



Pesquisa em Comunicação: olhares e abordagens





Eugenia Mariano da Rocha Barichello
Anelise Rublescki
(orgs)

Pesquisa em Comunicação: olhares e abordagens

Facos – UFSM
Santa Maria – RS
2014





Organizadoras: *Eugenia Mariano da Rocha Barichello*
Anelise Rublescki

Título: *Pesquisas em Comunicação: olhares e abordagens*

Capa: *J.Gilson Brasil*

Projeto Gráfico e diagramação: *J.Gilson Brasil*

Revisão geral: *Anelise Rublescki*

Impressão: *Grafica Pallotti - Santa Maria - RS*

Copyright EACOS – UFSM 2014-06-24 Todos os direitos reservados protegidos pela lei 9.610/98.

É proibida a reprodução total ou parcial sem autorização por escrito da editora.



P472 Pesquisa em comunicação: olhares e abordagens /
Eugenia Mariano da Rocha Barichello, Anelise
Rublescki (orgs) – Santa Maria : Facos – UFSM,
2014.
232 p.
ISBN: 978-85-66301-28-1

1. Pesquisa Científica 2. Comunicação I. Barichello,
Eugenia Mariano da Rocha II. Rublescki, Anelise

CDU 316.77

Ficha catalográfica elaborada por Eunice de Olivera CRB – 10/1491





Sumário

Apresentação

Eugenia Mariano da Rocha Barichello

Anelise Rublescki09

Dimensiones sociales de la Comunicación; dimensiones comunicacionales de lo social: líneas y problemáticas de investigación

Eduardo A. Vizer

Helenice Carvalho13

A Semiótica como prática de pesquisa

Alexandre Rocha da Silva

João Fabricio Flores da Cunha.....47

Produção midiática: o *ir e vir* entre teoria, metodologia e análise

Elizabeth Bastos Duarte

Maria Lília Dias de Castro.....67

A análise de conteúdo nas pesquisas brasileiras em comunicação: aplicações e derivações do método

Mirian Quadros

Gabriela Assmann

Debora Cristina Lopez.....89



**Subjetividades, estranhamentos e
situacionalidades: contribuições da antropologia
para a pesquisa em jornalismo**

Juliana Loureiro de Oliveira

Virginia Pradelina da Silveira Fonseca.....109

**Netnografia e análise de redes sociais: métodos
para investigação de inclusão social via socialização
online de pessoas com necessidades especiais**

Sandra Portella Montardo.....133

**Aproximações a uma abordagem
teórico-metodológica a partir do newsmaking**

Debora Cristina Lopez

Marizandra Rutilli.....159

**Socioanálise comunicacional como dispositivo
de análise, diagnóstico e intervenção**

Eduardo A. Vizer

Helenice Carvalho.....187

**Sobre a possibilidade de ensinar o labor científico
da investigação: indagações acerca da prática
metodológica acadêmica**

Ada Cristina Machado Silveira

Eugenia Mariano da Rocha Barichello.....207

Apresentação

Se é o objeto que demanda o percurso metodológico em qualquer pesquisa, também é verdadeiro que sempre há múltiplos caminhos e olhares possíveis de acordo com a formação teórica e epistemológica dos autores. O livro *Pesquisas em Comunicação: olhares e abordagens* reúne nove capítulos de importantes pesquisadores que contribuem, a partir de sua experiência de pesquisa e com questionamentos inovadores, para ampliar a discussão metodológica na Comunicação.

No primeiro capítulo, *Dimensiones sociales de la comunicación; dimensiones comunicacionales de lo social: Líneas y problemáticas de investigación*, Eduardo Vizer e Helenice Carvalho apresentam possíveis linhas de investigação para as relações entre as práticas de comunicação e os processos sociais, dentro das quais ambos se constituem mutuamente. A argumentação dos autores engloba duas macro hipóteses: (1) a construção da teoria e a pesquisa sobre processos comunicacionais se enriquece e consolida a partir de proposições efetivas sobre processos sociais e (2) é possível construir certas categorias de análise que podem ser comuns e aplicáveis tanto a processos sociais como a processos especificamente comunicacionais, discursivos e midiáticos.

A semiótica como prática de pesquisa, de Alexandre Rocha

da Silva e João Fabricio Flores da Cunha, retoma os princípios do Pragmaticismo – falibilismo, antifundacionismo, consequencialismo e medialidade – para descrever como a semiótica peirceana concebe o problema metodológico no campo da comunicação e como ela se inscreve em uma concepção bem específica de ciência, que consiste em superar as crenças do presente em direção à construção de hábitos geradores de uma maior razoabilidade do mundo. São apresentadas duas estratégias metodológicas: (1) uma mais ampla, responsável por descrever logicamente as possibilidades de existência de quaisquer signos, as diferentes formas de raciocínio (abdução, dedução e indução) e de ajuizar criticamente os métodos científicos empregados; e (2) outra mais específica a sugerir passos para uma pesquisa semiótica da comunicação, quais sejam: deixar-se afetar pelo que aparece (fâneron), investigar as possibilidades que um dado meio tem de representar algo e verificar que efeitos este fenômeno que afetou uma dada mente (não necessariamente humana) foi capaz de produzir como hábito.

No terceiro capítulo *Produção midiática: o ir e vir entre teoria, metodologia e análise*, Elizabeth Bastos Duarte e Maria Lília Dias de Castro salientam que os produtos midiáticos não podem ser analisados independentemente do processo comunicativo/enunciativo que os *em-forma*, o que obriga a um permanente ir e vir entre teoria, metodologia e prática analítica, passando pela revisão, ampliação e adequação de conceitos que assumem um caráter instrumental em relação à análise e interpretação dos produtos midiáticos. A partir

das proposições maiores de dois grandes teóricos da semiótica europeia – Algirdas Julian Greimas e Mikhail Bakhtin, as autoras trazem contribuições de diversos semioticistas, detalham o percurso trilhado na definição de uma metodologia direcionada à análise da produção midiática, bem como apontam as adequações necessárias em função dos objetivos de cada investigação, do tipo de texto privilegiado e da mídia que o veicula.

Sandra Portella Montardo, em *Netnografia e Análise de Redes Sociais: métodos para investigação de Inclusão Social via socialização online de Pessoas com Necessidades Especiais*, compartilha a metodologia utilizada no Projeto que intitula o artigo, realizado no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social, da Feevale, em parceria do Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A autora explicita aspectos referentes aos usos da netnografia e da Análise de Redes Sociais (ARS), tecendo ricas relações entre ambos dentro da temática abordada.

Em *A análise de conteúdo nas pesquisas brasileiras em comunicação: aplicações e derivações do método*, Mirian Quadros, Gabriela Assmann e Debora Cristina Lopez aprofundam a os debates sobre a aplicação da Análise de Conteúdo em pesquisas contemporâneas da área de comunicação, apontando os principais usos, as referências teóricas mais frequentes e as derivações do método, a fim de contemplar as peculiaridades dos objetos midiáticos estudados. Como fio condutor da reflexão utilizam um levantamento de dados



realizado junto aos sites dos 41 programas de pós-graduação brasileiros filiados à Compós, considerando a aplicação da Análise de Conteúdo em 57 teses e dissertações defendidas no ano de 2012. Entre as considerações, salientam as autoras um amplo uso da Análise de Conteúdo de forma combinada com outros métodos, bem como as adaptações do método de forma a atender os mais diversos objetos e objetivos da pesquisa.

Juliana Loureiro de Oliveira e Virginia Pradelina da Silveira Fonseca salientam que as relações entre o campo de estudos da comunicação e a antropologia vêm sendo apontadas já há algum tempo tanto por pesquisadores da comunicação quanto por antropólogos. Em *Subjetividades, estranhamentos e situacionalidades: contribuições da antropologia para a pesquisa em jornalismo* as autoras realizam uma aproximação entre reflexões típicas da antropologia com o campo de pesquisa em jornalismo, e buscam discutir alguns possíveis caminhos para tornar as pesquisas realizadas no âmbito da comunicação, especialmente aquelas que utilizam as técnicas de observação participante e entrevista, mais atentas e sensíveis a três questões particularmente caras à antropologia contemporaneamente.

Aproximações a uma abordagem teórico-metodológica a partir do newsmaking, de autoria de Debora Cristina Lopez e Marizandra Rutilli, discute a delimitação e a sistematização de métodos e ferramentas que permitam compreender o *newsmaking*, seu processo e seus usos aplicados ao jornalismo em si e à pesquisa. Estruturado sobre dois eixos centrais - o



jornalismo como forma de conhecimento e a perspectiva teórica do *newsmaking*, o capítulo busca alinhar os pontos de convergência entre eles, promovendo um debate sobre as aproximações teórico-metodológicas entre estes dois olhares.

Eduardo Vizer e Helenice Carvalho nos brindam com outro capítulo abordando a *Socioanálise comunicacional como dispositivo de análise, diagnóstico e intervenção*. Apresentam uma proposta que pretende investigar o funcionamento integral de qualquer organização a partir de suas práticas e dispositivos materiais, técnicos, sociais, culturais e discursivos. Apresentam um dispositivo teórico-metodológico desenvolvido para análise e diagnóstico sociocomunicacional de comunidades e organizações com um Guia de Observação de coletivos sociais. São aplicadas estratégias participativas de informação/comunicação e diagnóstico de grupos, instituições e comunidades. O Dispositivo oferece categorias e dimensões de observação de práticas sociais e processos de comunicação, aplicando uma metodologia empírica para pesquisar os modos de apropriação e cultivo do entorno em seus múltiplos contextos, permitindo a realização de diagnósticos de problemas e o desenho de programas de ação e intervenção (promoção e desenvolvimento, saúde, trabalho, educação, entre outros).

Fechando a obra, Ada Cristina Machado Silveira e Eugenia Mariano da Rocha Barichello discutem “*Sobre a possibilidade de ensinar o labor científico da investigação: Indagações acerca da prática metodológica acadêmica*”, apresentando teoria e método da pesquisa em Comunicação para graduação,



mestrado e doutorado, bem como proposições disciplinares para a inserção na graduação, para o período pré-TCC, para o mestrado e para a pré-qualificação de doutorado.

Aproveitamos a oportunidade para agradecer publicamente à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio financeiro que viabilizou a edição deste livro.

Boa leitura!

Eugenia Mariano da Rocha Barichello¹

Anelise Rublescki²

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, bolsista em Produtividade do CNPq. E-mail: eugeniarianodarocha@gmail.com.

² Jornalista, mestre em Comunicação e Ciência da Informação (UFRJ/convênio CNPq/IBICT), doutora em Informação e Comunicação (UFRGS) e pós-doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Bolsista Capes-Fapergs. E-mail: anelise_sr@hotmail.com.

Dimensiones sociales de la Comunicación; dimensiones comunicacionales de lo social: líneas y problemáticas de investigación

*Eduardo A. Vizer*¹

*Helenice Carvalho*²

“Não existe ciência do discurso considerado em si mesmo e por si mesmo; as propriedades formais das obras desvelam seu sentido somente quando referidas às condições sociais de sua produção—ou seja, às posições ocupadas por seus autores no campo de produção— e, por outro lado, ao mercado para o qual foram produzidas (que não é outra coisa senão o próprio

¹ Dr. en Sociología. Prof. Consulto e Inv. Tit. Inst. Gino Germani Universidad de Buenos Aires. Prof. Colaborador FACOS/UFSM (Brazil). Coordinador Área de Teoría del Conocimiento, Maestría en Estudios Sociales y Culturales, Universidad de La Pampa. Ex.Fulbright Fellow, Visiting Professor, Comm. Depart. Univ.of Massachussets (UMASS-USA). Mc Gill, Montréal, Toronto, Internat. Council Canadian Studies (ICCS), Human Res. Develop. Canada (HRDC), Canada Fulbright Prog. Prof. Visitante UNISINOS y UFRGS, CNPq. y CAPES. 1er. Director fundador Carrera de Ciencias de la Comunicación UBA. 10 libros public. Postdoc. y Conferencista en Alemania, Canada, EEUU, Portugal, Brasil y Argentina. e-mail: <eavizer@gmail.com>

² Professora Adjunta no Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS). Coordenadora do Grupo de Pesquisa Inteligência Organizacional / CNPq. Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Ms. Em Administração, ênfase Produção e Sistemas, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA-UFRGS), Dra. em Ciências da Comunicação, ênfase Processos Midiáticos, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (PPGCC-UNISINOS). e-mail: <helecarvalho@gmail.com>

campo de produção) e, eventualmente, aos mercados sucessivos de recepção de tais obras” (BOURDIEU, 1996, p. 129).

“Inspeccionada em todos os seus detalhes de funcionamento, a relação social que o aparelho de comunicação coloca em jogo – emissão, recepção, escrita, leitura, fala, escuta – se limita a fornecer bem poucos esclarecimentos a respeito da sua razão social: eis por que, diferentemente da maioria das relações sociais, ela só existe se inserindo em outras relações!” (LA HAYE, Y., 1984, pp. 41/42).

Este trabajo tiene como objetivo central presentar posibles líneas de investigación sobre las relaciones entre las prácticas de comunicación y los procesos sociales, dentro de los cuales ambos se constituyen mutuamente. Se parte de dos hipótesis generales: a) la construcción de teoría y la investigación sobre procesos comunicacionales se enriquece y consolida, cuanto más se hallen asociados a proposiciones efectivas sobre procesos sociales. b) La segunda hipótesis general –en estrecha relación con la primera hipótesis- sostiene que es posible construir ciertas categorías de análisis que pueden ser comunes y aplicables tanto a procesos sociales como a procesos específicamente comunicacionales, discursivos y mediáticos.

Comunicación: ¿construcción de los “mundos de la vida”?

De acuerdo a la primera hipótesis, el campo de la comunicación se desarrollará más sólidamente cuanto más se lo asocie a problemáticas de la acción social y la formación de sentido. Se asume así como propia la propuesta de Braga (2004)

sobre la fecundidad de investigar problemas que surgen en las interfases con problemas planteados por otros campos disciplinarios o por el propio campo comunicacional en relación a otros. Si esto es así —y es lo que pretendo demostrar—, se confirma la primera hipótesis sobre la necesidad de desarrollar estrategias y categorías teóricas y metodológicas de análisis que asocien estrechamente la investigación de procesos sociales conjuntamente con los comunicacionales.

Me propongo presentar el aporte que brindan ciertas proposiciones sobre los procesos fundantes de la “construcción social de la realidad” a través de los cuales los seres humanos fenomenológicamente perciben, categorizan, organizan y adjudican sentido y valor a sus percepciones, sus acciones y experiencias en la vida social. Desde la aparición en 1957 del famoso libro de Berger y Lukmann sosteniendo la hipótesis sobre la comunicación como construcción de la vida social, se tiende a aceptar y repetir esta proposición prácticamente como un cuasi dogma indiscutido. Pero no se ha hecho lo suficiente como para desarrollarla en investigaciones empíricas que aporten al conocimiento sobre los procesos y dispositivos increíblemente complejos que involucra la construcción social de la realidad. ¿Qué se entiende por construcción? ¿Cómo opera y se define lo social desde una perspectiva “comunicacional”? ¿En ese caso, qué se entiende por comunicación y por “realidad”?

Se hace evidente la necesidad de proponer asociaciones entre procesos de la experiencia tanto individuales como colectivos: formas y modos sociales, culturales e individuales de co-construir un mundo compartido de experiencias; de ver,



oír, interactuar y comprender como construimos –consciente e inconscientemente– nuestros contextos sociales y nuestros “mundos de la vida”.

Presento aquí algunas categorías de análisis sobre lo que podemos denominar construcción (y clasificación sociocultural) de diferentes “topologías” del mundo de la experiencia social. Propongo mostrar que existen ciertas categorías que la modernidad occidental ha impuesto (¿cultural o ideológicamente?) como universales. Estas categorías aseguran los criterios para la construcción y organización de sentido – ¿sentido común?–, y valores adecuados sobre los modos en que debemos percibir y entender las experiencias del “mundo real”. Veladamente, detrás de la ideología realista y positivista de las evidencias, se esconde una exigencia (¿fundamentalista?) que afirma que el paradigma occidental y capitalista es el único válido para determinar cómo debería ser el mundo. Si se acepta que el campo de la comunicación se ocupa fundamentalmente de los procesos de construcción de sentido, podemos sostener que la comunicación estudia los procesos a través de los cuales –en este momento histórico– los individuos, las comunidades y las culturas construyen y adjudican sentidos y valores a sus mundos de la experiencia, ya sea personal o colectiva. Tanto hacia el mundo físico y a la naturaleza, como en las relaciones sociales, en los vínculos primarios, hacia los símbolos y las formas de la cultura, en la relación del sujeto con el mundo personal del sí mismo, o en la religión como proyección de trascendencia y búsqueda de la última fuente de adjudicación de sentido y valor a la vida.

Si se acepta que existen ciertas categorías de formación de sentido que se han generalizado y son compartidas por diferentes sociedades, esas categorías nos darían una fundamentación fuerte para desarrollar estudios de la comunicación que asocien procesos culturales con el mundo de la experiencia, del lenguaje, y de los medios de comunicación con los procesos de praxis social y por ende de construcción social de la realidad.

Intento mostrar que ciertas categorías de adjudicación de sentido a la(s) realidad(es) y los contextos sociales compartidos permiten analizar tanto el lenguaje como situaciones de la vida cotidiana, a los medios audiovisuales y las artes basadas en la imagen (como la pintura figurativa y la fotografía). Si la hipótesis general sostenida en un comienzo es exacta (o sea que la investigación sobre los procesos de comunicación deben hallarse íntimamente relacionados con la investigación sobre procesos sociales) las proposiciones y las categorías de análisis deberían – al menos en teoría– ser válidas para profundizar tanto los estudios sociales como los de la comunicación. Asimismo se deberá explorar hasta que punto en el propio lenguaje –así como en otros sistemas simbólicos– se manifiestan también las categorías básicas de la experiencia que presentaré en este trabajo. Algunos términos y procesos lingüísticos asegurarían la formación operativa de dispositivos simbólicos que permitirían a los individuos realizar transformaciones e intercambios lingüísticos que aseguran la creación de reglas compartidas entre los agentes sociales para la “co-construcción de la realidad” por medio de la comunicación, así como la construcción de significación y sentido

(por ej., las funciones descriptiva y preformativa del lenguaje).

Se propone abordar el análisis de la comunicación en tanto procesos de construcción de sentido. Parto de la hipótesis de que es estratégico estudiar las relaciones de sentido que se construyen como formas de apropiación simbólica del mundo (como un “cultivo estratégico” de la realidad social). Los procesos de información y de comunicación se conciben como dispositivos culturales (cualquier clase de lenguajes, imágenes, símbolos y hasta normas de acción social) a los cuales los seres humanos recurren como recursos para construir contextos y relaciones previsibles y estables de experiencia en los diversos dominios instituidos –e instituyentes– de la realidad, que les permitan reproducir permanentemente sus mundos de la vida. Dominios de realidad que los agentes sociales vivencian experiencialmente como una auténtica ecología. Una ecología –o bien topología– material del mundo físico en relación con el propio cuerpo (nuestra experiencia de la percepción del mundo que nos rodea es holística); ecología social (sentido de pertenencia e identificación con colectivos sociales: pueblo, clase, patria, etnia, o aun “multitud”); ecología “afectiva” de familia, amigos, grupos, religión y “hermanos en la fe”, etc.; ecología simbólica de las formas culturales (arquitectura, expresiones artísticas y culturales, lenguajes y códigos, etc.). Por último, se debe tomar en consideración el crecimiento exponencial e invasivo de las aplicaciones ecológicas de la cultura tecnológica a todos los órdenes de la vida humana. Esto incluye las dimensiones arriba mencionadas: la tecnología del control de la energía y el hábitat en el mundo físico; la biotecnología y sus usos y transformaciones

en los organismos vivos (incluyendo al hombre); las tecnologías de la información y el surgimiento de las ecologías informacionales, las multimediales y las artificiales (desde Internet, la telepresencia, hasta las casas inteligentes o las naves espaciales).

Los recursos y dispositivos culturales (como la lengua y las imágenes) pueden ser considerados en tanto “recursos informacionales”. Y los procesos de comunicación como la “puesta en acción” de esos recursos por parte de los agentes sociales. Esa puesta en acción puede ser considerada como la fuente de las experiencias de vida del ser humano. Considero a la comunicación como la manifestación “simbólica y cargada de sentido”, a través de la cual la sociedad construye culturalmente su ecología social. Un “cultivo” ambiental, un *entorno* que las propias comunidades y los individuos pueden generar (cultivar, en forma consciente o inconsciente) a través de diferentes formas de aprendizaje y de trabajo, produciendo los recursos necesarios para la reproducción del colectivo social mediante la puesta en acción de dispositivos culturales de adaptación al medio físico, económico, político y cultural. Este proceso implica a la vez un *trabajo* de estructuración sobre el espacio y el tiempo: un trabajo físico y también social, y –especialmente en la economía de la información- formas de trabajo cultural-simbólico e imaginario. Las sociedades regeneran sus recursos productivos construyendo dispositivos y prácticas organizadas. Éstas se instituyen como estructuras de un sistema a fin de ocupar, desarrollar y distribuir “racionalmente” los múltiples espacios y tiempos que les aseguren la organización y el acceso a los recursos para su supervivencia:

práticas instrumentales; normas, valores y rutinas formales e informales; estilos de vinculación y asociación social; organización espacial y temporal de sus “ambientes”; dimensiones culturales, simbólicas e imaginarias.

En este sentido, es interesante observar que los procesos de globalización implican la expansión agresiva y el acceso económico forzado (aun por medios militares) de cualquier recurso considerado estratégico por los agentes económicos y/o políticos (recursos naturales, humanos o culturales, sin consideración de límites y hacia todo el espacio geográfico y poblacional mundial).

“Work in progress”: un programa tentativo

“Las ciencias, después de todo, son nuestra propia creación, incluidos todos los severos standards que parecen imponernos”.

P. FEYERABEND

Nuestros problemas teóricos y metodológicos fundamentales se orientan hacia una perspectiva de abordaje y a la construcción de proposiciones de naturaleza eminentemente socioantropológica de los procesos comunicacionales. Una perspectiva ecológica social que implica asumir una visión integral y no reduccionista de los colectivos sociales. A su vez, se amplía el campo de investigación de los procesos comunicacionales, hacia las interfases y los problemas de la reproducción de los dispositivos que refuerzan y reconstruyen permanentemente las relaciones sociales.

