resultado de um gosto ou tendência pessoal – embora seja resultado de uma escolha individual), mas é apontada, como dissemos inicialmente, pelo *problema de pesquisa* que, por sua vez, é orientado *tanto pelas características do objeto empírico que buscamos conhecer como é resultado (e é inspirado) por uma dupla inserção* de nossa pesquisa.

Sobre a primeira, falamos acima: é a inserção em um campo de conhecimento. Se vamos desenvolver uma abordagem comunicacional,

---

<sup>4</sup> A crítica do paradigma da ciência moderna é feita, entre outros autores, por E. Morin (2010, 2011) e Boaventura Santos (1989, 2007, 2009).

é uma concepção de comunicação que nos orienta a como vislumbrar nosso objeto de estudo (olhamos para um objeto empírico e vamos falar dele enquanto processo comunicacional). Adotando a perspectiva relacional (como é nosso caso – mas outros pesquisadores podem entender a comunicação diferentemente), os pressupostos enumerados acima são indutores de um determinado desenho.

No entanto, não nos situamos apenas no campo da comunicação, mas também num campo de conhecimento mais amplo, que é o conhecimento científico, com seus pressupostos epistemológicos e filosóficos; no terreno da ciência, que já tem uma longa tradição, e vem se desdobrando em escolas e correntes de pensamento – posturas distintas quanto à forma de conhecer e se relacionar com a realidade. Esta é a segunda inserção. Nós, pesquisadores da comunicação, criamos problemas comunicacionais dentro de determinadas correntes de pensamento, grandes abordagens que teorizam e instruem nossa relação (de conhecedores) com o mundo. Ou seja, o trabalho de apreender o mundo, adentrar o terreno do sensível, não é único; várias possibilidades se apresentam, fruto de escolhas, pressupostos que orientam posturas e formas de intervenção.

Essas duas inserções (que fazemos com maior ou menor clareza, diga-se de passagem...) marcam nosso lugar de pesquisa e se desdobram na metodologia que iremos construir.

Não caberia aqui um longo desenvolvimento das grandes correntes de pensamento que orientam o conhecimento moderno; de forma rápida (e talvez um pouco temerária), arrisco-me a indicar três grandes abordagens, três correntes de pensamento que inspiram com mais frequência os trabalhos comunicacionais. São elas a empirista, a fenomenológica e a pragmatista.

#### a) abordagem empirista (ou empiricista)

A primeira delas, e a mais frequente, é a abordagem empirista (ou empiricista, para marcar uma distinção com relação a outras que também privilegiam o domínio do empírico). O traço desta abordagem é creditar às coisas do mundo uma realidade em si, uma verdade intrínseca. As coisas “são”; detêm traços, qualidades que constituem sua identidade, sua essência. Esta compreensão orienta um tipo de trabalho, que



é identificar e captar essa “realidade” do objeto. Sendo assim, cabe ao pesquisador identificar suas características e descrevê-las.

Numa abordagem empirista, o tratamento desenvolvido é predominantemente descritivo. Privilegia-se também, com frequência, uma abordagem quantitativa. No campo da comunicação, os procedimentos utilizados são diversos, tais como as pesquisas com questionário (*survey*), a análise de conteúdo, a análise morfológica.

A escola funcionalista americana da comunicação (a *mass communication research* desenvolvida por P. Lazarsfeld e outros nos anos 1940-1950) adotou primordialmente esse tipo de abordagem. A contribuição dessa perspectiva é o levantamento e disponibilização de dados, uma boa fotografia dos objetos. No entanto, ela pouco revela para além do que é dado a ver pelo senso comum. Restringindo-se às evidências, dinâmicas e conexões invisíveis não são dadas a conhecer.

Uma outra crítica que lhe pode ser feita diz respeito à omissão do olhar do pesquisador; supondo que o objeto é dotado de uma identidade própria (uma essência), tal abordagem encobre o trabalho de seleção e escolha do pesquisador, assumindo sua neutralidade frente à externalidade do objeto. Dessa maneira, o olhar, as opções do pesquisador não são dadas a julgamento.

Já orientei alguns trabalhos de monografia de graduação que se construíram dentro deste enfoque; por exemplo, um estudo do tratamento dado ao movimento *punk* pela imprensa. Tendo selecionado as edições de dois jornais dentro de um determinado recorte temporal, buscou-se identificar, através da análise de conteúdo, que situações e acontecimentos eram associados aos *punks*, e quais qualificativos eram utilizados para referenciá-los.