Estamos replicando un marco conceptual de análisis que promueve la construcción y refinamiento de teoría y práctica sobre diferentes dimensiones o categorías asociadas a los procesos de formación y de transformación de los colectivos sociales: en las relaciones formales e informales; en los vínculos primarios (“las redes de contención” de los individuos); las actividades productivas (trabajo); la construcción y distribución de los espacios y los tiempos; los procesos de mediación tecnológica; y finalmente los procesos simbólicos y culturales que los acompañan.

a) Hemos refinado técnicas y metodologías innovadoras provenientes de diversas orientaciones epistemológicas y orígenes disciplinarios (psicosocial, comunicacional, antropológico, etc.) a fin de desarrollar programas de investigación sobre procesos sociales y especificidades de los procesos de comunicación que se hallan intrínsecamente asociados a ellos.

b) Sometimos a prueba hipótesis y proposiciones sobre relaciones entre diferentes dimensiones socioculturales. Estas hipótesis se expresan como proposiciones sobre dimensiones comunes a toda organización social. Estas dimensiones –o categorías– se definen como variables teóricas pasibles de ser operacionalizadas en investigaciones empíricas sobre las prácticas sociales y culturales.

c) Hemos sistematizado las categorías en un Dispositivo de análisis diagnóstico que hemos denominado de Socioanálisis. Las aplicaciones del Dispositivo a diversas organizaciones, nos ha permitido analizar procesos sociocomunicacionales, diagnosticar problemas y proponer alternativas de acción e

intervención social sobre las mismas.

d) Los resultados sumamente positivos conseguidos en el trabajo sobre procesos comunicacionales en comunidades, permiten esperar lo mismo de las aplicaciones a realizar sobre el análisis de procesos discursivos, sobre los medios audiovisuales y en las tecnologías de información y comunicación como Internet.

Dimensiones o categorías de análisis: creencias, metáforas y construcciones discursivas

En relación a los procesos de comunicación, en principio se pueden considerar tres “dimensiones” constitutivas y diferenciadas: referencial, inter-referencial y autorreferencial (Vizer, 1983, tesis doctoral). La primera como dispositivo de construcción discursiva de “realidades objetales”; la segunda como construcción de relaciones entre actores sociales que se “referencian” mutuamente. Finalmente, la tercera como proceso de presentación del sí mismo en sociedad, y como marcas del “yo” en tanto sujeto y actor social en el lenguaje.

Respecto de las seis categorías específicamente “sociales” (las que aplicamos en la investigación y la intervención en organizaciones y comunidades, abordadas como unidades de análisis holísticas y estructuradas), éstas se pueden considerar como variables teóricas, operacionalizadas con indicadores que se describen e interpretan en un “Dispositivo de análisis” (que denominé Socioanálisis). Y se aplican asimismo a los procesos comunicacionales y discursivos que los acompañan y conforman

de manera indisoluble. La hipótesis fuerte establece que las 6 dimensiones sociocomunicacionales estructuran los procesos de formación de sentido, tanto a nivel del discurso y la lengua, como en los procesos mediáticos. La combinación de las categorías —o dimensiones básicas— organizan diferentes órdenes metafóricos de lo real, lo simbólico y lo imaginario en la vida social y en la formación de los “universos de sentido” de la sociedad y la cultura (creencias y mitos sobre la naturaleza, la sociedad, el sujeto, la cultura, y la técnica). La función del imaginario precisamente consiste en “llenar los espacios y los tiempos de lo real y lo simbólico que aún se hallan vacíos de sentido”.

Las seis dimensiones o categorías para el análisis de los colectivos sociales dan cuenta de la construcción topológica de los mundos de vida: la *techné* de los saberes y las prácticas instrumentales; el Poder instituido (aparatos de Estado); las acciones instituyentes (acciones y movimientos de resistencia); la apropiación de los espacios y los tiempos sociales; el mundo de los vínculos y las prácticas de contención social; y finalmente (“*last but not least*”), la cultura y las formas simbólicas.

Categorías de análisis socioorganizacional. Aportes a la construcción y delimitación de problemas de investigación al análisis del discurso, de los medios audiovisuales y las TIC

1) Un eje de las prácticas y las acciones instrumentales, entendidas como técnicas asociadas a la producción y la transformación —ecológica— de los recursos necesarios para el

funcionamiento de un sistema, una comunidad u organización social para el logro de sus objetivos. Se consideran las condiciones de vida y relaciones con el medio, los recursos y la posesión y el acceso a medios de producción, de circulación y de consumo. Obviamente, la producción, los procesos económicos y el trabajo y la tecnología pasan a un primer plano de análisis.

a) Aplicación al análisis del discurso: se pueden analizar las ‘reglas’ (sintácticas, semánticas, fonológicas) de construcción del discurso en tanto lenguaje, separadamente de las normas operativas del discurso en las prácticas de comunicación de la vida cotidiana.

b) Aplicación al análisis de medios audiovisuales. Estudios sobre los medios de información y comunicación. Se deben separar tres instancias. 1) las prácticas, los dispositivos operativos y los recursos específicos de producción de cada medio (cine, televisión, etc.). 2) Los dispositivos de enunciación de los mensajes en cada medio y sus soportes físicos. 3) Las condiciones específicas y materiales de la recepción.

c) “Nuevas” tecnologías de información y comunicación (TIC, Internet). Estudios sobre “conectividad” social. Estructuración informacional de las tecnologías en los procesos institucionales en la Sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento. Modificaciones sociales y cognitivas de las aplicaciones y usos de las TIC.

2) Un eje de organización política, o dimensión formal, asociada a las estructuras y el ejercicio del poder instituido, de la toma de decisiones, el control de los recursos, las jerarquías y la autoridad –tanto internas como externas a una organización–.

Corresponde a aspectos paradigmáticos de organización y legitimación de un “sistema” –una ecología de orden político–, una estructura de dominio social, que puede ser tanto local, como regional o bien nacional (por ej., la existencia y vigencia de legislación específica). Cabría pensar en proposiciones e hipótesis en términos de un eje de análisis “vertical” sobre estructuras y prácticas institucionalizadas de igualdad-desi-gualdad; concepciones y prácticas democráticas versus autoritarias (por ej., la relación clásica entre Estado y sociedad, e instituciones como el Derecho, la división de los poderes, los mecanismos y organismos de control y procesos de legitimación, etc.).

a) Análisis del discurso: discurso “oficial” formalizado. Instituciones del Estado y “corporaciones de la lengua” (discurso académico, legal, científico, etc.). Lenguaje “instituido” y uso performativo del lenguaje como refuerzo del control institucional.

b) Análisis de medios: Poder, transformaciones y “efectos” de los medios. 1) Instancia de la producción y la programación: normas y exigencias “políticas” del medio; censura. Propaganda y publicidad. 2) Instancia “ideológica” del producto mediático: representaciones sociales, análisis de contenido e ideológico. 3) Instancia de la recepción: modalidades restringidas de la recepción. Actitudes y consumos “conservadores”.

c) TIC: estudios sobre relaciones entre el poder y TIC.

3) Un eje normativo-valorativo instituyente, asociado estrechamente a las prácticas cotidianas y sus procesos comunicativos y simbólicos. Corresponde al mundo de las prácticas sociales (instituyentes), pero –a diferencia del punto anterior– se asocia fundamentalmente a una visión más informal,

espontânea y particular de ejercicio de la ciudadanía y del derecho (público y privado). Se centra el análisis y la interpretación en un sentido más “horizontal” de las relaciones sociales, en términos de igualdad, y de derechos a la diferencia: entre individuos, grupos y sectores sociales, en las diferencias de género, y culturales. Se diferencia con el eje anterior, al “oponerse” en forma radical a las prácticas cotidianas de las relaciones verticales de desigualdad estructural (explícita en el punto anterior, asociado a la posesión y acceso a recursos y capital: económico, político, de poder de decisión, etc.). Esta categoría de análisis es especialmente fructífera en el trabajo sobre movimientos sociales, de derechos humanos, de minorías, de género, etc. En esta línea se adscriben las concepciones alternativas sobre democracia directa y las relaciones Estado-sociedad civil. Se inscribe en la crítica a las concepciones sobre un poder hegemónico: ya sea del Estado, de una clase, un partido, o los agentes económicos por sobre la sociedad (se puede tomar en consideración los trabajos de Holloway y las concepciones alternativas del zapatismo y de las formas de ejercicio de las cosa pública en las sociedades precapitalistas, así como las críticas a la concepción clásica del poder hegemónico y el rol del Estado por sobre la sociedad).

a) Análisis del discurso: función expresiva y performativa-creativa del lenguaje. Usos y estilos sociales y populares del lenguaje. El lenguaje como instituyente social, simbólico e imaginario. Discurso y democracia. Derecho a la Información y a la Comunicación.

b) Análisis de medios: 1) Instancia de la producción: libertad de creación y expresión en los medios y las artes; uso de medios alternativos, comunicación comunitaria y popular, etc. 2) Instancia del producto mediático: análisis de contenido e ideológico. 3) Instancia de la recepción: formas y modalidades de la recepción. Actitudes y consumos activos “liberadores”: recepción “crítica”; resignificación y reapropiación social y cultural de la cultura masiva; relaciones entre la anterior y las culturas populares.

c) Análisis de las TIC: Estudios sobre las condiciones de acceso y usos sociales de las TIC: democratización, participación y organización política, movimientos sociales y acciones colectivas.

4) La dimensión específicamente “ecológica” del espacio y del tiempo. La vida social como “realidad material y simbólica” en el entrecruzamiento –tanto estructural como histórico– de múltiples procesos temporales que “cultivan, reproducen y estructuran” diferentes espacios y territorios sociales, tanto públicos como privados. Paradigmas institucionalizados sobre la distribución y el uso del tiempo y el espacio en los diferentes contextos sociales de la vida cotidiana. Los procesos de apropiación del espacio natural, transformados en espacios y tiempos “humanizados”, y culturizados como conjuntos de elementos y relaciones sociales y simbólicas, (los que son capaces de dar permanentemente cierto “sentido espacial al pasado” y una proyección hacia un futuro, con lo que el presente se manifiesta como una secuencia tanto real como imaginaria, una expresión localizada dentro de un proceso histórico continuo).

La construcción social de los espacios y los tiempos puede a su vez analizarse en tres dimensiones diferentes: físico-material, simbólico-comunicacional, y por último en una dimensión imaginaria. Podemos recurrir a la noción de cultivo como una construcción topológica de espacios regulados por tiempos y actividades específicas, en las dimensiones anteriormente mencionadas (o sea; espacios y tiempos físicos, simbólicos e imaginarios). Podemos poner el ejemplo de los urbanistas, arquitectos, artistas, sociólogos, antropólogos, etc.

a) Análisis del discurso: uso del lenguaje y el discurso para representar, describir o “construir” tiempos y espacios físicos, sociales, imaginarios. Sus usos y particularidades específicas en cada una de las dimensiones descritas: operativas, sociales, vinculares, etc.

b) Análisis de medios: construcción de tiempos y espacios mediáticos. 1) Instancia de la producción: condiciones y recursos materiales y tecnológicos, normas y creatividad en la producción del medio. 2) Instancia del producto mediático: selección y combinación de imágenes y sonidos que denotan o connotan tiempos, espacios y “escenarios” representados. 3) Instancias físicas, sociales e institucionales de la recepción (hogar, escuela, organización, etc.): desde las modalidades espaciales, sociales y temporales en el consumo de la recepción, a las representaciones imaginarias de tiempos y espacios en los procesos de “consumo-recepción” de los programas.

c) Análisis de las TIC. Estudios sobre transformaciones y construcción del espacio y el tiempo en la implantación de las TIC: conectividad, redes telemáticas y sociales, etc.

Hipótesis “ecológica” (de “¿Sociedad de la información o de la comunicación? Entre el condicionamiento y la libertad”, Vizer, Signo y Pensamiento, Univ. Javeriana, Colombia, 2004, p.41): “Tenemos un espléndido ejemplo al comparar las tecnologías y los dispositivos de los medios de comunicación (en realidad medios de información) masivos que marcaron al siglo XX, con las ‘Nuevas’ Tecnologías de Información y Comunicación de finales de siglo. Mientras las primeras tecnologías permitían ‘detener’ o congelar el tiempo, registrar escenas, reproducirlas y difundirlas indefinidamente, construyendo así nuevos ‘espacios mediáticos’, las nuevas TIC permiten invertir la ecuación ‘tiempo-espacio’ instituida por los medios tradicionales. Por medio de las TIC, es el espacio físico el que se elimina, reconfigurado en espacio virtual. La construcción de estos nuevos espacios en la percepción, es un subproducto de los (nuevos) dispositivos tecnológicos que nos permiten ‘apropiarnos’ del tiempo: controlarlo, cortarlo, compartirlo o ‘estirarlo’. Si la lógica interna de la primera revolución mediática operaba por medio de dispositivos que congelaban el tiempo (eternizando a Chaplin o a Marilyn Monroe), la lógica revolucionaria de las TIC realiza la operación inversa: lo ‘eterno’, los espacios y las representaciones sólo fluyen en un tiempo indefinido. El control del tiempo se constituye en la variable independiente de los procesos de apropiación de lo real. Apropiación nunca realizada totalmente, porque el fluir no se detiene. La única ‘apropiación real’ ha devenido en la apropiación virtual”.

5) Una dimensión del sujeto y los vínculos de asociación



interpersonal, un “cultivo afectivo” –intersubjetivo y trans-subjetivo– un “nosotros” donde los seres humanos pueden transformar y proyectar sobre los objetos y otros seres humanos una identificación como objetos del deseo (usando un término psicoanalítico). En el vínculo, el sujeto es sujeto para Otro, y así se reconoce como sujeto para sí. Adquiere valor y sentido en la mirada del Otro, y ese valor y ese sentido pasa a formar parte de su propio ser. Es el ojo del observador el que me transforma en actor, y es la conciencia de la acción la que me construye como observador de un entorno. Es fundamental el análisis tanto de las formas instituidas como de las instituyentes en la generación y mantenimiento de vínculos, de lazos sociales y de parentesco teñidos por el sentimiento, las redes de protección y contención social, etc. Podemos hablar de una construcción social e imaginaria de una identidad y una identificación vivida e individual. Una experiencia subjetiva de “comunidad”, de una apropiación del Otro al mismo tiempo que uno se siente apropiado por un Otro colectivo que lo trasciende (ceremonias, rituales, acciones sociales colectivas, etc.). Es interesante observar la gran similitud que tiene con la experiencia del amor como fusión con el otro.

a) Análisis del discurso: uso del lenguaje y el discurso para representar, describir o construir vínculos y relaciones sociales. Construcciones y expresiones de la identidad. Autoreferencialidad e interreferencialidad en el discurso (referencias al sí mismo y al otro)

b) Análisis de medios: construcción de los personajes y actores mediáticos. 1) Instancia de la producción: los “personajes



de la pantalla” (locutores, presentadores, actores y “estrellas”, etc.). 2) Instancia del producto mediático: trama de los personajes en los relatos y programas del medio (tanto en los informativos como en los programas de ficción, en la publicidad y la propaganda) 3) Instancia de la recepción: representaciones, actitudes e identificaciones de los receptores con los personajes (del medio, de los noticieros o de la ficción).

La teoría del cultivo, de los indicadores culturales y de los “efectos a largo plazo” de G. Gerbner, presentan un abordaje sumamente refinado de la vieja “teoría de los efectos”.

c) Análisis de las TIC: transformaciones en las relaciones y vínculos intersubjetivos. Formación de redes virtuales con finalidades participativas: redes temáticas, grupos de contención, búsquedas afectivas, ciertos servicios personales, etc.

6) Por último, una dimensión cultural, imaginaria y mítica (que puede ser una proyección de trascendencia, como sucede con las manifestaciones religiosas). Las narraciones, las ceremonias y los rituales articulan una identidad social (de modo equivalente al descrito en el punto anterior), con una identificación colectiva, y certifican la coherencia –o al menos cierta congruencia– entre el mundo “objetivo” y las percepciones subjetivas. Originalmente, ésta era la función “reproductiva” que la sociología clásica atribuyó a las ideologías (distorsionando como negativa a la riqueza plural y fructífera de las manifestaciones de la cultura popular). Podemos considerar a la cultura como una ecología simbólica e imaginaria en la que individuos, grupos y colectividades, “habitan” simbólicamente e imaginariamente. Cada una acomodando y asimilando los

“artefactos” de la cultura como recursos para construir sus “nidos” y cultivarlos como una especie de hábitat simbólico: el barrio, el club deportivo, la pertenencia a un pueblo, o una nación, etc.

a) Análisis del discurso: usos del lenguaje para expresar, representar (referenciar), describir o construir “objetos de cultura”. Discursos y lenguajes de construcción, circulación y reproducción cultural. Lenguajes icónicos y representaciones sociales. Creencias, ideologías, simbologías. Desde la visión antropológica de la cultura material a las artes y las ciencias.

b) Análisis de medios: ¿Apocalípticos o integrados ante la cultura? 1) Instancia de la producción: valores, normas, creatividad y fusión de formas y géneros culturales. 2) Instancia del producto mediático: selección y combinación de imágenes, sonidos, tramas y escenarios. (Re) presentaciones culturales. 3) Instancia de la recepción: usos y consumos culturales. Desde las modalidades físicas y sociales de consumo de la recepción, a las representaciones imaginarias de personajes, tiempos y espacios.

c) Análisis de las TIC: transformaciones culturales.

Conclusión

Las ciencias de la comunicación han sido consideradas un ejemplo paradigmático de estudios “inter o trans” disciplinarios, con lo que su(s) objetos de estudio han sufrido – y para algunos autores se han beneficiado– de una indefinición y una ambigüedad epistemológica hasta ahora irremediables: desde la afirmación omnipotente de que “todo es comunicación”, hasta

su descalificación como campo de conocimiento científico. Para superar la impasse y la fragmentación del campo, considero sumamente fructífera la construcción de un marco teórico sociocomunicacional –o bien socioantropológico y comunicacional– que permita compartir categorías y problemáticas de análisis que se articulen entre sí en base a hipótesis sobre la interdependencia entre procesos y prácticas sociales primarias y fundantes como los que se presentan aquí. Se ofrece una estrategia teórica abierta para la construcción de hipótesis generales que sirvan para orientar líneas de investigación genuinamente inter o transdisciplinarias. Esta “modelización” compartida entre los procesos y los objetos de estudio de la comunicación con los procesos sociales, presenta un encuadre paradigmático original que permite articular conocimientos sobre diferentes ámbitos y problemas –hasta ahora separados entre sí por toda clase de barreras disciplinarias, institucionales y culturales– para la investigación en común sobre procesos y experiencias primarias e indisolublemente sociosimbólicas, fundamentales para la constitución de cualquier forma de vida social.

En toda sociedad, cada una de las seis categorías teóricas aquí expuestas (categorías fenomenológicas de la experiencia), integra y representa dimensiones constitutivas de la construcción de la vida social. Se pueden observar, describir y analizar desde una doble perspectiva: como hechos sociales objetivos, o como procesos de la subjetividad en la formación del mundo de la vida (una “doble hermenéutica” de la vida social, a la que se refiere GIDDENS, 1991). Estas categorías se hallan tanto en

las instituciones como en las prácticas sociales, en los discursos y la comunicación humana, y –obviamente– también en la elaboración y en la interpretación que hacen los usuarios de los programas y los contenidos de los medios de comunicación audiovisuales, así como en muchos de los usos sociales de la TIC.

Tanto los procesos sociales como los productos audiovisuales (películas, series televisivas, noticieros, etc.) se instituyen en la vida social como construcciones de sentido que hacen referencia a categorías comunes y compartidas sobre lo que se entiende –a través del sentido común– como mundo humano, mundo de la vida, o como se quiera llamar a las realidades del mundo social. Todos comparten reglas y dispositivos instituidos para poder operar las acciones instrumentales de la técnica (1, o sea la producción y reproducción material de las condiciones de existencia). Todos comparten las diversas presiones de los colectivos y las instituciones sociales y el poder (2, lo social como “colectivo instituido”). Comparten la lucha y el conflicto “instituyente” que busca transformar, modificar o resistir el *statu quo* (3). Todos precisan de la apropiación y el “cultivo” de los espacios y los tiempos –tanto públicos como privados– en los que los agentes construyen material y simbólicamente sus mundos sociales y sus “habitus” (4). Todos reconocen una unidad social constitutiva y fundamental: ya sea en la existencia de los sujetos individuales, o bien el grupo, el clan o la tribu. Todas las sociedades reconocen los vínculos y las subjetividades de los mundos de la vida (5). Por último, es fundamental integrar las diversas dimensiones al

estudio de la influencia y las expresiones de las formas culturales, los imaginarios y los valores sociales como una ecología simbólica y como una fuente de recursos, de los cuales los agentes sociales se valen para construir y cultivar su propio “lugar en el mundo”, sus experiencias y sus mundos de la vida personales, sus creencias y sus identidades (6).

A su vez, los procesos y los agentes sociales se constituyen mediante una doble práctica (la “doble estructuración y la doble hermenéutica” de Giddens). La práctica en tanto acción y en tanto *sentido* de la acción, entendida como comunicación humana y social. Práctica que se expresa comunicacionalmente en las tres dimensiones expuestas: a) como referenciación del mundo de los objetos (de la “realidad exterior”); b) como autoreferenciación de los propios agentes sociales (los modos en que se “construyen y presentan” a sí mismos ante el mundo). Y por último c) las funciones de interreferenciación entre los agentes sociales (generalmente mal llamada interacción social).

Finalmente, en los procesos de recepción, los programas de los medios audiovisuales pueden ser interpretados y resignificados selectivamente por públicos completamente diversos social y culturalmente, precisamente porque obedecen a ciertas experiencias y motivaciones comunes y fundamentales para la constitución del mundo social (los temas del poder, la supervivencia, el amor, el odio y la ambición, los valores y las creencias). A su vez, los propios medios audiovisuales (la televisión en primer lugar) han universalizado espacial y culturalmente en la segunda mitad del siglo XX, un modo particular y hegemónico de entender estas reglas de constitución



de “lo social” en todas las culturas, mediante el desarrollo de dispositivos y técnicas propias y específicas de producción de programas. Esto se percibe claramente por la aceptación y el éxito internacional de algunas producciones televisivas (como telenovelas, películas y series).

Comentarios de M. A. da Mota Rocha*

*O texto propõe um modelo muito promissor para a análise dos processos comunicacionais a partir de contribuições da Sociologia compreensiva, especialmente a fenomenologia de Berger e Lukmann. Nesta chave, o objetivo central é o de apresentar “propostas teóricas e possíveis linhas de investigação sobre as relações entre as práticas de comunicação e os processos sociais, dentro dos quais ambos se constituem mutuamente”. As hipóteses gerais são as de que, em primeiro lugar, a construção da teoria e a investigação sobre os processos comunicacionais se enriquece e consolida quanto mais sejam associados a proposições sobre processos sociais. Em segundo lugar, a de que é possível construir certas categorias de análise que podem ser comuns e aplicáveis tanto a processos sociais quanto a processos especificamente comunicacionais, discursivos e midiáticos.

Os conceitos que permitem o trânsito entre os dois tipos de processo são os de “mundo da vida”, “ação social” e “formação do sentido”. A construção social da realidade dá-se mediante a articulação de categorias de formação do sentido que são produzidas e reproduzidas no curso das relações sociais. São estas categorias o ponto de partida para a análise dos processos de

comunicação, entendidos como articuladores da práxis na quais os seres humanos “percebem, categorizam, organizam e adjudicam sentidos e valor a suas percepções, suas ações e experiências na vida social”. Em suma, a comunicação entre os atores é central na construção da realidade social porque é nela que são produzidos e reproduzidos os dispositivos simbólicos e as normas compartilhadas necessárias não somente para as trocas lingüísticas quanto para as relações sociais em sentido amplo.

E aqui se apresenta, no meu entendimento, uma primeira dificuldade, tão complexa quanto o próprio modelo proposto. No arcabouço teórico da fenomenologia, a linguagem aparece como o meio de toda atividade prática da vida social. Diante disso, a diferença entre processos sociais e processos comunicacionais perde terreno, e precisa ser construída analiticamente. Quais as especificidades das relações sociais mediadas pelas tecnologias da comunicação e da informação? Como se dão, nestes casos, os processos de construção de sentido? O modelo proposto avança nesta direção, mas abre o caminho ao distinguir dimensões de análise aptas a pautar investigações empíricas a partir das quais esta diferença entre processos comunicacionais e processos sociais em sentido amplo poderá ser formulada teoricamente. Até lá, em termos fenomenológicos, é difícil dizer até que ponto estes processos podem ser tratados como específicos, ou até que ponto a comunicação deve ser vista como um componente de todo processo social.

Este é um ponto importante porque reflete diretamente as dificuldades de definição de um objeto próprio para o campo

da comunicação. O autor sustenta acertadamente que seu esforço na elaboração de um marco teórico sociocultural para a comunicação enfrenta estas dificuldades e produz bons resultados nesse enfrentamento. Além do mais, estas não são dificuldades exclusivas desta tradição teórica, uma vez que, por sua própria transdisciplinaridade, este campo demanda sempre mediações entre o arcabouço conceitual inspirado em outras disciplinas e os objetos que ocupam os pesquisadores de nossa área. Portanto, investigações baseadas no modelo aqui proposto podem avançar na definição teórica do objeto da comunicação dentro de um marco teórico inspirado na sociologia fenomenológica.

No modelo “socioanalítico”, a comunicação são os processos de construção e reconstrução dos diferentes contextos de realidade, o que o autor denomina de “ecologias” física, sociais, simbólicas e imaginárias. É através dela que os atores elaboram e internalizam referências sobre cada um destes mundos e sobre si mesmos. Este modelo, cujas variáveis apontaremos a seguir, foi elaborado pelo autor a partir da análise de organizações e coletivos sociais. A proposta é, portanto, estendê-lo até os processos que se realizam através dos meios audiovisuais e das tecnologias da informação e da comunicação (TIC), como a internet. Nestes casos, é preciso verificar como e se a comunicação cumpre as três “funções” identificadas nas análises das organizações e comunidades. São elas: a referencial (construção discursiva de realidades objetais); a inter-referencial (construção de relações entre atores que se referenciam mutuamente) e a auto-referencial (apresentação do sujeito na sociedade).

Estas funções estruturam os processos de formação de

sentido em seis dimensões:

1) a das práticas e ações instrumentais, entendidas como técnicas associadas à produção e transformação ecológica dos recursos necessários para o funcionamento de um sistema, uma comunidade ou uma organização social. Neste nível, estariam a produção, a economia, o trabalho e a tecnologia.

Esta dimensão sugere a análise dos dispositivos e recursos operativos específicos de cada meio audiovisual, de seus dispositivos de enunciação e das condições objetivas de recepção. No âmbito das TIC, trata-se do foco na estruturação informacional das tecnologias nos processos institucionais da sociedade da informação.

2) a do poder instituído. Tem-se, aqui, a questão do controle de recursos, das estruturas do poder, da organização e legitimação de um sistema.

Na abordagem dos meios audiovisuais, esta dimensão transparece nas normas e exigências políticas do meio, na ideologia do produto midiático, nas representações sociais. No âmbito da recepção, tratam-se das modalidades restringidas e das atitudes e consumo “conservadores”.

3) a normativa-valorativa instituinte, relacionada às práticas cotidianas não formalizadas. Trata-se, neste caso, das relações horizontais de igualdade e direitos à diferença, caracterizadas pela oposição à desigualdade estrutural.

Pergunto-me se a distinção entre os níveis 2) e 3) não é normativa, uma vez que as assimetrias do poder são postas no plano das estruturas e a contestação ao poder instituído situa-se no plano das práticas. A categoria de análise parece-me definida

já por seu conteúdo de “crítica às concepções sobre um poder hegemônico”, quando, enquanto categoria formal, deveria permanecer vazia. Ou, então, como se prestará à análise das práticas que, mesmo não sendo formalizadas em um poder instituído, não lhe são contestadoras? E vice-versa: qual o lugar das estruturas formalizadas de contestação ao poder instituído, como as organizações sociais que lutam “pela igualdade e pelo direito à diferença”?

4) a dimensão especificamente ecológica do espaço e do tempo. Tratam-se dos paradigmas institucionalizados sobre a distribuição e o uso do espaço e do tempo nos diferentes contextos sociais.

O autor apresenta um diagnóstico muito interessante sobre as diferenças entre os meios massivos do século XX e as novas TIC no que concerne as formas de apropriação e supressão do tempo e espaço. Enquanto os primeiros têm a capacidade de congelar o tempo e construir novos espaços “midiáticos”, os segundos realizam a operação inversa ao eternizar o tempo em um fluir que nunca se detém. Segundo os propósitos do texto, não seria cabível desdobrar essa análise. Mas seria muito interessante contrapô-la à noção de “fluxo” tal como elaborada por Raymond Williams.

5) a dimensão do sujeito e das relações interpessoais. No caso dos meios audiovisuais, essa dimensão sugere a necessidade de analisar os personagens e as relações dos receptores com eles. Já para a compreensão das TIC, o foco seria o impacto destas nas relações intersubjetivas.

6) Por fim, a dimensão cultural, imaginária e mítica, na

qual se dá a construção de uma identificação coletiva. Trata-se da função que a sociologia costumava atribuir à “ideologia”. Para os meios, isto implica na análise dos valores, normas, gêneros culturais e representações, tanto a partir da instância de produção quanto do próprio produto. No plano da recepção, esta dimensão ideológica apresenta-se nos usos e consumos culturais.

Como se vê, temos diante de nós um modelo dos mais profícuos para a compreensão dos processos de comunicação entendido como processos de produção e compartilhamento de significados. A riqueza e complexidade do modelo justificam a seleção do aparato conceitual da fenomenologia. Mas este traz consigo também algumas limitações, já assinaladas por Giddens em *As novas regras do método sociológico*. Segundo este autor, a fenomenologia consegue elaborar conceitualmente a ação social como significado. A centralidade do significado na ação social e na sua conceituação por esta tradição teórica é o que permite o uso desta última na construção do modelo “socioanalítico” de abordagem dos fenômenos comunicacionais. Mas o problema dos interesses dos atores ocupa naquela tradição, um lugar secundário. Isto tem um efeito limitante que pode ser contornado com o aporte de outras abordagens, mais preocupadas com o “sistema” do que com a “ação”. E, de fato, a segunda e a terceira dimensões do modelo de Vizer atentam para a produção de significado como um processo que envolve estruturas e normas que escapam ao controle dos atores diretamente envolvidos na troca simbólica. Mais do que isso, permite problematizar a interpretação dos significados produzidos como uma luta de interesses (o instituído x o instituinte). Além disso, a primeira

dimensão trata de práticas instrumentais que trazem implícitos os interesses dos atores como motivação para a ação. Mas a análise dos meios de comunicação parece-me requerer a problematização da própria posição assimétrica que envolve os atores em relação e, para isso, talvez a distinção entre o instituído e o instituinte não seja suficiente. Tanto que a questão da “universalização das categorias de produção de significados” permanece marginal no texto, aparecendo em três breves passagens (quando fala da globalização e do Ocidente moderno).

Estamos diante de uma elaboração que, por sua riqueza e complexidade, depara-se com uma questão central da teoria sociológica contemporânea, a de como teorizar a articulação entre agência e estrutura. Giddens, Habermas, Bourdieu... não foram poucos os que tentaram uma solução para ela. O artigo de Vizer é uma prova de como a sociologia pode colaborar para uma teorização mais refinada dos processos comunicacionais, ao mesmo tempo em que demonstra como estes processos são desafiadores para a teoria sociológica.”

Referências Bibliográficas

BALESTENA, Eduardo. **Comunidad. La articulación de los universos simbólicos.** DIÉGUEZ A. et al. Buenos Aires: Espacio Editorial, 1998.

BERGER Peter, LUCKMANN T., *La construcción social de la realidad.* Introducción. Amorrortu, Bs. As., 1986.

BORDENAVE J.D. **Planificación y comunicación.** CIESPAL, Ecuador, 1998.

BOURDIEU, P. *Journalisme et éthique: actes du colloque fond. du centre de recherche de l'école supérieure de journalisme (lille)*. Les Cahiers du Journalisme, Lille, n. 1, jun. 1996. Braga, José Luiz, "Os estudos de interfase como espaço de construção do Campo da comunicação" Compós 2004. São Paulo: UMESP, 2004.

BURIN E. et al. **La comunicación interna**: Hacia una gestión participativa y eficaz. Buenos Aires: Ciccus, 1996.

CARTAYA, V. **La problemática del género en la política social**: el caso de América Latina y el Caribe. Guadalajara: IDB-ECLAC-UNIFEM, 1994.

CHANG Briankle. *Deconstructing Communication*. Univ. of Minnesota Press. Minne., 1996.

DE LA CERDA, García, GUENCHUMAN J.A.. **Las ontologías Cibernética y Conversacional**: un examen crítico. Lima. Perú: Rev. Sistémica Vol.2 No.1., 1991.

GERBALDO, J. **La comunicación en las organizaciones comunitarias**. Buenos Aires: Cuad. CENOC N°4. 1998. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal da Bahia, 04 a 07 de junho de 2013 www.compos.org.br 15

GIDDENS, Anthony et.al., *La teoría social, hoy*. Alianza, México, 1991.

LAKATOS, Imre **La metodología de los Programas de investigación científica**. Madrid: Alianza Editorial, 1993.

LAPASSADE, G., **Socioanálisis y potencial humano**. Barcelona: Gedisa, 1980.

LEMOIGNE, J.L. **La modélisation des systèmes complexes**. Paris: DUNOD, 2005.

LOPES, M.I., *Sobre o estatuto disciplinar do campo da Comunicação*. En Epistemología da Comunicação. Ed.Loyola, S.Paulo. 2003.

LOURAU, René. **Libertad de movimiento**: una introducción al análisis institucional. Buenos Aires: Eudeba, 2001.

LULL, James. *Media, communication, culture, a global approach*. Columbia Univ. Press, New York, 1995.

MONTAÑO C, RONDEROS, Torres M. **Reforma social con perspectiva de género**: aportes para la discusión. Guadalajara: BID-CEPAL-UNIFEM, 1994.

MORIN Edgar, *Introducción al Pensamiento complejo*. Gedisa, Barcelona, 1996.

PAPPERT S., & TURKLE Sherry. *Epistemology and Learning Group*, Media Laboratory, Massachusetts Institute of Technology. Origin.1990.

PIAGET, Jean (comp.), *Epistemología de las Ciencias humanas*. Proteo, Bs. As. ,1972.

PRYGOGINE Ilya, *Time, Dynamics and Chaos*. En CHAOS: The New Science. XXVI Nobel Conference. Saint Peter, Minnesota, , 1993.

SFEZ L., *Crítica de la Comunicación*. Amorrortu. Bs. As, 1995.

Tacussel Patrick, *A sociologia interpretativa*. FAMECOS N° 18, agosto 2002. PUCI, Río Grande do Sul, Brasil

THOM, René. **Stabilité structurelle et morphogénèse**. Paris: Interédition, 1977.

TURKLE Sherry, PAPPERT S. *Epistemological Pluralism: styles and voices within the computer culture*. MIT, Boston, Massachusetts, Documento 1992.

VIZER, E. A. "A trama(in)visível da vida social: comunicação, sentido e realidade". Ed. SULINA P.Alegre, Brasil. Livro março 2011, Brasil.ISBN 978-85-205-0595-3

VIZER, E. A. e Carvalho, H. *Comunicación y Socioanálisis. Estrategias de investigación e intervención social*. EEUU: EAE/Amazon, 2012.

VIZER, E. A. *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación. Sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía, 2006. 2ª. Ed.

VIZER, E. A. *Mediatização e (trans)subjetividade na Cultura Tecnológica: a dupla face da sociedade mediatizada*. In: "Mediatização e processos sociais na América Latina". São Paulo: Ed. Paulus, 2008.

VIZER, E. A. *Procesos sociotécnicos y mediatización en la cultura tecnológica en la sociedad mediatizada*. In: Moraes, Denis. Sociedad Mediatizada. Barcelona: Gedisa, 2007.

VIZER, E. A. *Social dimensions of communication; communicational dimensions of social processes. Some propositions on research lines and problematics*. Revista FAMECOS, n. 40. Porto Alegre, RS: PPGCOM/PUCRS, dez/2009.

VIZER, E. A. *Socioanálisis. Metodología de investigación, análisis diagnóstico e intervención social*, Revista Redes.com (alojamientos.us.es/cico/redes/index.htm), n.º 2,

Sevilla. Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo: 2005.

VIZER, E. A. *Una perspectiva socioanalítica en la aplicación de tecnologías*. Revista de Investigación Científica *GESTIÓN DE LAS PERSONAS Y TECNOLOGÍA*, Chile 2010. www.tap.usach.cl/gpt

VIZER, E. A. “*Ciencias*” de la Comunicación: *Qué “Cultura institucional y disciplinaria” estamos construyendo ?* Fronteiras No V. 2003. Public. PPG en Comunicación. Univ. Unisinos, Brasil.

VIZER, E. A. *Hacia una ecología social y estratégica de la comunicación*?. Coloquio Transfronteiras. Publ. Secret. de Ciencia y Téc., Facultad de C. Sociales, UBA.

WALLERSTEIN Immanuel, PRIGOGINE I, et.al, *OPEN THE SOCIAL SCIENCES*, Report of the Gulbenkian Commission on the restructuring of the Social Sciences. Documento original, Lisboa, 1995.



A Semiótica como Prática de Pesquisa

Alexandre Rocha da Silva¹

João Fabricio Flores da Cunha²

A semiótica como prática de pesquisa propõe-se a indicar alguns percursos metodológicos para o uso da semiótica peirceana em pesquisas no campo da comunicação. Ainda que reconheçamos a semiótica sobretudo em sua perspectiva epistemológica – seja associada ao pragmaticismo, ao

¹Alexandre Rocha da Silva possui graduação em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1994), mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (1999), doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2003), doutorado-sanduiche em Sémiotique - Centre d'Étude de La Vie Politique Française (2002) e pós-doutorado na Université de Paris III (Sorbonne-Nouvelle) (2005-6). Atualmente é pesquisador do CNPq (bolsista produtividade) e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Semiótica, Teorias da Comunicação, Audiovisualidades e Micropolíticas. Autor de *A dispersão na semiótica das minorias e Comunicação e minorias*, também participou da organização de livros, entre os quais *Imagem e tecnologias da representação*, *Audiovisualidades da cultura*, *Do audiovisual às audiovisualidades: convergência e dispersão nas mídias*, *Percursos semióticos: significação, codificação, semiose e interface*. Atualmente é editor da *Revista Intexto*, coordenador da área de estudos básicos do Curso de Comunicação Social da Ufrgs, coordenador da Linha de Pesquisa Cultura e Significação do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação da Ufrgs, vice-coordenador do Grupo de Pesquisa Semiótica da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e coordenador do Diretório CNPq Semiótica e culturas da comunicação (GPESC).

²João Fabricio Flores da Cunha é mestrando em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela UFRGS (2013). Integrante do Grupo de Pesquisa em Semiótica e Culturas da Comunicação (GPESC). Bolsista FAPERGS/CAPES.

estruturalismo ou ao formalismo – concordamos, como afirma Iasbeck (2005, p. 193), que a prática metodológica é inerente à semiótica.

Neste artigo, iniciamos refletindo a respeito de noções mais gerais de ciência que balizam toda a investigação semiótica pragmaticista para, em um segundo momento, apresentar os passos para uma pesquisa semiótica e, finalmente, refletir sobre a perspectiva interdisciplinar necessária para que se responda aos desafios metodológicos complexos que o campo da comunicação tem para enfrentar.

A semiótica como ciência: falibilismo, antifundacionismo, consequencialismo e medialidade

Charles Sanders Peirce (1839-1914) concebeu a teoria semiótica praticamente ao mesmo tempo em que Ferdinand de Saussure (1857-1913) desenvolvia a sua semiologia, sem que aparentemente houvesse diálogo entre os dois³. Foi Peirce quem em 1878 formulou pela primeira vez, em seu já clássico artigo *Como tornar claras nossas ideias* (1992), os princípios que regeriam o pragmatismo, ou pragmaticismo, como preferia denominar a concepção de ciência anticartesiana fundada nos princípios do falibilismo, do antifundacionismo, do consequencialismo e da medialidade, conforme nos ensina Bernstein (2013).

A concepção que Peirce tinha de ciência dava conta de

³ Para uma revisão de outras correntes semióticas, ver Eco (2012).

que essa deveria ser capaz menos de apresentar verdades que superar o erro, assentando-se na ideia de que toda a investigação deveria chegar a um término e descansar sobre opiniões aceitas pela comunidade científica. Este término, no entanto, não designa fim da investigação. Pelo contrário, ele consiste em uma espécie de crença a ser superada por investigações futuras. Iasbeck (2005, p. 199) relata que Décio Pignatari afirmava que “todo problema está grávido de sua solução”, e que a cada solução seguia-se um novo problema. Seguir nessa cadeia – que não tem fim –, construindo novas hipóteses continuamente, buscando uma compreensão cada vez mais *razoável* do mundo, é a essência do fazer científico, tal como Peirce (2000) a entendia.

Dessa noção fundamental advêm princípios que são centrais para o pensamento peirceano e que balizam, em termos gerais, toda a pesquisa semiótica. O primeiro deles – consequencialismo –, próprio do pensamento pragmático, aspira a estudar uma ação com base em seus resultados, o que implica reconhecer que o significado de um conceito nada mais é que a soma dos seus efeitos possíveis. Tudo o que se conclui como verdade deve ser posto à prova e, em caso de necessidade, autocorrigir-se. Esta ideia da autocorreção sustenta o segundo princípio que rege a pesquisa semiótica: o falibilismo. Para a semiótica, todo o conhecimento está sujeito ao erro. O erro faz parte de toda a investigação e é ele que precisa ser superado pela pesquisa científica que tem compromisso com o aumento da razoabilidade concreta do mundo.

Peirce participou, ao lado de William James, desde 1872, do chamado *Clube Metafísico*, na Universidade de Cambridge/

Massachusetts. Esse clube reunia pesquisadores que defendiam a ideia anticartesiana de que a investigação não deveria partir de uma verdade metafísica *a priori* (para eles, a metafísica – ao contrário – seria aquilo a que se quer chegar, não a origem). Tal perspectiva antifundacionista constitui o terceiro princípio essencial às investigações semióticas.

O quarto princípio a ser destacado é a ideia fundamental de que não há conhecimento imediato do mundo: todo conhecimento é mediado pelo signo. Logo, compreender as lógicas e os modos de organização sógnicas implica também compreender como funciona o próprio pensamento. Assim, cada meio, na relação que mantém com aquilo que designa e com o conjunto de saberes que é capaz de construir, aparece como o fundamento material qualitativo a partir do qual o pensamento se expande.

Para além dos quatro princípios que regem a pesquisa semiótica no campo do pragmaticismo, convém referir alguns postulados críticos que também dão forma à investigação semiótica. A primeira ideia a ser destacada é que o projeto semiótico opera um deslocamento do paradigma da consciência e da subjetividade para outro: o da comunicação e o da intersubjetividade. Para Peirce, nem argumentos de autoridade nem qualquer intuição subjetiva podem ser critérios suficientes de verdade. O pragmaticismo também implica crítica aos dualismos ontológicos. Para a semiótica não há oposição binária entre mente e corpo, entre o sentir e o pensar porque o pensar contém em seu centro o sentir, como já indicava Fernando Pessoa (1985) ao dizer no poema *Ela canta, pobre ceifeira*: “O que em

mim sente ‘stá pensando’.

Um dos principais desafios metodológicos de uma pesquisa em comunicação que parta da semiótica é, pois, considerar tais princípios norteadores que vêm de Peirce (2000). Não se trata de engessar o trabalho, mas de se manter fiel aos princípios epistemológicos para explorar ao máximo suas potencialidades e se aproximar dos resultados que ela pode ajudar o pesquisador a alcançar, a partir dessas potencialidades. Segundo Iasbeck (2005, p. 196),

um projeto semiótico não tem pretensões a conclusões gerais ou a fechamentos contundentes. Normalmente, busca o alargamento de possibilidades, fator estritamente ligado à proliferação dos sentidos. Assim, escancarar a complexidade que se esconde por detrás da aparente simplicidade das manifestações do objeto de pesquisa é uma atitude semiótica tão autêntica quanto mapear tal complexidade de forma a manter sob algum controle ou organização seus efeitos e repercussões.