#### b) abordagem fenomenológica

A abordagem fenomenológica trata as coisas do mundo enquanto fenômenos (ocorrências) que nos afetam. Diferentemente do empirismo, que lhes atribui uma realidade em si, esta outra abordagem adota uma perspectiva de relação: vê no empírico seu potencial de afetação; trata o sujeito a partir daquilo que o afeta.

Assim, as características dos objetos (dos fenômenos) não são tratadas em si mesmas, mas através daquilo que elas podem provocar (o “verdu-

me” do verde que se destaca pelo olhar). Na perspectiva fenomenológica o sujeito que percebe, sente, apreende, não o faz exclusivamente a partir de si mesmo, mas em relação ao que o afeta. Não sentimos carinho, aversão, entusiasmo, mas carinho por.... , aversão por.... . Emoções não existem na forma intransitiva, mas provocadas por algo externo ao sujeito.

A fenomenologia olha para o empírico (constrói um problema) buscando apreender a maneira como diferentes objetos atingem, afetam, são percebidos pelos sujeitos.

Um autor que constitui uma referência significativa para pesquisadores comunicacionais é Alfred Schutz, filósofo austríaco, de inclinação sociológica, radicado nos EUA a partir dos anos 1940. Desenvolveu conceitos importantes, como “mundo da vida” (conceito ligado à fenomenologia de Edmund Husserl, de quem foi discípulo), realidades múltiplas.

A fenomenologia de Schutz nos instiga a analisar cenários, ambientes enquanto fornecedores de elementos que vão orientar, situar os indivíduos<sup>5</sup>. O conceito de realidades múltiplas permite ver a coexistência e transição de mundos no nosso mundo, e nos indica que referências e códigos que regem um território não servem, não se aplicam em outra realidade<sup>6</sup>.

Somos devedores de um “olhar fenomenológico” quando indagamos sobre as formas de inserção, percepção e imersão propiciadas por dispositivos digitais como *Facebook*, *Twitter*, etc; também quando analisamos as reações de alguém (um estrangeiro) frente a uma cultura que lhe é exterior, ou a maneira como uma pessoa ou grupo se vê afetada por uma obra de arte, uma instalação.

Comparando essas duas abordagens (empírica e fenomenológica), podemos apontar o avanço desta última com relação à primeira, ao retirar a primazia e essência dos objetos para pensá-los em relação ao sujeito que os experimenta.

---

<sup>5</sup> As contribuições de Schutz para a comunicação são exploradas por João Carlos Correia.

<sup>6</sup> O mundo dos políticos em Brasília; a realidade carcerária e a vida de presidiários são alguns dos exemplos que nos ilustram essas realidades múltiplas. O próprio Schutz vivenciou realidades distintas; era banqueiro durante o dia, filósofo à noite...

Uma crítica que lhe pode ser dirigida é que tal abordagem acaba construindo e privilegiando uma visada subjetivista; os fenômenos ganham existência e contorno a partir do olhar e apreensão dos indivíduos. Ao questionar a independência que os objetos ganham na perspectiva empirista, a fenomenologia os atrela por demais à percepção e subjetividade do sujeito (Jacques, 1982).

### c) abordagem pragmatista

Trata-se de uma corrente filosófica inaugurada por pensadores norte-americanos no final do séc. XIX, início do séc. XX (C. Peirce, W. James, J. Dewey, G.H. Mead), e que inspirou o pensamento social da Escola de Chicago. Em oposição à metafísica, à separação pensamento-mundo, esta corrente se apoia em um pressuposto fundador: nossas ideias, pensamentos são gestados no campo das práticas, de nossa ação no mundo. As ideias não vêm em primeiro lugar, movendo nossa ação, mas é o inverso: a ação aciona o pensamento, que por sua vez volta para ela.

Assim, esta perspectiva tem um ponto de partida e de retorno: o cenário dos indivíduos em ação, o lugar da prática, do nosso fazer no mundo com o outro, ou seja, o terreno da empiria.

Diferentemente do empirismo clássico (empiricismo), no entanto, não se trata aqui de um mundo de objetos prontos, de uma realidade acabada que deve ser descrita, mas do mundo enquanto um processo de construção permanente. O movimento do mundo é dado exatamente pela constante intervenção dos indivíduos.

E esta perspectiva se distingue também da fenomenologia, pois não se resume à afetação do sujeito, à maneira como ele sente e percebe, mas dá uma atenção maior tanto às características e força do mundo exterior (ambiente, objetos) como pensa uma transação em sentido duplo: indivíduos afetados pelo mundo e modificando o mundo.