Os passos metodológicos de uma investigação semiótica

Para iniciar uma investigação semiótica é preciso, em primeiro lugar, colocar todos os sentidos à disposição daquilo que aparece (o fâneron) e deixar-se afetar por ele. Esse movimento de abrir-se ao mundo – antifundacionista por natureza – consiste em reconhecer que o signo é logicamente determinado pelo estado de coisas que compõe o mundo, seja esta coisa uma simples

qualidade, um ente concreto ou um conceito (PEIRCE, 1990). Esse mesmo mundo se prolonga no signo e é por ele desenvolvido. Aqui, a pergunta é: o que aparece aos nossos sentidos?

A segunda etapa da investigação, pois, consiste em verificar quais são as potencialidades que um dado meio (representâmen) tem de representar o mundo. Trata-se aqui do princípio da medialidade. A pergunta é: o que pode um meio/signo? Sabemos que o que o cinema pode vir a representar é diferente do que um jornal impresso pode vir a representar; sabemos também, como nos ensina Vilém Flusser (2002), que o que a imagem tradicional pode vir a representar é diferente daquilo que a escrita pode representar ou mesmo do que as imagens técnicas podem representar. Logo, a identificação do que é específico de um meio e a descrição de suas possibilidades constitui passo fundamental da investigação semiótica.

O terceiro passo consiste em perceber, a partir dos princípios do consequencialismo e do falibilismo, que efeitos concretos o signo é capaz de produzir sob a forma de uma regra necessariamente triádica. Para Peirce, o valor de uma investigação está necessariamente nos efeitos interpretantes que ela foi capaz de produzir. Tais efeitos interpretantes expressam a um tempo um ponto de chegada, que tem a forma de uma crença capaz de gerar hábitos de conduta, e um ponto de partida porque, pelo princípio do falibilismo, o saber jamais será conclusivo, uma vez que a verdade está situada necessariamente em um futuro que se busca na investigação mas que jamais se alcança em sua plenitude.

Para que possamos compreender as diferentes nuances desse processo investigativo, torna-se necessário explicar como

funciona pragmaticamente a semiótica de Peirce. A descrição do seu funcionamento torna mais claros os passos metodológicos acima sugeridos.

Como a semiótica de Peirce configura o percurso metodológico da pesquisa

A partir de seu projeto lógico-científico, Peirce (1990) desenvolveu três categorias que, de acordo com sua teoria, estão presentes em todos os fenômenos. São três categorias universais de toda experiência e todo pensamento estendidas para toda a natureza. Nelas está contido “o trabalho inteiro da razão humana” (SANTAELLA, 2005a, p. 45). Não se trata de “entidades puras”, mas de “pontos para os quais todos os fenômenos tendem a convergir” (SANTAELLA, 1995, p. 17).

De acordo com Peirce (*apud* SANTAELLA, 2005a, p. 61), “não perguntamos o que realmente existe, apenas o que aparece a cada um de nós em todos os momentos de nossa vida. Analiso a experiência, que é a resultante de nossa vida passada, e nela encontro três elementos. Denomino-os categorias”.

As categorias de Peirce dão conta, portanto, dos modos de apreensão de todos os fenômenos, primeiro desafio metodológico da pesquisa semiótica. A semiótica extrai seus princípios da faneroscopia, o nome que Peirce deu à especificidade de sua fenomenologia. Esclarecer essa fundamentação fenomenológica na base do pensamento peirceano é importante para compreender por que não há nada mais antissemiótico do que o julgamento *a priori*.

A semiótica observa os fenômenos e, por meio da análise, postula as formas ou propriedades desses fenômenos (compreendidos como qualquer coisa que esteja de algum modo e em qualquer sentido presente à mente). Em suma, fenômeno é o que aparece à mente, seja algo “real” ou não. De acordo com Santaella (2005b, p. 29), “diante de um processo de signos que se quer ler semioticamente, o primeiro passo a ser dado é o fenomenológico: contemplar, então discriminar e, por fim, generalizar em correspondência com as categorias da primeiridade, secundidade e terceiridade”.

A primeiridade (primeira designação do fenômeno, para Peirce) está relacionada ao acaso, à originalidade, à variação espontânea; a secundidade (segunda designação do fenômeno), à ação e reação dos fatos concretos, existentes e reais; e a terceiridade (terceira designação), à mediação e ao crescimento contínuo e devir sempre possível pela aquisição de novos hábitos. Esse sistema lógico, em sua essência, dá conta de que “apesar da variabilidade material de cada fenômeno específico [...], o substrato lógico-formal das categorias se mantém sempre” (SANTAELLA, 1995, p. 17), ou seja, a ideia de que há um primeiro na base de um segundo e que ambos estão na base de um terceiro. Em Peirce, as lógicas se reiteram, como evidencia a autora: “a forma mais simples da terceiridade, segundo Peirce, manifesta-se no signo, visto que o signo é um primeiro (algo que se apresenta à mente), ligando um segundo (aquilo que o signo indica, se refere ou representa) a um terceiro (o efeito que o signo irá provocar em um possível intérprete)” (SANTAELLA, 2005a, p. 7). Assim articulam-se medialidade, antifundacionismo

e consequencialismo, respectivamente.

O signo para Peirce – objeto de estudo da comunicação desde uma perspectiva semiótica – é alguma coisa que representa outra para alguém sob determinadas circunstâncias – portanto, não é a própria coisa que representa imediatamente (princípio da medialidade) – e produz nesse alguém um efeito, o interpretante. “Alguém” é entendido aqui como uma mente, seja real ou potencial, humana ou não-humana. Assim, evidencia-se o potencial do método de pesquisa aqui apresentado: se tudo pode ser signo, e tudo pode ser objeto do signo, tudo pode ser analisado semioticamente.

A investigação semiótica: o signo como semiose

Trata-se da investigação de qualquer fenômeno como fenômeno de produção de sentido, intersubjetivo, ou seja, como produção de comunicação. SANTAELLA (2005a, p. 18) afirma: “todo e qualquer fato cultural, toda e qualquer atividade ou prática social constituem-se como práticas significantes, isto é, práticas de produção de linguagem e de sentido”. A partir do exposto até aqui, podemos estabelecer duas sínteses: a semiótica (1) busca compreender o mundo como linguagem e (2) é uma “teoria sgnica do conhecimento” (SANTAELLA, 1993, p. 16).

Para entender como isso se dá, é preciso descrever o funcionamento da representação na perspectiva semiótica, que difere da perspectiva clássica ‘mundo objetivo – mundo representado’ e aposta em um processo triádico de mediação. Segundo Santaella (2005b, p. 41), “a característica fundamental

do percurso de uma análise semiótica é que seus passos buscam seguir a própria lógica interna das relações do signo”, conforme descrevemos no item anterior.

Peirce introduz, assim, as noções de signo, objeto do signo e interpretante. O signo é o meio pelo qual se manifesta a realidade; o objeto do signo é o modo como o signo representa os fenômenos que lhe aparecem (como fâneron); e o interpretante é o efeito que será gerado em alguma mente interpretadora a partir da relação entre signo e objeto do signo. Como afirma Santaella (1995, p. 29),

numa relação triádica genuína, não só o signo, mas também o objeto, assim como o interpretante são todos de natureza sígnica. Ou seja, todos os três correlatos são signos, sendo que aquilo que os diferencia é o papel lógico desempenhado por todos eles, na ordem de uma relação de três lugares.

É a partir da compreensão dessa estrutura que se sustenta a afirmação – vital para o pensamento de Peirce – de que “por mais que a cadeia semiótica se expanda, em signos-interpretantes gerando signos-interpretantes, o vínculo com o objeto não é nunca perdido, uma vez que o objeto é justamente aquilo que existe e resiste na semiose ou ação do signo” (SANTAELLA, 1995, p. 37). Ou seja, a partir desse processo – a semiose –, gera-se outro signo. Produzem-se, assim, novas sínteses, novos interpretantes, em uma semiose infinita. A ação do signo é infinita justamente porque, ao compreender a ciência como superação do erro, não há perspectiva de uma solução última que dê conta de explicar a tudo. Logo, o interpretante final como expressão da

verdade é uma miragem situada no futuro.

Na sua relação com o objeto – segundo passo metodológico da análise semiótica acima referido –, o signo pode ser um ícone, um índice ou um símbolo, que seguem a lógica de primeiridade, secundidade e terceiridade. Se a relação do signo com o objeto se dá via semelhança, trata-se de um ícone; se for uma relação de causa e efeito, trata-se de índice; e se a relação se dá a partir de uma lei, símbolo. O fundamental, antes de tentar distribuir funções de ícone, índice e símbolo a diferentes elementos, é compreender a relação lógica entre eles. De acordo com Santaella (1995, p. 143), “a tríade ícone, índice e símbolo diz respeito primariamente à distinção entre três espécies de identidades semióticas que um signo pode ter em razão de três espécies de relações em que o signo pode estar para com o objeto, como signo desse objeto”.

Fica claro, a partir daí, que nessa linha de pensamento o sentido de *algo* é construído a partir da relação desse *algo* com outros elementos. Vale ressaltar que trata-se de uma “constatação básica de todas as semióticas” (IASBECK, 2005, p. 200): o sentido advém da relação. Nessa concepção, o primado da relação opera sobre todos os corpos existentes. “Só há sentido na comunicação – e também só há comunicação, uma vez que o processo existe em função da produção do sentido – quando surge a relação” (IASBECK, 2005, p. 201).

Ao primado da relação referido por Iasbeck, acrescentamos o princípio da diferença e o da distinção para afirmar que, por exemplo, uma mesma fotografia pode funcionar como ícone, como índice ou como símbolo dependendo do

contexto comunicativo em que se encontre. Esta é também uma informação relevante concernente aos cuidados metodológicos necessários para uma análise semiótica.

A semiótica e a lógica das ciências

A partir dessa fundamentação teórica, podemos ingressar de forma mais detalhada nos propósitos deste trabalho. Santaella (2005b) dedica o primeiro capítulo de *Semiótica aplicada* a uma apresentação das teorias que funcionam como base para o uso do método da análise semiótica. Essa explanação é panorâmica e reconhecidamente menos aprofundada do que a empreendida pela autora em obras anteriores, entre as quais se destacam *A teoria geral dos signos* (1995) e *Assinatura das coisas* (1992). No entanto, não se trata de um texto menor; de fato, seu objetivo é justamente elaborar uma introdução à semiótica peirceana com ênfase no que é necessário saber para que se possa empregá-la não apenas como teoria, mas também como metodologia.

Para utilizar a análise semiótica em pesquisa, deve-se ter conhecimento consistente tanto de sua perspectiva teórico-epistemológica, no caso, dos princípios do pragmaticismo, quanto de suas potencialidades metodológicas, objeto de debate neste texto. Assim, entender o posicionamento da semiótica na arquitetura filosófica construída por Peirce é essencial para os objetivos a que nos propusemos neste texto porque, conforme Santaella, “a arquitetura filosófica peirceana, de que a semiótica é apenas uma parte, constitui-se numa vastíssima fundação para qualquer tipo de investigação ou pesquisa de qualquer espécie

que seja [...]” (SANTAELLA, 2005b, p. XIII).

Abaixo, apresentaremos um diagrama desta arquitetura, onde o número 1 designa as propriedades relativas à primeiridade; o número 2 as relativas à secundidade e o 3 à terceiridade. Importante observar especialmente os híbridos que aí surgem, porque são eles que descrevem com exatidão as diferentes complexidades implicadas em cada ato de comunicação:

1. Matemática

2. Filosofia

2.1. Fenomenologia

2.1.1. Primeiridade

2.1.2. Secundidade

2.1.3. Terceiridade

2.2. As ciências normativas

2.2.1. Estética

2.2.2. Ética

2.2.3. Semiótica ou lógica

2.2.3.1. Gramática Pura

2.2.3.2. Lógica Crítica

2.2.3.3. Retórica Pura ou metodêutica

2.3. Metafísica

3. Ciências Especiais

Assim, em Peirce, compete à matemática indicar as possibilidades/potencialidades de qualquer filosofia, que, para ele, é um existente que deverá conduzir às ciências especiais. Sustentadas na fenomenologia, as ciências normativas (estética,

ética e semiótica ou lógica⁴) conduzem, por sua vez, à metafísica (e não o oposto, como preconizavam os fundacionistas). Essas três disciplinas, que estudam valores, ideais e normas estão, elas também, interligadas: “a estética está na base da ética assim como a ética está na base da lógica”, diz Santaella (2005b, p. 2). Fenomenologia, ciências normativas e metafísica compõem, portanto, a filosofia para Peirce.

Em Peirce, o ideal estético último é o crescimento da razoabilidade concreta, que se dá a partir do conhecimento humano do mundo – conhecimento esse que necessariamente opera por meio de signos. Decorre disso que a lógica, “ciência das leis necessárias do pensamento e das condições para se atingir a verdade” (SANTAELLA, 2005b, p. 3), precisa, para se constituir, desenvolver estudos epistêmicos e sîgnicos a um tempo. Ela se desdobra em três ramos:

- gramática especulativa ou pura, uma teoria dos signos;
- lógica crítica, que investiga os tipos de inferências, raciocínios ou argumentos (abdução, indução e dedução);
- metodêutica ou retórica especulativa (pura), que analisa os métodos a que cada um dos tipos de raciocínio dá origem; por conta disso, estuda os métodos da pesquisa científica.

Em relação à análise semiótica, se considerarmos as questões metodológicas ali implicadas, teríamos acima passos bastante seguros a nos guiar, sempre triadicamente: partimos de uma teoria dos signos, cujo trabalho seria descrever todas as

⁴Lógica e semiótica são termos intercambiáveis para Peirce.

possibilidades qualitativas de um raciocínio por vir a existir (primeiridade); seguimos na lógica crítica, em que investigaríamos os diferentes tipos de raciocínios efetivamente empregados (abdução, dedução, indução) nos atos comunicativos existentes (secundidade) seguindo na direção de uma metodêutica, instância da lei, capaz de investigar os métodos de pesquisa científica empregados.

Importante ressaltar que na perspectiva peirceana, por ser triádica, as três instâncias precisam ser pensadas nas semioses que engendram. Ainda que didaticamente possamos explorar as potencialidades de cada uma, suas formas de existência e as crenças que as sustentam; apenas uma articulação maior com o conjunto das relações em semiose responde ao rigor que a pesquisa semiótica exige.

É com base nesse processo, e na natureza triádica do signo, portanto, que se deve buscar uma compreensão da semiótica como ciência capaz de contribuir com a investigação de diferentes tipos de mensagens (visuais, sonoras, verbais). Uma análise semiótica parte de definições e classificações abstratas de signos – e a semiótica se propõe a classificar todos os tipos de signos logicamente possíveis.

O desafio da pesquisa em comunicação e as interfaces com a semiótica

Aqui, deve-se fazer duas ressalvas importantes, na trilha de Santaella (2005b). A primeira é que dar um nome a um signo não dá conta de explicar o modo como ele age no campo semiótico. Não estará seguindo a semiótica aquele pesquisador



que apenas rotular os objetos de sua análise como ícone, índice e símbolo, por exemplo, sem compreender que, longe de serem termos desprovidos de significado ou intercambiáveis, esses operam num mesmo sistema lógico, no qual estão cumprindo uma função. Não se trata de definições estáticas. Em Peirce, as coisas não *são*; elas antes estão em relação.

A segunda ressalva é que, por ser uma lógica, a semiótica deve ser combinada com outras teorias para que se possa elaborar uma investigação mais *razoável* de um determinado processo de signos. Ela “funciona como um mapa lógico que traça as linhas dos diferentes aspectos através dos quais uma análise deve ser conduzida, mas não nos traz conhecimento específico da história, teoria e prática de um determinado processo de signos” (SANTAELLA, 2005b, p. 6).

Assim, ao utilizar a semiótica para a análise de um filme, por exemplo, o pesquisador precisa ter conhecimentos da teoria do cinema. Do contrário, o resultado da investigação ficaria limitado a aspectos muito gerais do filme e, possivelmente, baseado em formulações prévias do pesquisador, o que vai frontalmente de encontro aos propósitos semióticos.

A semiótica proporciona ao pesquisador uma integração entre teoria e o que vai ser estudado que começa já na construção do objeto teórico: “a necessidade do método semiótico surge (...) junto com o objeto na mente do pesquisador” (IASBECK, 2005, p. 203). E não se pode perder de vista, já nesses primeiros estágios da pesquisa, que “por ser uma teoria muito abstrata, a semiótica só nos permite mapear o campo das linguagens nos vários aspectos gerais que as constituem” (SANTAELLA, 2005b, p. 6).



Assim, para efetuar a análise de processos de signos, o pesquisador pode buscar recursos em diferentes áreas do conhecimento. Como afirma Iasbeck (2005, p. 198),

o trabalho acadêmico (...) não precisa provar novamente o que os teóricos já provaram. O que ele precisa é servir-se dessas teorias para entender seu objeto, ampliar as possibilidades de compreensão em torno dele, solucionando problemas ou amplificando complexidades.

A semiótica se constitui, assim, como uma teoria cuja potencialidade pode ser explorada em diferentes áreas do conhecimento, tal e como pensado por Peirce: “na contramão dos métodos que escravizam, há métodos que libertam. A semiótica é uma ciência que propõe metodologias para pesquisa em todas as ciências, sem agredir ou contestar os paradigmas de cada uma delas” (IASBECK, 2005, p. 194).

Em diálogo com pensadores que lhe antecederam, os mais importantes da filosofia moderna, Peirce constituiu uma teoria cujo advento representa uma inovação. De acordo com Santaella (2005a), a ideia do pensamento como signo é inédita na história da filosofia. Enquanto o pensamento ligado a uma filosofia cartesiana separava o sensível do inteligível, no anticartesianismo peirceano não há essa separação: o pensamento é uma das modalidades do sentimento, o que foi melhor formulado, como já dissemos, por Fernando Pessoa (1985): “o que em mim sente está pensando”.

De acordo com Peirce, o universo está em expansão; essa se dá na mente do mundo e na mente dos homens a um só tempo.

A noção de semiose infinita “se alicerça (...) em bases lógicas radicalmente dialéticas” (Santaella, 2005a, p. 39). Peirce reconheceu a semelhança de elementos de sua filosofia com a de Georg W. F. Hegel, mas se opunha a essa; de fato, ele foi muito mais influenciado pela matriz epistemológica de Immanuel Kant (SANTAELLA, 2005a). A semiótica peirceana não parte de uma universalidade epistemológica e metafísica, mas busca; por isso, trata-se de uma teoria antifundacionista.

Para Peirce, mesmo o homem é signo. Nossa consciência é uma das manifestações do interpretante – da inteligência do mundo. Temos a capacidade de produzir signos, fazendo o mundo crescer porque fazemos os signos existirem. Decorre daí a afirmação de que “um projeto que elege a semiótica por fundamentação tende a ser um projeto dinâmico, autotransformável a cada aplicação, a cada fase do processo investigativo” (IASBECK, 2005, p. 196). O pesquisador – que é, ele também, signo – se transforma no movimento de sua pesquisa, no movimento da ciência, na semiose.

A realidade extra-sígnica se impõe a nossa percepção e nos faz mudar. Ela determina logicamente o signo, mas, paradoxalmente, só se configura a partir do signo. Embora tenha existência lógica real, só tem existência semiótica quando transformada em signo. “O objeto não é estático e inerte, mas cresce com a semiose”, como diz Santaella (1992, p. 190). Por isso, quando mudamos o signo que representa o mundo, aumentamos a razoabilidade do mundo.

o real é causa, aquilo que persiste, e a verdade é busca, aquilo que prossegue. O real persiste porque é aquilo que resiste ao signo e que, por resistir, determina o signo. A verdade prossegue porque quer ser real, mas só pode ser signo (SANTAELLA, 1992, p. 191-92).

Como notamos, a análise semiótica deve ser acompanhada de uma teoria específica sobre o objeto investigado. É um estímulo à interdisciplinariedade. Santaella (2005b, p. XIV) costuma afirmar que a semiótica peirceana é especialmente necessária em um contexto em que cada vez mais signos são produzidos: “a própria realidade está exigindo de nós uma ciência que dê conta dessa realidade dos signos em evolução contínua”. O desafio para os pesquisadores de comunicação é reconhecer o caráter movente de seus objetos teóricos e enfrentar isso com uma teoria capacitada para fazê-lo. Longe daquilo que é estático, a semiótica se constitui justamente a partir desse movimento: a semiose.

Referências Bibliográficas

- BERNSTEIN, R. J. **El giro pragmático**. Barcelona: Anthropos Editorial, 2013.
- ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2012.
- FLUSSER, V. **A filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- IASBECK, L. C. A. Método Semiótico. In: JORGE DUARTE; ANTONIO BARROS. (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, v. 1, p. 193-2005.



PESSOA, Fernando. **Poemas Escolhidos**. Lisboa: Ulisseia, 1985.

PEIRCE, C. S. **Semiótica e Filosofia**. São Paulo: Cultrix, 1992.

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1990.

PEIRCE, C. S. **Collected Papers**, compilação em CR ROM. Indiana University. 2000.

SANTAELLA, Lucia. **Assinatura das coisas: Peirce e a Literatura**. Rio de Janeiro: Imago, 1992.

SANTAELLA, Lucia. **A percepção: uma teoria semiótica**. São Paulo: Experimento, 1993.

SANTAELLA, Lucia. **A teoria geral dos signos: semiose e autoeração**. São Paulo: Ática, 1995.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2005a.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005b.

Produção midiática: o *ir e vir* entre teoria, metodologia e análise

Elizabeth Bastos Duarte¹

Maria Lília Dias de Castro²

1 Preliminares

O presente artigo, de certa maneira, presta conta dos resultados, em termos teóricos e metodológicos, de uma parceria que vem sendo desenvolvida, há mais de cinco anos, pelas pesquisadoras, em, ao menos, duas disciplinas anuais no Programa de Pós-Graduação – Universidade Federal de Santa Maria. Essa docência conjunta, tendo como base uma semiótica de inspiração europeia, procura articular as duas linhas do PPGCom, **Identidade e Estratégias**, cuja área de concentração é **Comunicação Midiática**. Assim, embora respeitando as

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); pesquisadora com bolsa de produtividade 1C pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq; pós-doutora em Televisão pela Université de Paris III – Sorbonne Nouvelle e pelo Centre de Hautes Études en Sciences Sociales; coordenadora da pesquisa *Gauchidade como tom e identidade: a produção da RBS TV*.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); pós-doutora em Comunicação pela Université de Paris III – Sorbonne Nouvelle; coordenadora da pesquisa *Comunicação Televisual - COMTV*, integrante dos Grupos de Pesquisa CNPq (versão 20/11/09); coordenadora da pesquisa *A utilização estratégica da função promocional na televisão comercial brasileira*.



investigações realizadas individualmente pelas docentes sobre a produção televisual, vem-se tentando tirar proveito dos avanços dessas pesquisas para desenvolver em conjunto uma metodologia de análise de caráter mais genérico, compatível e coerente com a perspectiva teórica adotada, e capaz de auxiliar os alunos na investigação e interpretação de diferentes fenômenos ligados à comunicação midiática – mídias e seus produtos –, com ênfase particular na comunicação televisual.

Como se partilha a firme convicção de que os produtos midiáticos não podem ser analisados independentemente do processo comunicativo/enunciativo que os *em-forma*, recuperaram-se nesse percurso contribuições de diversos semioticistas (Floch, Jost, Verón, Fontanille, Fabbri, etc), interessados nos estudos midiáticos, cujas pesquisas alinham-se às proposições maiores de dois grandes teóricos da semiótica europeia – Algirdas Julian Greimas e Mikhail Bakhtin.

Existe, naturalmente, a necessidade de articulação e compatibilização dessas formulações teóricas, quando direcionadas a uma análise que se propõe a dar conta das especificidades dos textos midiáticos, o que obriga a um permanente *ir e vir* entre teoria, metodologia e prática analítica, passando pela revisão, ampliação e adequação de conceitos que assumem um caráter instrumental em relação à análise e interpretação dos produtos midiáticos.

As seções que seguem detalham o percurso trilhado na definição dessa metodologia direcionada à análise da produção midiática, bem como apontam as alterações que se fazem



nessárias, em função dos objetivos de cada investigação, do tipo de texto privilegiado e da mídia que o veicula.

2 Produção midiática

Na perspectiva da semiótica discursiva, os produtos midiáticos são **textos**, ou seja, produto material das relações contraídas não só entre expressão e conteúdo (**intratextuais**), como daquelas de caráter **extratextual** e **intertextual**. E os textos são seu objeto de estudo por excelência, ponto de partida para uma análise dessas articulações, tão necessárias à compreensão da significação e dos sentidos da produção midiática.

Ora, esses textos, considerando a ordem lógica formal, emocional ou moral que encerram, articulam-se em um universo próprio, industrialmente construído, visto que as mídias oferecem, como qualquer outra empresa comercial, seus produtos ao mercado.

De modo geral, os textos midiáticos são bastante complexos; seu conteúdo se expressa simultaneamente através de diferentes linguagens. Mais ainda, os dispositivos midiáticos acabam por funcionar como linguagens que sobredeterminam as sonoras e/ou visuais por eles convocadas. Além disso, as mídias dispõem de todo um arsenal de procedimentos, estrategicamente concebidos para tentar impor ao receptor sua interpretação sobre os acontecimentos representados.

Enfrentar o desafio teórico-metodológico, atualizado pela pretensão de análise desse tipo de produtos significa, antes de



tudo, ter presente a impossibilidade de examiná-los independentemente da relação que contraem com o processo comunicativo/enunciativo que os engendra e constitui, cujas características particulares têm repercussões sobre seus conteúdos e linguagens: de um lado, há os aspectos contextuais, históricos, sociológicos, psicológicos, políticos e econômicos que, por sua relevância, não podem ser deixados de lado; de outro, há os inúmeros sujeitos envolvidos em ambas as pontas desse tipo de enunciação que não podem ser ignorados, pois atuam ativamente na configuração desses textos. E há ainda a interferência dos meios técnicos de produção, circulação e consumo dessas mensagens, que, com o acelerado desenvolvimento tecnológico nessa área, vêm oferecendo novos recursos, determinando outros tipos de restrições, e, conseqüentemente, provocando permanentes alterações nas gramáticas de formas de expressão das diferentes mídias.

Assim, tanto as articulações teóricas necessárias, como a proposição de uma metodologia de análise, simultaneamente coerente com a proposta teórica adotada, compatível com a concepção e premissas já expostas, e adequada aos objetivos de uma determinada investigação, *não é tarefa fácil*.

O campo da comunicação, ainda bastante recente, carece de textos fundadores, levando os pesquisadores à recorrência a teorias de outras áreas do conhecimento, como, por exemplo, a sociologia, a antropologia, a linguística, a semiótica, a etnografia. Em razão disso, a especificidade da área reside, justamente, no trabalho com a diferença, no enriquecimento com a variedade, garantindo diversidade e riqueza de abordagens.



O grande desafio é como tirar proveito dessa multiplicidade: apoiar-se em textos fundadores de outras áreas do conhecimento, sem perder de vista as especificidades da comunicação; esforçar-se por buscar a identidade na convergência. Trata-se de um trabalho instigante que exige concessões, pois, muito mais que a mera replicação ou rejeição de esquemas, acarreta sua revisão e/ou fusão, a proposição de alterações e/ou adaptações, sincretismos e misturas.

Nessa perspectiva, tendo em vista a construção de uma proposição teórico-metodológica capaz de dar conta da produção de significação e sentidos dos produtos midiáticos, procurou-se articular o mais amplo da situação comunicativa com a pontualidade do texto; a noção de interação social, trazida por Bakhtin, com o conceito de narratividade, tal como é proposto por Greimas, o que, acredita-se, pode conferir maior abrangência e especificidade ao exame do processo comunicativo midiático.

Sim, porque, se Greimas centra sua atenção no sistema, Bakhtin (1981) prioriza o processo: examina a situação de comunicação concreta, relacionando-a com a vida prática, com o evento social que envolve os sujeitos, e recorrendo a leis de caráter essencialmente sociológico. Essa articulação pareceu possível não só porque ambos partem de um mesmo horizonte teórico (Saussure, Hjelmslev), como porque seu interesse investigativo é a dimensão discursiva dos textos produzidos.

Na sequência, apresenta-se uma proposta teórico-metodológica que procura contemplar essas diferentes relações textuais, conferindo maior eficácia aos procedimentos de análise.



2.1 Articulações extratextuais: entre comunicação e enunciação

Todo texto mantém relações com seu entorno, ou seja, com o contexto comunicativo a partir do qual foi produzido e com sua situação enunciativa. Essas relações, embora nem sempre se manifestem explicitamente no texto, deixam nele marcas que podem ser recuperadas, possibilitando a convocação desses elementos para que façam parte da textualidade, objeto da análise.

Acreditando na singularidade do ato comunicativo, Bakhtin (1981) propõe que ele seja concretamente situado, visto que foi produzido em resposta a um determinado estado de coisas, e essa atitude responsiva tem sempre caráter avaliativo. Aliás, é em razão disso que, mesmo considerando a dimensão sistêmica da linguagem, o autor russo centra sua atenção no processo, não em busca de um sistema abstrato de formas, mas na tentativa de recuperação da situação concreta de interação entre sujeitos socialmente organizados. É essa interação social, envolvendo os participantes mais imediatos de um ato comunicativo, aliada ao conjunto das condições de vida de uma comunidade, que determina a estrutura de uma dada enunciação, em sua dimensão social e ideológica.

Essa enunciação que, segundo Greimas, é subjacente à totalidade do discurso, contrai com o texto uma relação de ordem metonímica, na qual ela representa o todo: assim, ainda que o texto a manifeste sempre em parte, ela pode ser recuperada via análise textual.



Mais do que isso, nenhum ato comunicativo é inocente, ensina Greimas (1998): tem sempre uma intenção, *com*-vencer o outro, ou seja, não só vencê-lo, mas obrigá-lo a partilhar dessa vitória. Na comunicação midiática, essa intenção, que é sempre o consumo, é levada às últimas consequências: vale tudo nesse processo persuasivo e interpelativo. E as instâncias comunicativa e enunciativa articulam-se com essa finalidade: há todo um planejamento estratégico, envolvendo tanto a empresa no seu todo, como os responsáveis pela realização de um produto (enunciação), com vistas a com ele obter maiores lucros, conquistar o receptor, acrescentar traços positivos à sua imagem e marca.

O contexto, ou seja, a situação concreta que serve de entorno à enunciação midiática tem características bem definidas que precisam ser examinadas. Ela se dá no interior de uma mídia, com história, identidade, imagem e marca a preservar, com a finalidade explícita de obter lucros através do consumo dos produtos que oferece ao mercado. Tratam-se de textos para cuja produção/realização são convocados diferentes sujeitos enunciativos; tratam-se de textos que se destinam a um número bastante significativo de receptores; tratam-se de textos que, por comportarem uma natureza dialógica, acolhem a atitude responsiva e avaliativa desse público.

Essa proposição dialógica bakhtiniana representa a possibilidade de convivência em um processo centralizador e monológico, de uma pluralidade de vozes, preservando, com isso, a liberdade de expressão dos sujeitos envolvidos: a propriedade dialógica do discurso, constituinte e fomentadora da vida em

sociedade, transforma-o em espaço de embate entre distintas vozes sociais.

Ora, essa confluência de vozes é ainda mais complexa no caso dos processos comunicativos midiáticos, visto que eles convocam diferentes sujeitos enunciadore, que dialogam entre si e com os receptores, representados, respectivamente, pela: (1) *instância empresarial*, regida por uma lógica econômica, que visa ao lucro; (2) *instância institucional*, voltada a missões no espaço público e responsável institucionalmente pelas informações veiculadas; (3) *instância da marca*, em permanente disputa com a concorrência, via seus produtos e programação; (4) *instância de realização*, concernente aos diferentes sujeitos que fazem parte da equipe de produção; (5) *instância discursiva*, constituída pelos atores discursivos, que operam no interior do texto midiático; e (6) *instância de recepção*, referente aos sujeitos do mundo evocado, os receptores, que validam e caucionam os conteúdos propostos e os valores assumidos por um produto (JOST, 2007, p.51-54).

As vozes das quatro primeiras instâncias advêm da enunciação; estão ligadas tanto à realidade socioeconômica e às lógicas de realização, como à missão e à imagem/marca que a instituição deseja construir de si frente ao público, interferindo, cada uma à sua maneira, na escolha e estruturação dos produtos midiáticos. A lógica da empresa dita a seleção dos produtos, levando-a a descartar aqueles que não correspondem a seus objetivos de audiência; a lógica da marca leva as empresas midiáticas a privilegiarem produtos coerentes com a imagem que desejam projetar de si, pois cada produto é elemento constitutivo da imagem da empresa, e a imagem da empresa semantiza cada produto.

Essa articulação do texto com seu entorno extratextual, via a presença de diferentes vozes, manifesta-se através da utilização de procedimentos estrategicamente planejados, pertencentes a diferentes ordens, aos quais se propõem denominar, respectivamente, de estratégias comunicativas e enunciativas.

Dessa maneira, é, no plano das relações extratextuais, que são concebidas essas estratégias que envolvem tanto formas de preservação e promoção de identidade, imagem, marca da empresa, como aspectos relativos à configuração do contexto sociocultural em que essa empresa atua, à realização, veiculação e divulgação dos produtos midiáticos, aos tipos de investimento a serem feitos, aos recursos tecnológicos convocados e, ainda, às suas relações com o mercado, tendo em vista o proveito que deles possa retirar do ponto de vista econômico.

2.2 Relações intertextuais

Todo texto contrai relações intertextuais de duas ordens: as de caráter paradigmático, ou seja, com outros textos que lhe servem de modelo; as de caráter sintagmático, ou seja, com outros textos que o precedem e/ou sucedem na cadeia e com os quais mantém diálogo.

2.2.1- Ordem paradigmática: entre gêneros, subgêneros e formatos

Como qualquer outro, o texto midiático mantém relações de caráter paradigmático com seu modelo de texto. Tais relações, fundadas em traços de semelhança e dessemelhança com esse conjunto virtual, estabelecem as normas que devem presidir sua realização. É no âmbito do paradigma que interessa atualizar as questões relativas aos gêneros midiáticos.

As empresas midiáticas operam com dois tipos de espaços: os internos, referentes aos estúdios, e os externos, concernentes às ações do mundo, conectados entre si pelos dispositivos tecnológicos. Não obstante, o mundo exterior não é a única fonte a partir da qual as mídias propõem realidades discursivas e as alimentam: os espaços internos, com o auxílio da tecnologia, passaram a fomentar acontecimentos com reflexos, inclusive, no mundo exterior, funcionando também como referência para as realidades discursivas que os textos midiáticos constroem. Esses diferentes percursos de acesso ao real oferecem ao receptor realidades discursivas de tipos diversos, tais como:

- a **metarrealidade**, tipo de realidade discursiva veiculada pelas mídias que toma como referência direta o mundo exterior e natural, constituindo-se nos produtos do gênero factual, que têm por base a veridicção em relação a acontecimentos do mundo exterior;

- a **suprarrealidade**, tipo de realidade discursiva veiculada pelas mídias que não tem compromisso direto com o mundo exterior, mas com a coerência interna do discurso que

produz, constituindo-se nos produtos do gênero ficcional, que têm por base a verossimilhança, pautando-se por leis, convenções e regras próprias;

- a **pararrealidade**, tipo de realidade discursiva veiculada pelas mídias que toma como referência um mundo paralelo, construído no interior do próprio meio, para o qual estabelece regras de funcionamento, constituindo-se nos produtos do gênero simulacional, que têm por base a hipervisibilização de acontecimentos provocados e controlados pela própria mídia;

- a **plurirrealidade**, tipo de realidade discursiva veiculada pelas mídias que pode tomar como referência simultaneamente o mundo real, ficcional e/ou paralelo, constituindo-se nos produtos do gênero promocional, que têm por base a veridicção/hipervisibilização, com vistas à divulgação de empresas, produtos, serviços, idéias, conceitos.

Assim, tendo em vista as diferentes funções atribuídas às mídias – informar, educar, entreter, promover –, dispõem-se de quatro **arquigêneros**: o factual, o ficcional, o simulacional e o promocional. Como, no Brasil, predomina a mídia de feição comercial, preocupada com resultados aferidos junto ao receptor, com vistas à obtenção de lucro/vantagem econômica, social, política e/ou simbólica em seu negócio, a promocionalidade acaba sendo uma função sempre presente, que permeia as demais, embora passe muitas vezes desapercibida.

Os **subgêneros** e **formatos** são responsáveis pelos percursos de configuração dessas realidades, ou seja, pelos seus procedimentos de colocação em discurso, projetando, sobre as categorias genéricas, formas que as estruturam, e que permitem

sua manifestação. Assim, um gênero pode *atualizar-se* sob diferentes subgêneros, agrupando um número infindável de produtos midiáticos. O **subgênero**, evidentemente, diz sobre um produto midiático muito mais que o gênero: como estrutura geral, ele pré-existe à realização efetiva de qualquer produto midiático, fazendo parte de um fundo de conhecimento comum que se constitui no conjunto de regularidades e expectativas que o definem como prática cultural e discursiva.

Ora, se a noção de subgênero subsume uma pluralidade de produtos midiáticos, a de **formato**, em contrapartida, os diferencia, identificando a forma e o tipo de produto midiático em questão: o formato é a realização material dos subgêneros, na medida em que pode até mesmo reunir e combinar vários subgêneros em um único produto. Em verdade, o formato é o processo pelo qual passa um produto midiático, desde sua concepção até sua realização/manifestação, com vistas a obter uma representação de caráter unitário que caracteriza um produto.

Em síntese, o estudo das relações intertextuais de caráter paradigmático possibilita o reconhecimento do gênero ao qual se filia um texto midiático, sua comparação com as expectativas previstas pelo subgênero, definindo o conjunto de regularidades que ele reitera, e suas especificidades e identidade, manifestas pelo formato adotado, em consonância com a mídia em estudo.

2.2.3 Ordem sintagmática: entre muitas vozes

Como qualquer outro, o texto midiático mantém relações de caráter sintagmático com outros textos que o precedem e/ou

sucedem na cadeia, visto que traz em si ecos, reverberações de outros discursos. Os textos, assim, refletem e refratam o mundo: ao mesmo tempo em que se referem ao real, à materialidade do mundo, eles também propõem, sugerem interpretações, mostrando a possibilidade de várias verdades, concomitantes e/ou contraditórias, sobre aquilo que se diz. Daí por que, nesse nível, também se manifestam outras tantas vozes, inúmeras semânticas, apropriadas de outros textos (BAKHTIN, 1997).

Esse tipo de intertextualidade, dessa forma, atualiza-se sob a forma de transposições e apropriações de fragmentos, de adaptações, de *remakes* e até mesmo de rerepresentações que um texto midiático faz de outros textos, conferindo-lhes novos sentidos, uma vez que os insere em novos processos comunicativos/enunciativos, com outras intenções. Uma série de estratégias discursivas dá conta desses procedimentos de transposição e de apropriação, correspondentes às deliberações estratégicas tomadas nesse nível.

Esse processo de caráter dialógico implica tanto uma orientação para outros discursos, como a incorporação de ângulos distintos de visão que se entrecruzam no interior do próprio discurso. Nessa perspectiva, todo dizer orienta-se para o já-dito, é réplica; é direcionado para a resposta, pressupõe um receptor. Essa internalização do diálogo, da heterogeneidade faz dele a expressão e articulação de múltiplas vozes sociais.

Assim, cada discurso reitera, refuta, confirma, complementa e depende de outros; é sempre formulado em resposta a um estado de coisas, está sempre relacionado a outros discursos, uma vez que é resultado de uma interação verbal: de



um lado, revela a posição do enunciador; de outro, expressa as posições responsivas, avaliativas, que lhe ficam subjacentes. Nessa perspectiva, além de ter como objeto um determinado conteúdo, sempre atualiza e responde a outras falas que a ele se contrapõem, esclarecem, julgam, configurando-se como espaço de manifestação de diferentes pontos de vista, visões de mundo, tendências se cruzam, se encontram e se distinguem.

Mas, no momento em que um texto, produto de um determinado contexto comunicativo/enunciativo, pertencente a um dado gênero, subgênero, incorpora, reitera outros textos, essas apropriações assumem nele sentidos diferentes daqueles de sua origem, recorrendo normalmente a estratégias metadiscursivas e/ou autorreflexivas para sua manifestação.

Em síntese, o estudo das relações intertextuais de ordem sintagmática compreende a interação de um produto midiático com outros textos, midiáticos ou não, dando conta de reiterações e/ou apropriações de outras vozes, que nele se atualizam, o reconhecimento do que o precede e sucede, abrindo, enfim, espaço aos receptores para as diferentes interpretações que possibilita.

2.3 Relações intratextuais

Todo texto internamente se configura a partir das relações contraídas entre expressão e conteúdo, podendo convocar e articular diferentes linguagens para sua manifestação. A semiótica discursiva propõe que o percurso dessa análise intratextual inicie pelo plano do conteúdo, pois concebe a narratividade como



instância geradora da significação, cuja existência virtual é pressuposta em qualquer manifestação discursiva. O conceito de narratividade tem, segundo Greimas, um caráter lógico-sintático-semântico; ele pressupõe a existência de uma **instância fundamental**, ou seja, de formas universais, organizadoras da narrativa, e extensivas a todo tipo de texto. Trata-se de uma organização mais abstrata e profunda, que, na sequência, é recoberta pela estruturação narrativa.

A **instância narrativa**, da ordem do cultural e do ideológico, organiza-se a partir de um esquema que prevê três percursos, mantidos entre si por relações de pressuposição e implicatura: *a qualificação do sujeito*, em que um destinador manipulador dota o sujeito de competência para a ação; *a realização do sujeito*, em que o(s) protagonista(s) sai(em) em busca do objeto de valor pretendido; e *a sanção do sujeito*, em que o destinador avalia a ação realizada pelo(s) protagonista(s), tendo em vista sua(s) prévia(s) qualificação(ões). Devido ao confronto entre sujeitos, toda narrativa possui um esquema duplicado. Há, assim, uma coerência, uma lógica, entre qualificação, ação, sanção, da ordem de causa/consequência; de meio/fim; de antes/depois. A relação de pressuposição entre esses percursos, não implica, em termos concretos, a necessidade de sua coexistência e manifestação em um único texto.

A última etapa do percurso de geração de sentido, a **instância discursiva**, pertence ao domínio da enunciação, sendo concebida como o modo escolhido pelo enunciador para contar a sua narrativa.

Como nas demais, à instância discursiva, corresponde

uma sintaxe e uma semântica, responsáveis pelas operações de seleção e combinação destinadas ao preenchimento e manifestações dos esquemas e dos programas provenientes da instância narrativa. A tematização e a figurativização são operações que pertencem ao âmbito da semântica, dando conta dos temas e de suas formas de figurativização; a actorialização, a temporalização, a espacialização e a tonalização são operações da ordem da sintaxe, visando à produção de um dispositivo de atores, de um quadro espaço-temporal e de um conjunto de formas de interpelação direcionadas ao receptor. A essas operações discursivas correspondem procedimentos, cuidadosamente planejados pelo enunciador para expressar o sentido que ele pretende conferir ao discurso, aos quais se denominam estratégias discursivas. Essas estratégias podem ser de várias ordens, dependendo do tipo de operação a que correspondem e do tipo de procedimento escolhido para manifestá-las.

Assim, entre outras, há **(1)** estratégias de tematização, ligadas ao tratamento do tema e/ou sua figurativização; **(2)** estratégias de temporalização, ligadas ao tratamento do tempo – retrospectivo (flashback), cronológico (continuado), prospectivo (projetado), superposto e suas formas de articulação; **(3)** estratégias de espacialização, ligadas ao tratamento do espaço/cenário; **(4)** estratégias de actorialização, ligadas ao tratamento dos atores discursivos – personagens-tipos, protagonistas, coadjuvantes, entre outros; **(5)** estratégias de tonalização, ligadas ao tratamento da relação entre o texto e seus receptores, referentes às indicações de como com eles quer interagir; **(6)**

estratégias de configuração da enunciação, ligadas ao tratamento objetivo/subjetivo da narrativa.

Em síntese, o estudo das relações intratextuais compreende uma análise que dê conta não só das relações contraídas no interior de cada um dos planos do texto, como da articulação entre esses dois planos. Essa análise deve ainda ficar atenta às manifestações das relações extra e intertextuais, presentes no texto, pois é sempre essa análise interna que permite recuperá-las.

2.4 Implicações extra, inter e intradiscursivas da incorporação das novas tecnologias

A produção midiática passa hoje por inúmeras alterações decorrentes da convergência midiática, ou seja, da recorrência a um conjunto de dispositivos e suportes tecnológicos advindos de diferentes mídias, mobilizados para a realização, veiculação e/ou consumo de textos midiáticos. Essa convergência tecnológica, cabe ressaltar, é sempre capitaneada por uma mídia que se sobrepõe às demais, definindo as regras a partir das quais essa interação pode ocorrer.