Thamy Pogrebinschi (2005) recorta e destaca três características básicas do pragmatismo, que ela encontra na obra dos filósofos pragmatistas – e que podemos resgatar como traços fundamentais na configuração de uma pesquisa desenvolvida sob inspiração dessa perspectiva: antifundacionalismo, consequencialismo e contextualismo.

Apresentando-as de forma resumida (e conforme minha apropriação), podemos entender que a característica do antifundacionalismo se

refere a uma postura de recusar verdades ou teorias definitivas, que antecedem e explicam a prática humana. O pragmatista não usa a teoria para “explicar” a realidade; a empiria não é convocada para exemplificar a teoria. São os elementos de realidade, as características dos objetos e do problema a ser analisado que suscitam e convocam as teorias e ajudam a construir a reflexão.

O consequencialismo traduz a compreensão de que uma ação não se dá isoladamente e de forma pontual; ações se dão em cadeia, se desdobram, têm consequências. Mais do que descrever um ato, ou se voltar para suas causas, o pragmatista indaga o que esse ato provoca e possibilita; pergunta pelo futuro, pelas possibilidades que são abertas. Por este caminho, a pesquisa não busca explicar o que vai se suceder, mas procura ler as possibilidades que uma ação presente inscreve no horizonte.

O traço do contextualismo, por fim, acentua a visão de que objetos, práticas, produtos não existem isoladamente (e nem se explicam em si próprios), mas inseridos num contexto. Trabalhamos necessariamente com recorte de situações e objetos, mas é necessário pensá-los no quadro mais amplo onde se inscrevem; resgatar a realidade que o cerca e que se manifesta (refletindo e sendo também afetada) por aquela ocorrência específica.

#### d) diferentes formas de lidar com a empiria

Este breve percurso não pretendeu, obviamente, explicar e dar conta das três correntes indicadas, mas lê-las na maneira como elas induzem um tipo de tratamento da empiria. A abordagem empirista nos orienta a descrever os objetos; a abordagem fenomenológica centra no indivíduo e na maneira como percebe/reage aos estímulos do fenômeno. A pragmatista, por sua vez, busca tratar a dinâmica interacional: indivíduos e objetos, indivíduos entre si.

Esta última tem se mostrado, para nosso grupo de pesquisa, o GRIS (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade)<sup>7</sup>, um caminho rico por onde construir nosso problema de pesquisa e desenhar o caminho de sua

---

<sup>7</sup> Os trabalhos desenvolvidos pelo GRIS podem ser acessados pelo <http://www.fafich.ufmg.br/gris>

apreensão (método). De forma sucinta, podemos dizer que o pragmatismo resulta nas seguintes posturas em sua relação com a empiria:

- buscar nos problemas do mundo (na dimensão empírica) o seu estímulo de reflexão e ponto de partida em oposição a uma postura de construir um problema teórico e ir confirmá-lo no terreno do empírico);
- tomar os objetos (produtos, situações, acontecimentos) no quadro das ações e relações humanas, em seu contexto mais amplo, em vez de estudar os objetos em si mesmos (dimensão imanente);
- atentar para o encadeamento e desdobramento das ações, entendendo o mundo, a realidade em permanente movimento. Se o recorte de pesquisa necessariamente deve extrair e “congelar” um momento, nosso olhar não pode se congelar também, mas deve buscar naquele momento os traços que o conectam para diante, as possibilidades que ele inscreve.

## **O PROBLEMA E A METODOLOGIA**

Retomando a concepção relacional de comunicação apresentada no segundo item, lembro que tomamos a comunicação como *um processo de globalidade, em que sujeitos interlocutores, inseridos em uma dada situação, e através da linguagem, produzem e estabelecem sentidos, conformando uma relação e posicionando-se dentro dela.*

O foco desta concepção são as relações cruzadas (dos sujeitos entre si, com a linguagem, com os dispositivos, com o contexto) e a ideia de globalidade. A comunicação é um processo global, em que cada elemento não pode ser tratado separadamente, mas existe em relação com os demais, numa relação de mútua afetação. Por isto, trata-se sempre de um fenômeno em movimento.

A construção de um problema de pesquisa que parte desta concepção, e se apoia em uma perspectiva pragmatista, vai estar sempre atenta à posição que os sujeitos ocupam dentro da interação; à maneira como utilizam a linguagem e como a linguagem os posiciona um frente

ao outro e frente ao mundo; aos sentidos com que as coisas do mundo são revestidas; à conformação dessa ação comunicativa no bojo de um contexto maior; ao desdobramento do processo em fases sucessivas.