Esse lançar mão das possibilidades de convergência entre as mídias, convocadas ora para atuarem no interior desses textos, ora para participarem indiretamente, via interação com o receptor, manifesta-se, assim, sob duas variantes: **(1) a inerência**, de caráter intra e/ou intertextual, na qual está em jogo a condensação, isto é, a interiorização da articulação entre o produto e a(s) plataforma(s) apropriada(s), ficando essa

apropriação restrita aos limites do texto; **(2) a aderência**, de caráter extra e/ou intertextual, na qual está em jogo a expansão, ou seja, a exteriorização da articulação entre o produto e a(s) plataforma(s) apropriada(s), ultrapassando os limites do texto, em direção aos seus desdobramentos em outras mídias.

Distinguem-se várias formas de inerência, tais como: (a) a mera transposição de conteúdo de uma mídia para a outra; (b) a convocação de outras mídias para tomarem parte no relato, desempenhando funções explícitas no interior da própria narrativa; (c) a inserção, no relato, de mídias que possibilitem a interferência do receptor no desenrolar da trama.

A aderência é uma expansão que ultrapassa os limites do texto midiático, em direção a outras plataformas, como *blogs*, *twitters*, *facebook*s, e outros tipos de redes sociais. Esse movimento expansivo dá conta de informações sobre os produtos midiáticos, sobre os atores que interpretam esses papéis; possibilita a interferência dos receptores no desenrolar das tramas, na configuração e ação dos personagens. Há formas de expansão promovidas direta ou indiretamente, mantidas e controladas pelas próprias empresas de comunicação, que permitem ao receptor/internauta acompanhar, em páginas exclusivas, o desenrolar de programas, reservando-lhe ainda espaço para opiniões e críticas. Outros tipos de expansão referem-se a espaços decorrentes do livre engajamento dos receptores/ usuários.

Como a convergência é um processo evolutivo que não só integra diversas tecnologias, como está atento ao surgimento de novas opções, somente sua utilização reiterada pode fornecer o conhecimento necessário sobre as reais potencialidades do

meio, evidenciando as alterações em curso, bem como suas interferências nos contornos das diferentes gramáticas midiáticas.

3 Apontamentos finais

A aplicação de uma metodologia, inspirada nas proposições aqui apresentadas, que abrem a possibilidade de se analisarem os produtos midiáticos a partir de suas articulações extra, inter e intratextuais, deve iniciar pela definição dos níveis de pertinência privilegiados por uma dada pesquisa.

O âmbito de pertinência de uma investigação está estreitamente ligado aos seus objetivos, visto que são eles que estabelecem os limites do que deve fazer parte do objeto a ser submetido a exame. Com isso se quer dizer que o alargamento da noção de texto em direção a uma textualidade, ou seja, a um constructo que contemple suas relações com o processo comunicativo/enunciativo e com outros textos, só se justifica quando a intenção for considerar esse entorno que o *em*-forma. E, no caso da análise da produção midiática, na maioria das vezes, essa incorporação de outros níveis de pertinência se faz necessária.

De qualquer forma, o percurso teórico-metodológico deve ser definido, a cada vez, respondendo às características e necessidades de uma dada pesquisa. Trata-se de uma construção que vai ganhando consistência exatamente no *ir* e *vir* entre teoria, metodologia e prática analítica: a cada uma das análises correspondem alterações e complementações tanto no que concerne à proposta teórica como à metodológica, o que exige

que ela se manifeste em permanente estado de ajuste.

Referências Bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1981.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1982.

CASTRO, Maria Lília Dias de. Reflexões em torno do fenômeno promocional em televisão. In: TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde (org) E-book Como anda a publicidade? **II Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (II Pró-Pesq PP)**. ECA/USP, 2011. p.127-136.

CASTRO, Maria Lília Dias de. A fala autorreferencial na televisão brasileira: estratégias e formatos. **Revista Internacional de Comunicación Audiovisual Publicidad y Literatura**, Sevilha, v.1, n.10, 2012. p.78-93. Disponível em: <<http://www.revistacomunicacion.org/>>. Acesso em: 06 jun. 2012.

CASTRO, Maria Lília Dias de. Em torno de uma gramática promocional em televisão. In.: SILVEIRA, Ada Cristina Machado da (org.). **Estratégias Midiáticas**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2012. p. 115-128.

COURTÈS, Joseph. **Analyse sémiotique du discours** : de énoncé à l'énonciation. Paris : Hachette, 1991.

COURTÈS, J. **Introdução à semiótica narrativa e discursiva**. Coimbra: Almedina, 1979.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004. Col. Estudos sobre o audiovisual.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: desafios teórico-metodológicos. In: BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; MARTINO, Luiz Claudio, orgs. **Pesquisa empírica em comunicação (Livro Compós 2010)**. São Paulo: Paulus, 2010, p. 227-248.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (orgs). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007. Col. Estudos sobre o audiovisual.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. *Sur la convergence médiatique*. Trad. François Jost. **Télévision**, Paris, CNRS, n. 2, 2011.

FABBRI, Paolo. **El giro semiótico: las concepciones del signo a lo largo de su historia**. Barcelona: Gedisa, 1999.

FLOCH, Jean-Marie. **Sémiotique, marketing et communication: sous les signes, les stratégies**. Paris : PUF, 1990.

FONTANILLE, Jacques. **Significação e visualidade: exercícios práticos**. Porto Alegre: Sulina, 2005. Col. Estudos sobre o audiovisual.

GREIMAS, A.A propósito do jogo, **Verso e Reverso**, n. 27, São Leopoldo, Unisinos, p. 119-123, jul/dez 1998.

GREIMAS, A. J. As aquisições e os projectos (prefácio). In: COURTÉS, J. **Introdução à semiótica narrativa e discursiva**. Coimbra: Almedina, 1979.

HJELMSLEV, Louis. **Ensayos lingüísticos**. Madrid: Gredos, 1972.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1975.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOST, François. **Compreender a televisão**. trad. Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lília Dias de Castro, Vanessa Curvello. Porto Alegre: Sulina, 2007. Col. Estudos sobre o audiovisual.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.



A análise de conteúdo nas pesquisas brasileiras em comunicação: aplicações e derivações do método

Mirian Quadros¹

Gabriela Assmann²

Debora Cristina Lopez³

Considerações iniciais

A análise de conteúdo (ou AC, como abreviaremos no decorrer deste texto) é indicada por Herscovitz (2007) para os estudos que têm com objetos produtos midiáticos, servindo como ferramenta auxiliar na compreensão de fenômenos sociais, a partir do que é registrado pelos meios de comunicação. Sendo assim, o método encontra terreno fértil em pesquisas na

¹ Jornalista, doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática – Linha de Pesquisa Mídia e Estratégias Comunicacionais, pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Bolsista Capes. Membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Email: mirianrq@gmail.com.

² Mestranda em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Bolsista Capes. Membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - Unijuí, email: maryrutilli@hotmail.com.

³ Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria e do curso de Jornalismo do campus Frederico Westphalen da mesma instituição. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Email: deboralopezfreire@gmail.com.



comunicação social, sendo aplicado para análise de textos, áudio, imagens e mais recentemente também para conteúdos digitais.

Em função disso, neste capítulo temos como objetivo aprofundarmos os debates sobre a aplicação da análise de conteúdo em pesquisas contemporâneas da área de comunicação, apontando os principais usos, as referências teóricas mais frequentes e as derivações do método, a fim de contemplar as peculiaridades dos objetos midiáticos estudados. Para tanto, propomos uma reflexão amparada em um levantamento de dados, realizado junto aos programas de pós-graduação brasileiros, considerando a aplicação da análise de conteúdo em teses e dissertações defendidas no ano de 2012.

Assim, iniciamos o presente capítulo discutindo a análise de conteúdo em si – sua origem, definição, críticas e procedimentos de aplicação. Em seguida, apresentamos os critérios metodológicos adotados para a realização do levantamento de dados e expomos as informações obtidas, refletindo sobre a utilização do método para análise de produtos midiáticos e salientando as peculiaridades das principais aplicações identificadas entre as pesquisas recentes em comunicação social.

O método

A análise de conteúdo é um método das ciências sociais e humanas que se destina a investigar fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa. A adoção regular deste método passou a ocorrer no início do século XX, estando a serviço



de vários campos de conhecimento.

Desde sua presença nos primeiros trabalhos da *communication research* às recentes pesquisas sobre as novas tecnologias, passando pelos estudos culturais e de recepção, esse método tem demonstrado grande capacidade de adaptação aos desafios emergentes da comunicação e de outros campos do conhecimento (FONSECA JÚNIOR, 2012, p. 280).

Apesar disso, a análise de conteúdo já passou por períodos em que foi privilegiada e outros nos quais foi desqualificada, pois, segundo os críticos, sua origem positivista não permitiria uma aproximação crítico-ideológica suficiente dos meios de comunicação de massa. Já nos anos 90, com a possibilidade de acessar bancos de dados de jornais, rádios e televisão através da web, o interesse dos pesquisadores pelas técnicas da análise de conteúdo se renovou.

Por ser derivado do positivismo, corrente de pensamento cuja principal característica é a valorização das ciências exatas, a análise de conteúdo era um método aplicado somente a estudos quantitativos. Após muitas críticas, a análise de conteúdo incorporou a inferência e tornou-se um método híbrido, que reúne elementos qualitativos e quantitativos, e voltando a ser amplamente utilizado em pesquisas, especialmente as da área da comunicação.

Para Bardin (1977, p. 42), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas aplicado à análise das comunicações, com

o objetivo de obter “indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”. A análise de conteúdo, portanto, parte de uma descrição objetiva e sistemática, baseada na codificação e categorização do conteúdo de uma mensagem, a partir da enumeração de unidades de registro pré-estabelecidas. Segundo Bauer (2012), essa capacidade de sintetizar o conteúdo em análise, reduzindo a complexidade de um conjunto de textos a uma classificação sistemática e a dados estatísticos é uma das peculiaridades da AC. Por meio de técnicas, como as que veremos a seguir, grandes volumes de informações podem ser organizados e analisados, facilitando ao pesquisador a tarefa interpretativa.

De acordo com Bardin (1977) o método se estrutura em cinco etapas: a organização da análise, a codificação, a categorização, a inferência e o tratamento informático.

A primeira etapa envolve o contato inicial do pesquisador com os documentos que serão analisados, “deixando-se invadir por impressões e orientações” (BARDIN, 1977, p. 96), prática que a autora chamou de “leitura flutuante”. Em seguida, dá-se a escolha dos documentos, ou seja, a constituição do *corpus* de pesquisa; a formulação das hipóteses e objetivos de pesquisa; a referenciação dos índices e elaboração de indicadores; e, por fim, a preparação do material.

O passo seguinte, de codificação, “é o processo de transformação dos dados brutos de forma sistemática” (FONSECA JUNIOR, 2012, p. 294). Para isso, o pesquisador deve definir as unidades de registro e de contexto, além de

escolher as regras de enumeração. Segundo Bardin (1977), as unidades de registro correspondem ao segmento de conteúdo que será considerado como unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial. Assim, pode-se adotar como unidades de registro, por exemplo, uma palavra, um tema, um parágrafo, personagem, acontecimento ou documento. Já a unidade de contexto, tem o objetivo de facilitar a compreensão das unidades de registro, podendo ser, conforme exemplifica Bardin (1977), uma frase, para contextualizar uma palavra, ou um parágrafo, no caso de uso do tema como unidade. Já as regras de enumeração dizem respeito ao modo de contagem das unidades de registro que será adotado na análise, que podem ser: a presença ou ausência, a frequência, intensidade, direção, ordem e co-ocorrência.

No passo da categorização o pesquisador deve estabelecer as categorias nas quais posteriormente irá separar os dados coletados. Segundo Bardin (1977) podem-se adotar critérios semânticos (escolha de categorias temáticas), sintáticos (optando-se por verbos ou adjetivos), léxicos (de acordo com o sentido das palavras) e expressivos (que levariam em conta as expressões, como por exemplo, perturbações da linguagem). Ainda, segundo Bardin (1977) e Barros e Targino (apud HERSCOVITZ, 2007), uma boa categorização deve possuir as seguintes características: exclusão mútua, homogeneidade, pertinência, objetividade e fidelidade, e produtividade.

Após esses três passos chega-se a hora de inferir sobre os dados coletados e categorizados. Este momento é crucial para a análise, pois permite ao analista compreender o significado do

que foi coletado. Por fim, a última fase é a do tratamento informático, momento no qual os dados podem ser analisados por *softwares* específicos.

A codificação e a categorização do conteúdo configuram-se como a primeira fase da aplicação do método, de caráter mais quantitativo e sistemático. A etapa qualitativa procede com inferências a partir dos dados coletados, constituindo, de acordo com Fonseca Junior (2012, p. 298), o momento mais fértil da análise de conteúdo, “estando centrado nos aspectos implícitos da mensagem analisada”. Nessa fase, Herscovitz (2007, p. 127) compara a postura do pesquisador à de um detetive “em busca de pistas que desvendem os significados aparentes e/ou implícitos dos signos e das narrativas jornalísticas, expondo tendências, conflitos, interesses, ambiguidades ou ideologias presentes nos materiais examinados”. Não é – ou ao menos não somente – o que está na superfície que deve ser levado em consideração na análise de conteúdo, mas sim também o que se encontra “submerso”, que é latente. Isto é, como explica Bardin (1977, p. 21), o interesse da análise de conteúdo não está meramente na descrição dos conteúdos, “mas sim no que estes nos poderão ensinar após serem tratados (por classificação, por exemplo) relativamente a ‘outras coisas’”. Assim, a descrição quantitativa dos elementos identificados no conteúdo analisado não se encerra por si só, mas se converte em dados que fundamentam as inferências. Para além do simples registro numérico da frequência de uma unidade, a análise de conteúdo visa interpretar o que esses números representam no contexto estudado.

Ademais, cabe ressaltar que, enquanto para um estudo quantitativo o que interessa é somente o registro de quantas vezes

uma determinada característica ou unidade aparece, na análise de caráter qualitativo “é a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração” (BARDIN, 1977, p. 21). Logo, uma unidade de registro que não é contabilizada na fase quantitativa da análise não se torna descartável, mas sim é incluída como evidência. A ausência, na análise de conteúdo, ao contrário de ser ignorada, é compreendida como dado empírico, também passível de interpretação.

A análise de conteúdo, contudo, apresenta certas limitações. Bauer (2012), indica três dilemas que acompanham os pesquisadores que se utilizam do método. O autor refere-se à preocupação quanto à relação entre amostragem e codificação, indicando a necessidade de equilíbrio entre o tamanho da amostra e a qualidade do processo de sistematização; a preocupação quanto à complexidade da codificação e o tempo disponível para tanto; e, ainda, o dilema entre a fidedignidade e a validade, problematizando a dificuldade de conciliar em uma pesquisa resultados fidedignos e ao mesmo tempo complexos, com relevância teórica.

Acrescentamos a esses dilemas a questão levantada por Leal et al (2012), que apontam para a dificuldade de aplicabilidade da AC em textos complexos, especialmente de caráter audiovisual. Bauer (2012, p. 195) indica a análise de conteúdo como um método para análise de textos, principalmente impressos: “Os materiais clássicos da AC são textos escritos que já foram usados para algum outro propósito”. No entanto o autor reconhece a aplicação de procedimentos semelhantes em pesquisas com imagens e sons. Para Herscovitz (2007) o método é aplicável à análise de textos, sons,



símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital. Por isso, ela indica o método como um dos mais eficientes para análise de conteúdo midiático, capaz de interpretar, por exemplo, a vida social de uma época a partir do que foi veiculado na mídia ou então “avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações, para identificar elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias [...]” (HERSCOVITZ, 2007, p. 123).

Leal et al (2012), entretanto, enfatizam que a visão simplificada de texto da AC clássica configura-se como uma limitação do método para a análise de textos complexos. Segundo os autores, ao privilegiar a linguagem verbal, a AC impõe dificuldades ao pesquisador que trabalha com imagens, estáticas ou em movimento. Ou seja, a fim de poder aplicar o método o investigador se vê obrigado a transformar os signos em texto, para só assim poder efetuar a codificação; dessa forma, perdendo elementos relevantes de análise. Conforme Leal et al (2012), a incapacidade ou a dificuldade de lidar com silêncios ou com o que não é verbalizado como partes constitutivas de uma mensagem são as principais críticas dirigidas à análise de conteúdo por pesquisadores filiados à outras vertentes teórico-metodológicas, especialmente da análise do discurso. Para os autores, a alternativa viável para a análise de conteúdo é justamente o reconhecimento da complexidade dos textos comunicacionais, ao contrário de reduzi-los somente à linguagem verbal: “[...] os textos midiáticos são construídos em meio e por meio de uma rede/trama elocucionária de textos que se encontram entrelaçados e se afetam de maneira recíproca” (LEAL et al, 2012,



p. 386, tradução nossa).⁴ Para dar conta desta complexidade, Leal et al (2012) sugerem a articulação da AC com outros métodos e técnicas de pesquisa, que atuariam de forma combinada, cercando os aspectos depreciados ou fora do alcance da análise de conteúdo, como o não dito, o contexto ou as formas não verbais de comunicação.

Análise de conteúdo nas pesquisas brasileiras

Com o objetivo de verificar como a análise de conteúdo vem sendo aplicada em estudos em comunicação realizamos um mapeamento do uso deste método nas pesquisas brasileiras. Para isso, delimitamos como *corpus* as teses e dissertações defendidas nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação do Brasil no ano de 2012. Os trabalhos foram consultados por meio do acesso aos sites das universidades filiadas à Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), no período de agosto à novembro de 2013. Foram examinados, dessa forma, 41 PPGs, sendo que destes 3 ainda não possuem trabalhos defendidos e 4 não disponibilizaram as teses e dissertações para consulta.⁵

A consulta aos sites resultou em 613 trabalhos analisados, sendo 476 dissertações e 137 teses. Destes, 57 trabalhos

⁴ No original: “[...] los textos mediáticos son construidos en medio y por medio de una red/trama ilocucionaria de textos que se encuentran entrelazados y se afectan de manera recíproca”.

⁵ As universidades que não disponibilizaram as teses e dissertações defendidas em 2012 foram: A Universidade Federal de Goiás (UFG), Universidade Federal do Ceará (UFC), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e Universidade Federal de São Carlos (UFSCa). Nestes casos, a consulta foi realizada, primeiramente, no site do programa e na biblioteca da universidade. Posteriormente, buscamos contato via e-mail com as coordenações dos cursos, sem, no entanto, obter acesso aos trabalhos.

utilizaram o método de análise de conteúdo, dos quais 52 são dissertações e 5 são teses. As pesquisas foram avaliadas por meio de uma ficha de análise contendo os seguintes itens:

- a) Método único x híbrido: uso da análise de conteúdo isolada ou de forma combinada com outras técnicas e métodos de pesquisa;
- b) Material analisado: tipo de conteúdo que compôs o *corpus* de análise de cada pesquisa;
- c) Autores de referência: autores citados como referência para a aplicação do método.

Antes de apresentar os principais resultados obtidos por meio do levantamento cabe ponderarmos sobre algumas dificuldades enfrentadas durante o mapeamento. Além dos problemas de acesso a alguns trabalhos, em algumas teses e dissertações não encontramos descrições claras dos procedimentos metodológicos. Enquanto em algumas pesquisas, por exemplo, a análise de conteúdo era citada apenas no resumo ou na introdução em outros casos não identificamos nenhum autor de referência como embasamento para a aplicação do método. Observamos também que alguns trabalhos traziam nas referências bibliográficas obras sobre análise de conteúdo, no entanto o método não aparecia na descrição metodológica do trabalho em nenhum momento. Nesses casos as pesquisas não foram contabilizadas, pois baseamos o levantamento nos trabalhos em que o autor declarava estar fazendo análise de conteúdo.

Apresentaremos a seguir os principais resultados obtidos por meio deste levantamento.

Quanto ao uso do método, identificamos 21 trabalhos que usam a AC de forma isolada, enquanto 36 pesquisas empregam a análise de conteúdo de forma combinada com outras técnicas e metodologias de pesquisa. Nesse sentido, observamos que em muitos casos a combinação não se limita apenas a um método complementar, mas a utilização de vários métodos ou técnicas. Os métodos mais utilizados em conjunto com a análise de conteúdo identificados pela pesquisa podem ser visualizados na figura 1, a seguir.

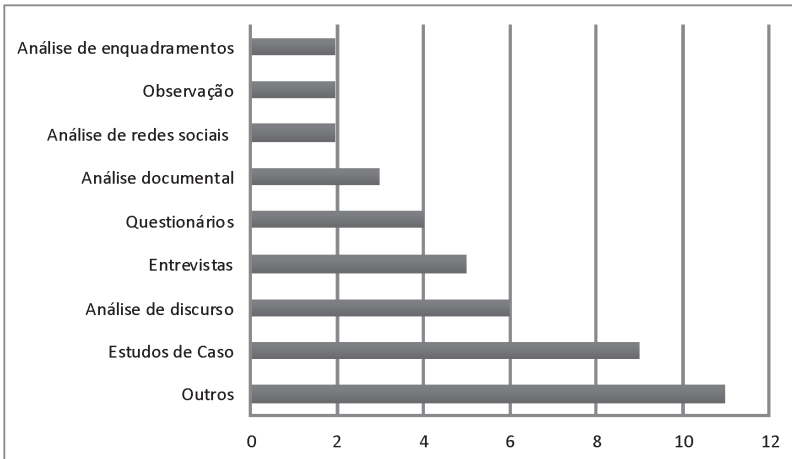


Figura 1 – Métodos mais combinados

Fonte: Elaboração das autoras.

Como podemos perceber na figura 1, o método mais utilizado de forma combinada com a análise de conteúdo é o estudo de caso, empregado em 9 pesquisas. Em seguida, identificamos o uso da análise do discurso, em suas diferentes vertentes (análise crítica do discurso, análise do discurso de vertente francesa, entre outras), em 6 trabalhos; diversos tipos

de entrevistas (semi-estruturada, em profundidade, assíncrona, entre outras), utilizadas em 5 teses e dissertações; e ainda 4 trabalhos utilizaram questionários, também em diferentes formatos. Outros métodos que apareceram em quantidade significativa foram: análise documental, presente em 3 pesquisas, análise de redes sociais, observação e análise de enquadramento, cada uma empregado em 2 trabalhos.

Foram identificados, ainda, em 11 trabalhos, métodos complementares empregados, cada um deles, somente por um pesquisador e, portanto, agrupados na categoria *Outros*. Estes são: etnografia, estatística, análise retórica, análise de conversação e fala, iconologia, teoria crítica e teoria geral do estado, análise estrutural da narrativa, hermenêutica em profundidade, grupo focal, análise teleficcional e análise dos instrumentos de informação e diálogo⁶.

A variedade de métodos e técnicas de pesquisa utilizados de forma complementar à análise de conteúdo vai ao encontro de Leal et al (2012), que defendem justamente a utilização da AC de forma combinada com outras técnicas de pesquisa visando a suprir as limitações do método, cobrindo os diferentes aspectos da mensagem sob análise.

A flexibilidade da análise de conteúdo, que evidenciamos nas combinações metodológicas, também pode ser observada na variedade de materiais que podem ser analisados por meio do método, como demonstra a figura 2.

⁶ Importante salientar que para a identificação dos métodos e técnicas complementares nos valem das informações descritas pelos próprios autores das pesquisas.

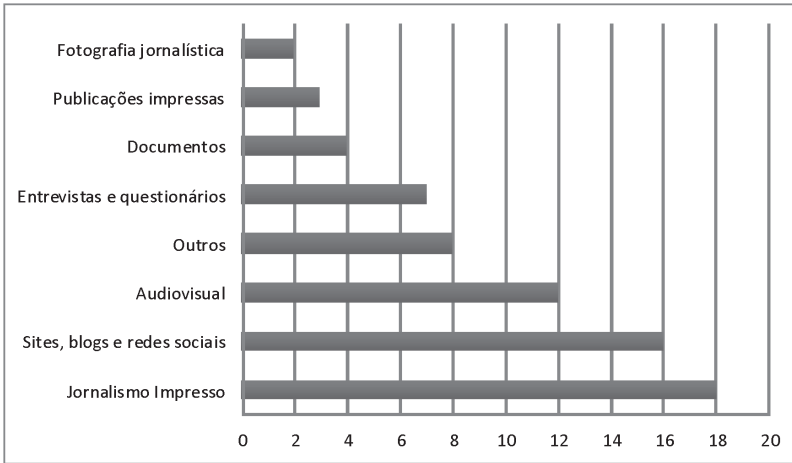


Figura 2 – Tipos de materiais analisados

Fonte: Elaboração das autoras.

Devido a grande quantidade de diferentes materiais identificados pela pesquisa, optamos por agrupá-los em categorias. Assim, no item *Jornalismo Impresso*, que obteve o maior índice de aplicação – 18 trabalhos – reunimos as pesquisas que tinham como *corpus* de análise textos jornalísticos publicados em jornais e revistas impressas. Já na categoria *Sites, Blogs e Redes Sociais*, que corresponde a 16 pesquisas, agrupamos os estudos focados em conteúdos publicados nestas plataformas digitais. Aqui consideramos além dos textos disponibilizados em sites, *blogs* e sites de redes sociais, também os comentários publicados nestes espaços. Como *Audiovisual*, consideramos todos os materiais deste formato, tanto de caráter jornalístico, quanto institucional, publicitário e ficcional, veiculados em diferentes suportes. Assim, nesta categoria agrupamos 12 trabalhos, entre eles, por exemplo, conteúdos audiovisuais publicitários veiculados na internet,

telenovelas e filmes.

Em 7 teses e dissertações encontramos objetos de pesquisa que identificamos como *Entrevistas e Questionários*, ou seja, a análise de conteúdo foi aplicada para a análise de entrevistas e questionários, em diferentes formatos, e ainda relatos de grupo focal. Já no item *Documentos*, reunimos as 4 pesquisas que tinham como objetos materiais não midiáticos, como, por exemplo, relatórios de acompanhamento e avaliação dos institutos nacionais de ciência e tecnologia, objeto de pesquisa específico de uma dissertação defendida na Universidade Católica de Brasília (UCB).

Ainda, consideramos na categoria *Publicidade Impressa* 3 pesquisas voltadas à análise de peças publicitárias publicadas em jornais ou revistas impressas. E na categoria *Fotografia Jornalística*, reunimos 2 trabalhos dedicados ao estudo deste objeto específico. Por fim, no item *Outros* agrupamos pesquisas cujos objetos foram analisados cada um deles somente por um pesquisador e não se encaixavam nas definições anteriores. Nesta categoria, assim, estão: intranet, livros, identidade visual, informativo on-line, releases, cartoons, quadrinhos e games.

A diversidade de materiais estudados por meio da análise de conteúdo, identificados nas pesquisas defendidas no ano de 2012 pelos PPGs brasileiros demonstra as diferentes possibilidades de aplicação do método. Observamos a ampla utilização da AC para a análise de produtos midiáticos, especialmente jornalísticos, confirmando a perspectiva de Herscovitz (2007), que reforçava o emprego do método para o estudo de diferentes formatos, como uma forma de interpretação

da sociedade de determinada época, a partir do que foi veiculado na mídia.

Contudo, percebemos também a utilização da análise de conteúdo para estudo de objetos que, talvez, pudessem ser melhor observados à luz de outras metodologias. É o caso, principalmente, das pesquisas que têm como objetos imagens estáticas ou em movimento. Como vimos anteriormente, Leal et al (2012) discutem isso, apontando para as dificuldades de uso da AC para análise de produtos audiovisuais, por exemplo. Segundo os autores, esse tipo de objeto ao ser analisado por meio da AC acaba sendo convertido em texto, o que provoca a perda de elementos importantes, manifestos somente através de imagens. Assim, pesquisas como a dissertação defendida na Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS) que teve como objeto a identidade visual de *pet shops*, provavelmente poderia ser analisada por meio de uma estratégia metodológica que contemplasse também uma análise com base semiótica, ou o estudo sobre representação de gênero em filmes do cineasta Pedro Almodóvar, objeto de uma dissertação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ), que poderia ter como método complementar uma análise fílmica.

Ao contrário da diversidade de combinações metodológicas e de materiais analisados, o levantamento dos autores de referência para a aplicação do método revela poucas variações, como podemos observar na figura 3.



Figura 3 – Autores de referência

Fonte: Elaboração das autoras.

São 5 os autores mais usados como referência para explicar o método de análise de conteúdo nas pesquisas analisadas. Laurence Bardin é a mais citada, sendo referenciada em 43 trabalhos. Em segundo lugar como mais citados, aparecem Martin Bauer e Wilson Corrêa Fonseca Jr., cada um mencionado em 10 trabalhos. Heloisa Herscovitz e Klaus Krippendorff são citados em seguida, respectivamente em 9 e 6 pesquisas. Agrupamos na categoria *Outros* os 17 autores que foram menos citados.

É interessante observar a importância do livro *Análise de Conteúdo* de autoria de Bardin, em suas diferentes edições, mencionado em 43 dos 57 trabalhos, ou seja, é referência para 75,4% das pesquisas. O número de pesquisas que utilizam o livro somado ao número de vezes em que foi reeditado denota a importância da obra para os pesquisadores que utilizam o método.

O levantamento realizado nos permite fazer alguns

apontamentos sobre o uso do método de análise de conteúdo nas pesquisas em comunicação. Evidenciamos uma ampla utilização deste método nos estudos desenvolvidos nos PPGs brasileiros, correspondendo a 9,3% dos trabalhos defendidos no ano de 2012. Em nível de mestrado, o uso do método revelou-se ligeiramente maior, representando 10,9% das dissertações analisados, enquanto que entre os cursos de doutorado, apenas 3,6% das teses utilizam o método. A análise de conteúdo também se mostrou um método bastante versátil, principalmente quando utilizado em conjunto com outras técnicas e metodologias de pesquisa. Em 5,5% dos trabalhos a AC foi usada de forma combinada com outros métodos, enquanto que em 3,7% das pesquisas foi adotada como método único. Mas, apesar de ser um método tão variado, sua base teórica para aplicação é fundamentalmente a mesma, ancorada nos estudos de Laurence Bardin.

Cabe ainda observarmos, mesmo que este não tenha sido o objetivo deste artigo, que apesar da maior parte das pesquisas basearem-se em Bardin, muitos trabalhos não seguem sistematicamente o método proposto pela autora. Foram poucos os trabalhos que indicaram, por exemplo, as unidades de registro ou contexto utilizadas. Isso nos permite inferir que muitos pesquisadores se inspiram na metodologia, porém, fazem adaptações buscando ajustar a análise de conteúdo ao seu objeto de estudo.



Considerações finais

Neste capítulo nos propomos a discutir sobre a aplicação do método de análise de conteúdo em pesquisas contemporâneas da área de comunicação. Para tanto, inicialmente discutimos a análise de conteúdo através dos principais autores que embasam a aplicação do método. Nesta etapa apresentamos a metodologia desde suas origens, seus principais usos e a sua aplicação especificamente em estudos da área da comunicação.

Em seguida, conduzimos um levantamento nos Programas de Pós-Graduação em comunicação brasileiros a fim de apontar como a análise de conteúdo vem sendo utilizada nas pesquisas do campo. Nesta etapa analisamos as dissertações e teses defendidas em 2012 disponíveis nos sites dos 41 PPGs filiados à Compós, identificando 57 trabalhos que utilizam o método.

A apreciação dos trabalhos selecionados apontou para um amplo uso da análise de conteúdo principalmente de forma combinada com outros métodos, o que confirmou as considerações de Leal et al (2012) sobre a metodologia. Da mesma forma percebemos a possibilidade de aplicação da AC em diferentes objetos de pesquisa, o que vai ao encontro de Herscovitz (2007), que defende a escolha da análise de conteúdo como metodologia para análise de objetos midiáticos. Percebemos ainda que Bardin é a principal referência teórica para pesquisadores que trabalham com análise de conteúdo.

Consideramos que o levantamento realizado nos permite apontar importantes tendências sobre o uso da análise de



conteúdo como metodologia em estudos da área da comunicação. Apesar de o método ter uma sistematização proposta por Bardin (1977) ele surge na maioria dos casos como uma inspiração para os pesquisadores que o adaptam de forma a atender os mais diversos objetos e objetivos da pesquisa. A análise de conteúdo se mostra, então, um método versátil e flexível para os estudos em comunicação, especialmente no atual cenário midiático que possibilita a análise de grandes volumes de informação.

Referências bibliográficas

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2012. p. 189-217.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 280-304.

HERSCOVITZ, Heloisa G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes. 2007. p. 123-142.

LEAL, Bruno Souza et al. El acontecimiento como contenido de las noticias: repensando una metodología. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**. v. 18, n. 1, p. 383-398, 2012.



Subjetividades, estranhamentos e situacionalidades: contribuições da antropologia para a pesquisa em jornalismo

Juliana Loureiro de Oliveira¹

Virginia Pradelina da Silveira Fonseca²

As relações entre o campo de estudos da comunicação e a antropologia vêm sendo apontadas já há algum tempo tanto por pesquisadores da comunicação quanto por antropólogos. Estes últimos têm se mostrado especialmente interessados em compreender determinados fenômenos culturais que têm os meios de comunicação não apenas como *locus* de produção de sentidos, mas como agentes que atuam na sua constituição, conferindo existência simbólica e material a tais fenômenos. Enquanto parte dos pesquisadores em comunicação têm procurado compreender os contextos de produção e recepção dos produtos midiáticos a partir de uma perspectiva antropológica, os pesquisadores da antropologia buscam sobretudo entender as relações desses produtos com outros

¹ Jornalista, mestranda nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) e Antropologia Social (PPGAS) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

² Jornalista, doutora em Comunicação e Informação, professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.



agentes sociais, econômicos, governamentais, religiosos, etc., levando em consideração as relações de poder que atravessam essas interações, tal como afirma Dickey (1997). Partindo do método etnográfico, esses autores buscam “ir além do texto e ao encontro do contexto, das redes complexas em que estes textos se inserem e das quais emergem” (RIAL, 2004, p. 30).

No campo mais restrito de pesquisa em jornalismo, a aproximação com a antropologia tem se dado, segundo Lago (2007; 2010), principalmente através da “importação” do método etnográfico e de técnicas utilizadas na pesquisa antropológica sem, no entanto, haver uma reflexão mais profunda sobre o fazer etnográfico e suas implicações teóricas, políticas e epistemológicas. É comum ouvirmos de antropólogos – seja em contextos mais informais ou em momentos mais formais de discussão sobre a disciplina, tal como no texto de Fonseca (1999) – que há uma espécie de “moda” na utilização do método etnográfico não apenas na comunicação, mas em áreas como educação, administração, saúde coletiva, etc. Segundo esses antropólogos, a utilização sistemática do método etnográfico em pesquisas de outras áreas raramente vem acompanhada de reflexões “chave” para o campo antropológico, como, por exemplo, as imbricações teóricas do fazer etnográfico, a posição do pesquisador, as relações que este estabelece em campo com seus interlocutores, o processo de escrita etnográfica, etc. Perde-se de vista, portanto, a dimensão daquilo que Cardoso de Oliveira (2006) define como o trabalho moral, político e epistemologicamente delicado de colocar “vidas alheias” em textos.



Procuramos, aqui, portanto, realizar uma aproximação entre algumas reflexões típicas da antropologia com o campo de pesquisa em jornalismo – e a própria prática profissional jornalística, como vem apontando direta ou indiretamente autores como Lago (2010) e Resende (2009a; 2009b). Buscaremos discutir alguns possíveis caminhos para tornar as pesquisas realizadas no âmbito da comunicação, especialmente aquelas que utilizam as técnicas de observação participante e entrevista, mais atentas e sensíveis a questões tão caras à antropologia contemporaneamente.

A primeira dessas questões é a compreensão do trabalho etnográfico como um encontro, um diálogo entre vozes múltiplas, entre sujeitos que ocupam posições marcadamente distintas. Esses encontros de subjetividades, suas representações por parte do pesquisador e as diferenças de posição neles implicadas, portanto, são aqui tomados como pontos importantes a serem pensados durante todo o percurso de pesquisa – desde a estada em campo, a realização de entrevistas, até o momento de escrita do texto etnográfico e a possível restituição da pesquisa para o grupo pesquisado.

A segunda questão que trataremos é o exercício constante da dúvida, a postura antropológica de estranhar e pôr em questão os próprios pressupostos teóricos e categorias disciplinares estabelecidas, travando um embate contínuo entre esses pressupostos, incluindo as teorias sociológicas universalistas, e as experiências etnográficas concretas, realizadas a partir de sujeitos “de carne e osso”, complexos, dotados de subjetividades e agências.

Por fim, a terceira questão, diretamente relacionada com as outras duas, refere-se a uma posição defendida especialmente por autoras antropólogas provenientes do campo de estudos feministas da ciência, especialmente Donna Haraway (1995), sobre a situacionalidade do conhecimento e a importância do reconhecimento da perspectiva parcial para a ciência, levando-se em consideração as transformações nas “maneiras de ver” os fenômenos científicos e um reposicionamento da corporalidade e da subjetividade nos processos de pesquisa.

Por ser uma reflexão que se pretende próxima ao campo antropológico, e, portanto, resistente a modelos rígidos, tal como define Peirano (1992), não buscamos aqui produzir um manual sobre como utilizar o método etnográfico em pesquisas na área da comunicação e mais especificamente do jornalismo, muito menos apreender a totalidade daquilo que é possível ser dito sobre a aproximação entre esses campos em questão. Tentaremos, pelo contrário, apontar *algumas* possibilidades de discussão que identificamos como relevantes para realizarmos pesquisas mais atentas às questões teóricas e epistemológicas que circundam a disciplina antropológica contemporaneamente e que podem vir a contribuir para que assumamos posições menos ingênuas em relação ao processo de produção do conhecimento, assumindo nossos lugares enquanto sujeitos que produzem pesquisas *com* outros sujeitos a partir de posições particulares e sempre parciais.

Do paradigma monológico ao reconhecimento das vozes múltiplas

Apelidada de “ciência da alteridade”, a antropologia consolidou-se como sendo uma disciplina de reflexão sobre as diferenças. Desde a sua origem, com os estudos sobre os povos tidos como “exóticos”, até a superação da chamada “crise moderna da antropologia” (LÉVI-STRAUSS, 1962), a questão das diferenças entre grupos e sociedades humanas esteve constantemente no centro da reflexão antropológica. Assim, o método etnográfico, e a principal técnica que se desdobraria dele a partir de Malinowski, a observação participante, consolidaram-se como formas de apreender a palavra do Outro, tida enquanto uma fonte de reflexão e produção de conhecimento. O trabalho de campo é, portanto, caracterizado por essa busca pela palavra do Outro, conformando-se sempre através de diálogos, conversas, traduções, etc., que marcam o encontro etnográfico. Dessa forma, as palavras são “engendradas e fabricadas a partir de uma relação entre sujeitos, essência mesma do fazer etnografia”, como afirma Gonçalves (2010, p. 8).

Por ser uma ciência que se dá a partir da relação entre sujeitos e que se desdobra em palavras, em textos, a antropologia é uma disciplina permeada de reflexões e discussões sobre as condições de interação entre pesquisadores e sujeitos pesquisados e a representação destes últimos na escrita etnográfica. Nas últimas décadas, especialmente, vêm sendo problematizado aquilo que James Clifford (2011) denomina de “autoridade etnográfica”, que consiste nas estratégias retóricas através das



quais o antropólogo, enquanto autor, se situa (ou não) no texto etnográfico, assegurando a legitimidade do seu discurso sobre o contexto social e cultural que estuda. Tal reflexão sobre a autoridade etnográfica está estritamente relacionada não apenas com a posição do pesquisador, mas também com o papel que os interlocutores, os sujeitos pesquisados, ocupam na pesquisa.

Assim, Clifford está interessado em pensar as imagens que são constituídas, através do método etnográfico, sobre os diferentes povos e grupos estudados a partir da sua localização em “relações históricas específicas de dominação e diálogo” (2011, p. 19). O antropólogo-historiador entende que não há como compreender o desenvolvimento da ciência etnográfica fora de uma discussão político-epistemológica sobre a escrita e a representação da alteridade. Essa reflexão sobre a posição do Outro na pesquisa e a representação deste no texto etnográfico talvez seja uma das principais “faltas” nos trabalhos realizados no campo da comunicação que se utilizam do método etnográfico. Por essa razão, acreditamos ser relevante retomar a discussão empreendida por Clifford (2011) sobre tal questão.

O referido autor reconhece a existência de quatro tipos de autoridades etnográficas que, embora tenham aparecido em momentos históricos distintos, coexistem até hoje em cada etnografia. São elas: autoridade experiencial, interpretativa, dialógica e polifônica. A primeira consolidou-se entre as décadas de 1920 e 1950, iniciando com Malinowski, e está baseada na vivência do antropólogo junto ao grupo pesquisado durante um período de tempo suficiente (embora não especificado), utilizando a língua nativa, investigando determinados temas e,



principalmente, observando e participando da “cultura nativa”. Nesse fazer etnográfico, “a cultura era pensada como um conjunto de comportamentos, cerimônias e gestos característicos passíveis de registro e explicação por um observador treinado” (CLIFFORD, 2011, p. 28). Assim, cabia ao antropólogo observar os comportamentos, os rituais, as práticas, e descrevê-los, supondo-se que, assim, ele apreenderia a cultura nativa, tida enquanto uma totalidade externa acessível ao pesquisador.

A antropologia hermenêutica, apresentada por Geertz na década de 1970, inauguraria o que Clifford (2011) entende como autoridade interpretativa, que caracteriza-se pelo reconhecimento do caráter criativo das narrativas, observações e descrições etnográficas. Assim, passou-se a reconhecer que o antropólogo constrói uma interpretação das culturas, entendidas como “teias de significados” sobre as quais se deveria realizar uma “descrição densa” (GEERTZ, 2008). Nesse processo interpretativo, no entanto, o antropólogo acaba apresentando os seus interlocutores como sujeitos totais, representantes de uma cultura homogênea e desprovida de ambiguidades e diversidades de significação. Ou seja, o pesquisador não se refere aos seus interlocutores como sujeitos individuais, mas como representantes da cultura estudada como um todo, referindo-se a eles como “os nuer, os trobriandeses ou os balineses”, produzindo uma espécie de visão essencialista sobre esses sujeitos, tal como chama atenção Ortner (2007b). Nesse modelo etnográfico, a situação de pesquisa é mostrada como um retrato integrado, coerente, afastando-se as situações discursivas estabelecidas entre antropólogo e interlocutores individuais. Como no modelo experiencial, há um monopólio do



olhar por parte do pesquisador, configurando-se uma pesquisa estritamente monológica. Há, portanto, o completo apagamento das relações dialógicas do trabalho de campo, que são deixadas de fora do texto etnográfico.

A partir da crítica à antropologia interpretativa, houve um crescente reconhecimento de que a etnografia é um processo discursivo, uma negociação envolvendo pelo menos dois sujeitos “conscientes e politicamente significativos” (CLIFFORD, 2011, p. 41). Passou-se, assim, a compreender a etnografia como um encontro, uma interlocução que se dá em um contexto específico de pesquisa. Surgem, a partir daí, as autoridades dialógica e polifônica, baseadas nessa compreensão do contexto etnográfico enquanto situação de interlocução, permeada de negociações. Há, assim, uma crescente explicitação das relações intersubjetivas que constituem o trabalho de campo, evidenciando-se os contrapontos de vozes presentes neste. É preciso ter em vista, no entanto, que estas vozes, embora passem a ser reconhecidas, são sempre escritas a partir do relato do antropólogo, permanecendo como representações do diálogo que se deu no campo.

Uma das grandes contribuições dos modelos dialógico e polifônico é o fato de eles permitirem uma compreensão do trabalho de campo como um espaço discursivo, como um encontro intersubjetivo, marcado por múltiplas negociações. Para Cardoso de Oliveira (2006, p. 24), tal perspectiva permite que os horizontes semânticos em confronto – do pesquisador e seus interlocutores – abram-se uns aos outros, “de maneira a transformar tal confronto em um verdadeiro encontro



etnográfico”. Neste encontro, o pesquisador precisa saber ouvir aquilo que seu interlocutor tem para falar e, da mesma forma, saber ser ouvido por este, estabelecendo um diálogo sem receio de estar “contaminando” o discurso do pesquisado.

Essa compreensão acerca das situações concretas do trabalho de campo vem acompanhada de uma maneira diferente de compreender a própria noção de cultura, que passa a ser entendida enquanto “um diálogo em aberto, criativo, de subculturas, de membros e não membros, de diversas facções” (CLIFFORD, 2011, p. 47). Afasta-se, assim, uma compreensão da cultura enquanto uma entidade fechada, acabada, homogênea, uma estrutura rígida a qual os sujeitos estariam presos, para pensá-la enquanto um processo dinâmico, em aberto, composto de vozes múltiplas, de sujeitos dotados de subjetividades complexas – questão esta que será discutida de forma mais aprofundada adiante.