Porém, este é apenas o ponto de partida; é a partir daí (dessa “armação”) que vamos problematizar uma questão específica em torno de uma dada empiria. Cada problematização, naturalmente, e conforme a natureza do objeto e seu contexto, vai exigir e convocar um corpo de conceitos e teorias próprio que ajudem a fundamentar o olhar em busca das respostas. Por exemplo, se nosso problema se dirige à campanha política de um candidato, à trajetória de uma celebridade ou ao tipo de humor produzido por um programa televisivo, cada um deles, e em função das questões levantadas, vai se apoiar em teorias distintas convocadas pelo problema; ideologia, midiaticização, performance, acontecimento, teorias sobre o humor e o riso, gêneros televisivos são campos teóricos distintos que serão adequados para alguns problemas e não a outros.

É com o problema pronto, com nossas questões formuladas, que partimos então para a construção de nosso caminho metodológico – como proceder para responder às perguntas feitas, como indagar o objeto empírico (buscar dados junto à realidade), e depois como ajuntar e analisar esses dados.

Como reafirmei várias vezes, se a metodologia se constrói em função do problema, seria um contrassenso pretender esboçar aqui um roteiro, básico que seja, de como traçar o desenho metodológico. Só realço alguns aspectos aos quais o pesquisador deve estar atento:

- alguns dos conceitos usados na problematização vão se transformar em “conceitos operadores”; serem operacionalizados na forma de questões específicas que podem ser respondidas concretamente (por exemplo: quais são os indicadores que me dirão da ideologia contida na proposta do candidato; o que entendo e como se traduz, na prática, o conceito de performance);
- para saber onde buscar seus dados, o pesquisador deve observar aonde seu problema está perguntando – se suas perguntas se dirigem e encontram respostas no material discursivo, na figura do emissor, no lugar da recepção, etc;

- é possível combinar várias técnicas de coleta (entrevista, clipping de material midiático), bem como dados provenientes de fontes diversas (dos interlocutores, da mídia);
- é possível também combinar várias técnicas de análise (análise de conteúdo + análise do discurso);
- tratar de contextualização significa traçar um panorama sócio-histórico do quadro onde se insere o objeto. Essa contextualização, via de regra, pode ser buscada através da pesquisa bibliográfica (ao analisar o protagonismo da “nova classe C” na telenovela Avenida Brasil<sup>8</sup>, o pesquisador da comunicação vai se valer da reflexão produzida por sociólogos e cientistas políticos que estiveram buscando discutir e delinear a reacomodação do espectro das classes sociais no Brasil dos últimos dez anos);
- ainda que o processo analítico implique análises parciais (comportamento do emissor, gênero do programa midiático), a concepção de globalidade do processo traz a exigência de uma articulação final das análises, de forma a mostrar não apenas sua articulação, mas o dinamismo do processo.

Não posso ir mais além do que isto neste espaço, e finalizo chamando a atenção para o aspecto central com o qual iniciei este texto: metodologia não é senão um bom planejamento de como responder perguntas claras, objetivas, pertinentes. Um bom problema conduz sua metodologia.

## REFERÊNCIAS

CANCLINI, Néstor G. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CORREIA, J. C. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

DEWEY, John. **L'art comme expérience**. Pau: Farrago, 2005.

---

<sup>8</sup> Telenovela veiculada e produzida pela Rede Globo de Televisão no ano de 2012.

FRANÇA, Vera V. O objeto da comunicação, a comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.C.; FRANÇA, V. V. **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

FRANÇA, Vera V. Quéré: dos modelos de comunicação. **Revista Fronteiras**. São Leopoldo, v. 5, n. 2, 2003.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

JACQUES, Francis. **Différence et subjectivité**. Paris: Aubier Montaigne, 1982.

MEAD, George Herbert. **L' esprit, le soi et la société**. Paris: PUF, 2006.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

\_\_\_\_\_. **Introdução ao pensamento complexo**. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

POGREBINSCHI, Thamy. **Pragmatismo: teoria social e política**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2005.

QUÉRÉ, Louis. D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique. **Réseaux**, Paris, n. 46/47, mar-abr 1991.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

\_\_\_\_\_. **Renovar a Teoria Crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007.

\_\_\_\_\_. **Um discurso sobre as ciências**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2009.