Outro ponto importante relativo a esse deslocamento dos paradigmas monológicos para as perspectivas dialógica e polifônica é que já não há mais espaço, em tais perspectivas, para a crença em uma objetividade absoluta, assegurada a partir de um trabalho de pesquisa exercido por alguém que olha uma cultura de fora ou “de cima”. A pesquisa se dá *entre* pesquisador e pesquisados, de forma que o primeiro também está vivenciando emoções e construindo sentidos sobre o Outro e sobre si – ou, tal como nos diz Goldman (2003), também está sendo afetado. Assim, já não se trata de compreender a etnografia como uma simples “coleta de dados”, mas como um espaço de relação que também está atravessado por emoções, sentimentos, ou daquilo



que DaMatta (1978, p. 6) chama de “os hóspedes não convidados da situação etnográfica”. Da mesma forma, os encontros etnográficos estão permeados de relações de poder – que podem variar conforme diferentes posições ocupadas pelo pesquisador e por seus interlocutores em relação a raça, gênero, faixa etária, etc. Ou seja, podem haver diferenças significativas capaz de, como diz Fonseca (1999, p. 59), “jogar areia no diálogo”. Assim, esse encontro está sujeito às vicissitudes de toda relação que pode se dar entre desconhecidos, “em um ambiente que pode possibilitar a construção de uma relação de confiança e intimidade ou de desconfiança e de intimidação”, como afirma Travancas (2012, p. 26).

O exercício contínuo da dúvida e do estranhamento

É a constante reflexão sobre todas essas variadas questões que se fazem presentes nas relações etnográficas, a incessante criação de dúvidas, de levantamentos de hipóteses sobre as assimetrias e os vazios existentes entre as compreensões e categorias do pesquisador e as dos pesquisados (FONSECA, 1999), que caracteriza o fazer antropológico que tomamos aqui como referência. Uma reflexão tanto sobre as interações e diálogos estabelecidos com os interlocutores quanto sobre os efeitos, impressões, sentimentos que o encontro etnográfico produz no pesquisador. Mais do que isso, o trabalho antropológico consiste em um contínuo “colocar em dúvida” das próprias categorias e teorias que o pesquisador carrega consigo, produzindo aquilo que Peirano (1992, p.9) define como



um diálogo “entre a teoria acumulada da disciplina e o confronto com uma realidade que traz novos desafios para ser entendida e interpretada”. Ou seja, um exercício de estranhamento teórico assentado tanto no pressuposto da universalidade da experiência humana quanto no reconhecimento de diferenças que demarcam a individualidade dos sujeitos e grupos pesquisados.

Acreditamos que reside aí outra possível inspiração do campo da antropologia para as pesquisas sobre jornalismo: a adoção de uma posição de constante tensionamento entre as categorias sociológicas universalistas – que buscam dar grandes explicações “estruturais” para os fenômenos sociais e culturais – e as experiências particulares, observadas “de perto” no encontro etnográfico. Assim, em um contexto de pesquisa sobre a identidade profissional dos jornalistas, por exemplo, seria de grande valia adotar uma postura questionadora em relação a alguns pressupostos teóricos sobre essa identidade – como o apego a certos valores tidos como característicos da profissão. Dessa forma, é possível pensar os jornalistas considerando as suas individualidades, as múltiplas posições que ocupam enquanto sujeitos sociais – relativas a classe, gênero, raça, etc., e a forma como essas posições e pertencimentos a outros grupos identitários atuam no processo de negociação com essa identidade profissional e podem até mesmo “subvertê-la”, criando outras possibilidades de identificação profissional. Trata-se, portanto, de produzir um embate entre as teorias universalistas e as situações etnográficas particulares, verificando de que forma os sujeitos reais, “de carne e osso”, se aproximam e se distanciam dos pressupostos mais generalizantes.



Nesse sentido, a discussão antropológica sobre subjetividade e agência, presente em trabalhos como o de Sherry Ortner (2007a; 2007b), pode ser bastante relevante para as pesquisas em jornalismo – tanto aquelas que se voltam para os profissionais que atuam na produção jornalística quanto as que estão preocupadas em compreender os processos de recepção e a relação do jornalismo com seus públicos de leitores, ouvintes, telespectadores, etc.

Já há algumas décadas a discussão sobre agência vem sendo debatida no campo antropológico como uma questão importante, buscando-se compreender como os indivíduos operam na cultura através de uma relação dinâmica com as “forças” desempenhadas pelas estruturas sociais, culturais e históricas. Segundo Ortner (2007a), uma maneira possível de pensar a agência decorre da teoria da prática, de Bourdieu (1994), que não localiza uma anterioridade nem nos indivíduos nem em tais “forças sociais”, considerando, pelo contrário, que há uma relação dinâmica, forte, entre as práticas realizadas por pessoas “reais” e os agenciamentos produzidos pelas estruturas sociais.

O conceito de *agency* está diretamente relacionado à noção de intencionalidade, entendida, segundo Ortner (2007a), como uma ação, consciente ou não, que aponta cognitiva e emocionalmente para algum propósito. Tomando a ideia de intencionalidade para pensar a agência, Ortner (2007a, p. 54) afirma que existe “um continuum entre as práticas de rotina, que ocorrem com pouca reflexão, e os atos de agência”, que detêm uma intencionalidade ativa. Nesse sentido, a reflexão da autora se posiciona de modo a pensar a própria subjetividade dos



sujeitos, tomando, assim, uma visão sobre esses sujeitos como existencialmente complexos, como seres que sentem, pensam e refletem, que produzem e buscam significados (ORTNER, 2007b, p. 379).

Pensar os sujeitos na sua complexidade talvez seja um dos pontos de partida mais importantes para as pesquisas que se utilizam do método etnográfico ou de técnicas de observação participante e entrevista. Assumir a noção de subjetividade tal como apresentada por Ortner (2007b, p. 385), enquanto “estruturas complexas de pensamento, sentimento, reflexão [...] que fazem dos seres sociais sempre algo mais do que meros ocupantes de posições particulares e portadores de identidades”, é o grande desafio nesse tipo de pesquisa. Trata-se, portanto, de tomar os sujeitos enquanto seres “em aberto”, em constante processo de transformação e de reflexão, sem reduzi-los a identidades rígidas, fechadas, em uma tentativa de “encaixá-los” completamente em categorias preestabelecidas.

A noção de agência proposta por Ortner (2007a; 2007b) pressupõe, assim, uma subjetividade complexa por detrás. É através dessa subjetividade complexa que os sujeitos *em parte* internalizam (as visões, regras e valores culturais, profissionais, etc.), e *em parte* refletem sobre as circunstâncias nas quais se encontram, muitas vezes vindo a “reagir contra” tais circunstâncias. Não se trata, e é preciso deixar isso claro, de desconsiderar as complexas relações de poder nas quais esses sujeitos estão inseridos, e o que isso produz em termos de desigualdades e assimetrias. Como nos diz Ortner (2007a, p. 55), “a agência é diferentemente plasmada, e também nutrida ou



tolhida, em diferentes regimes de poder”. Trata-se, no entanto, de não tomar as estruturas de poder como entidades rígidas que estariam em estrita oposição aos sujeitos. Pelo contrário, a posição que aqui defendemos supõe pensar esses sujeitos como atuantes dessa estrutura, como atores que, ao lado de outros agentes, compõem tal estrutura através de relações, jogos, embates de poder.

Assim, tomando o campo de pesquisa em jornalismo, seria possível inserir essa discussão sobre agência, estrutura, subjetividade, etc., especialmente nas reflexões que dizem respeito à atuação profissional do jornalista dentro das organizações de comunicação que, por sua vez, estão imersas em complexas relações – comerciais, políticas, sociais – com outros agentes. Consideramos especialmente interessante como nos acostumamos, nas discussões sobre jornalismo, sejam elas nos espaços mais analíticos-reflexivos de pesquisa teórica e empírica ou em momentos mais informais, a desconsiderar – ou pelo menos colocar em último plano – qualquer possibilidade de agência por parte dos jornalistas nas práticas diárias de produção de notícias ou a incidência de fatores subjetivos no processo de seleção de pautas, fontes, imagens, etc. As explicações “estruturais”, como a intervenção do setor comercial, os acordos publicitários, os constrangimentos organizacionais relativos à linha editorial, os valores-notícia, etc. (TRAQUINA, 2005), tornaram-se explicações amplamente aceitas para compreender o processo de construção e definição daquilo que é notícia. Parece, no entanto, que é reduzida a possibilidade de explicações que considerem a atuação dos jornalistas em um nível mais

subjetivo, uma atuação – consciente ou não – mobilizada a partir de afetos, emoções, preconceitos, identificações ou não com determinados assuntos, temáticas, grupos, etc.

Pensamos, portanto, que levar em consideração as discussões antropológicas sobre as relações entre agência, poder e subjetividade pode ser útil para inserir esses outros “níveis” de explicação na pesquisa sobre a prática jornalística. Não se trata de desconsiderar os fatores “estruturais”, que há décadas vêm sendo pensados pelas teorias do jornalismo, mas de pensar como a perspectiva antropológica – com suas técnicas de observação participante e entrevista – pode oportunizar um “olhar mais de perto” para as situações concretas, permitindo tensionar essas matrizes explicativas baseadas em fatores macroestruturais a partir de casos específicos. Em outras palavras, trata-se de uma possibilidade de estranhamento dessas explicações generalizantes que afirmam que as notícias são assim porque a “macroestrutura” do jornalismo é deste ou daquele jeito.

Dessa forma, entendemos que, ao adotarmos a postura antropológica de constante estranhamento, seja possível colocarmos em perspectiva os próprios referenciais teóricos com os quais nos acostumamos a olhar para os fenômenos jornalísticos. Trata-se, portanto, de colocar em prática uma das tarefas que DaMatta (1978, p. 4) atribui à antropologia: transformar o familiar em exótico, estranhando aquilo “que está petrificado dentro de nós pela reificação e pelos mecanismos de legitimação”. Tal exercício apresenta uma dificuldade, como afirmam Beaud e Weber (2007, p. 10), pois a proximidade – com as nossas “teorias nativas”, as matrizes explicativas através das

quais fomos acostumados a pensar – produz uma forma de evidência “que adormece a curiosidade e engana o olhar por demais habituado ao mundo que o cerca”. Assim, é preciso reconhecer *de onde olhamos*, com que referenciais teóricos e a partir de que posições.

Resituando nossos olhares em favor de uma perspectiva parcial

A tendência a minimizar a questão da subjetividade nos espaços de análise e reflexão sobre o jornalismo está relacionada, supomos, com a dificuldade que se tem de reconhecer a própria subjetividade do pesquisador em muitas pesquisas realizadas da área da comunicação³. No entanto, como discutimos inicialmente, as investigações que utilizam técnicas que pressupõem um encontro com o Outro – especialmente entrevista e observação participante – realizam-se sempre em uma situação dialógica, intersubjetiva. Nesse tipo de investigação, o pesquisador se depara com circunstâncias inesperadas, com sentimentos, estranhamentos, etc., que demonstram de forma “mais acentuada” a sua subjetividade ao longo do processo de pesquisa. Assim, fica reconhecida a impossibilidade de o sujeito despir-se da sua subjetividade, das suas emoções, em uma tentativa ingênua de enxergar seu objeto ou tema de pesquisa de maneira

³ Isso poderia ser evidenciado, por exemplo, pela relutância de alguns pesquisadores em escrever textos científicos na primeira pessoa. A utilização da terceira pessoa ou da primeira pessoa do plural constantemente revela um apagamento da voz do pesquisador, que parece ficar sistematicamente escondido “sob a capa de um observador impessoal, coletivo, onipresente e onisciente” (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2006, p. 30).

completamente objetiva.

Acreditamos, portanto, que em todo processo de pesquisa – inclusive naqueles em que lidamos exclusivamente com textos, documentos, notícias, etc. – operamos subjetivamente. Ao escolher um tema de pesquisa, as perspectivas teóricas, os instrumentos metodológicos, etc., acionamos tanto nossa racionalidade quanto nossa “emocionalidade”, nossos desejos e afetos por determinadas questões. Da mesma forma, nossas experiências subjetivas e posições enquanto sujeitos corporalmente marcados – em relação à raça, gênero, classe, etc. – incidem na maneira como olhamos para determinados fenômenos. Assim, acreditamos ser pertinente evocar a noção de “saberes localizados”, proposta por Donna Haraway (1995). Tal noção reflete um posicionamento, decorrente de uma série de reflexões no campo de estudos feministas sobre a ciência, contra os chamados “postulados de conhecimento não localizáveis” que prometem “visão de toda parte e de nenhum lugar” (HARAWAY, 1995, p. 22-27).

Ao falar de saberes localizados ou situados, a antropóloga se refere ao pressuposto de que todas as perspectivas são parciais, uma vez que é impossível olhar sem estar em “algum lugar”. Atentando para a “natureza corpórea de toda visão”, Haraway (1995, p. 18) chama atenção para a impossibilidade de “saltar” para fora do corpo, buscando assumir “um olhar conquistador que não vem de lugar nenhum”. Para ela, foi esse olhar conquistador assumido pelo Homem Branco – e poderíamos acrescentar: euro-americano, heterossexual, etc. – que, através do que ela chama de “truque de deus”, inscreveu olhares sobre



todos os corpos marcados – negros, mulheres, povos “primitivos”, etc. – sem ser visto, escapando à representação. Para afastar-se dessa pretensa objetividade incorpórea, que não olha de lugar algum, Haraway (1995) defende o reconhecimento da particularidade e corporificação de toda visão. A partir desse reconhecimento, é possível evocar uma nova compreensão de objetividade científica: localizada, limitada, compromissada *a partir de* um determinado lugar.

Haraway (1995, p. 22) defende, portanto, que cada “instrumento” de visão – sejam nossos olhos ou os artefatos científicos modernos utilizados para enxergar determinados fenômenos – contém “possibilidades visuais específicas, cada uma com um modo maravilhosamente detalhado, ativo e parcial de organizar mundos”. Assim, defende um conhecimento que se reconheça parcial e corporificado, que assuma a responsabilidade sobre o lugar a partir do qual olha. No entanto, embora essas posições ou visões apareçam como já fixadas, elas na realidade estão em constante produção. Ou seja, a aparência fixa de tais posições é apenas o seu produto final, uma vez que um corpo, para Haraway (1995, p. 30), é “complexo, contraditório, estruturante e estruturado”, vindo a ocupar determinados lugares apenas em situações específicas, momentâneas.

Assim, o projeto de ciência defendido pela autora é estritamente politizado, conformando uma ciência e uma política “da interpretação, da tradução, do gaguejar e do parcialmente compreendido” (HARAWAY, 1995, p. 31). É uma ciência feita por sujeitos múltiplos, posicionados em um espaço social não homogêneo, a partir da junção de “visões parciais e vozes

vacilantes”. Trata-se de uma ciência que se afasta da “lógica da ‘descoberta’”, empreendida por um sujeito isolado que olha de lugar nenhum, para uma lógica relacional de “conversa” entre múltiplos sujeitos localizados. Consiste, enfim, em um reconhecimento de que todo trabalho científico é parcial, situado, incapaz de acessar as totalidades dos fenômenos que busca compreender e de alcançar uma verdade última.

Acreditamos que esse posicionamento político e epistemológico defendido por Haraway (1995), presente em algumas abordagens antropológicas contemporâneas, seja de extrema utilidade para o campo da comunicação, em especial para os estudos sobre jornalismo. Isso porque identificamos uma dificuldade de muitos pesquisadores da área se localizarem enquanto sujeitos que olham e falam de um determinado lugar, de assumirem o quanto fatores subjetivos incidem sobre suas pesquisas, de estranharem as próprias tradições positivistas da disciplina que incidem nas suas práticas de pesquisa – como no caso da escrita em terceira pessoa ou na primeira do plural.

Ou seja, há uma certa naturalização ou reificação de um tipo de fazer ciência que parece não condizer com as interpretações que essa mesma prática científica lança em relação aos seus objetos e sujeitos de pesquisa. Enquanto no plano das teorias do jornalismo há, desde as abordagens construcionistas, todo um reconhecimento do caráter representacional do fazer jornalístico, da impossibilidade de este ser “um espelho” da realidade, uma vez que é feito por sujeitos que “interpretam os acontecimentos com base em algumas limitações pessoais e profissionais”, tal como nos explica Alsina (2005, p. 291), muitos



trabalhos na área de pesquisa em jornalismo parecem não situar as suas pesquisas nessa mesma condição. Por essa razão, é comum nos depararmos com trabalhos que apostam em uma posição de definir o “dever ser” do jornalismo, assumindo um tom normativo, muitas vezes a partir de uma posição monológica, como se estivesse “acessando” uma realidade totalizada ou “desvelando” uma verdade última, sem situar essa verdade a partir da sua posição, do seu lugar específico no espaço social, político e científico.

Considerações finais

A partir das reflexões apresentadas acima, partilhamos o entendimento de que seria extremamente relevante adotar uma postura de estranhamento e questionamento sobre o fazer científico – que entendemos como uma das características da disciplina antropológica – no campo de pesquisa em jornalismo. Isso porque não parece haver, pelo menos não de maneira hegemônica, uma postura de “olhar para si”, de situar o seu conhecimento em um lugar delimitado, parcial, circunscrito em tal campo. Mesmo as monografias que se utilizam do método etnográfico ou de técnicas de observação participante e entrevista, ou que se apoiam em determinado referencial teórico da antropologia – especialmente sobre o conceito de cultura, identidade, etc. – muitas vezes não parecem mobilizadas em uma reflexão sobre a relação com o Outro e o lugar do pesquisador no processo de pesquisa, muito menos a situacionalidade do conhecimento produzido.



É por essa razão, dentre outras, que buscamos aqui discutir possíveis caminhos para tornar as pesquisas realizadas na comunicação – em especial aquelas sobre jornalismo – mais atentas e sensíveis a determinadas questões tidas como relevantes para a disciplina antropológica contemporaneamente. Elencamos três pontos principais de discussão – o trabalho etnográfico enquanto um encontro de subjetividades; a postura antropológica de dúvida e estranhamento e a situacionalidade do conhecimento – por considerarmos questões capazes de gerar discussões e reflexões valiosas para o campo de pesquisa em jornalismo. Constituem, no entanto, escolhas parciais e localizadas – dentre um campo infinito de possibilidades – sobre aquilo que consideramos pertinente para pensar as aproximações entre a antropologia e o campo de pesquisa em jornalismo. Dessa forma, talvez essas questões não assumam a mesma importância para todos, embora desejemos que essas questões possam vir a ser pensadas coletivamente, *entre* múltiplos sujeitos pesquisadores que ocupam, cada um, um determinado lugar específico e parcial dentro do vasto campo de pesquisa em jornalismo e, mais amplamente, em comunicação.

Cabe ressaltar que não buscamos aqui fazer acusações ou emitir julgamentos sobre determinados trabalhos ou modos de fazer pesquisa, mas produzir uma reflexão decorrente de alguns sentimentos e inquietações gerados a partir do contato com os trabalhos da área. Reconhecemos que algumas injustiças podem ter sido cometidas ao assumirmos uma postura um tanto generalizante em relação às pesquisas sobre jornalismo, mas essa generalização decorre de um posicionamento que não pretende

pessoalizar ou apontar “culpados” por determinadas posturas científicas, mas pensar coletivamente sobre tais posturas, sobre os preceitos não escritos, não formalizados, que constantemente se apresentam em tais pesquisas e que parecem ser reproduzidos de forma automática, sem uma reflexão em torno deles. Mais do que isso, buscamos apenas apontar *alguns* possíveis caminhos para pensar as relações entre a pesquisa científica em jornalismo e questões relativas à alteridade, subjetividade e produção de conhecimento, estando longe de pretender um esgotamento da reflexão sobre tais relações.

Referências Bibliográficas

ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

BEAUD, Stéphane. WEBER, Florence. **Guia para a pesquisa de campo: produzir e analisar dados etnográficos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

BOURDIEU, Pierre. Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1994.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. In: **O Trabalho do Antropólogo**. Brasília: Paralelo Quinze; São Paulo: Editora Unesp, 2006.

CLIFFORD, James. Sobre a autoridade etnográfica. In: **A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2011.

DAMATTA, Roberto. O Ofício do Etnólogo, ou como ter “Anthropological Blues”. In: NUNES, Edson de Oliveira (Org.). *A aventura sociológica*. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1978.

DICKEY, Sara. La antropología y sus contribuciones al estudio de los médios de comunicación. **Revista Internacional de Ciências Sociais**, UNESCO, n. 153,

p. 1-23, 1997. Disponível em: < <http://www.antropologiasyc-106.com.ar/biblioteca/Dickey.pdf> >. Acesso em out. de 2013.

FONSECA, Cláudia. Quando cada caso NÃO é um caso: pesquisa etnográfica e educação. **Revista Brasileira de Educação**. São Paulo, n.10, 1999, p. 58-78.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GOLDMAN, Marcio. Os tambores dos mortos e os tambores dos vivos: etnografia, antropologia e política em Ilhéus, Bahia. **Revista de Antropologia**, v. 46, n. 2, 2003, p. 445-476.

GONÇALVES, Marco Antonio. **Traduzir o outro**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2010.

HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**, v. 5, Campinas-SP, Núcleo de Estudos de Gênero-Pagu/Unicamp, 1995.

LAGO, Cláudia. Ensinamentos antropológicos: a possibilidade de apreensão do Outro no Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n. 1, 2010.

LAGO, Cláudia. Antropologia e Jornalismo: uma questão de método. In: LAGO, Cláudia. BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

LÉVI-STRAUSS, Claude. A crise moderna da Antropologia. In: **Revista de Antropologia**, v. 10, n. 1/2, São Paulo, jul./dez. 1962.

ORTNER, Sherry. Poder e projetos: reflexões sobre a agência. In: GROSSI, Miriam, ECKERT, Cornélia; FRY, Peter (Org.). **Conferências e diálogos: saberes e práticas antropológicas**. Blumenau, SC: Nova Letra, 2007a.

ORTNER, Sherry. Subjetividade e crítica cultural. **Horizontes Antropológicos**, ano 13, n. 28, p. 375-405, jul./dez. 2007b.

PEIRANO, Mariza. A favor da etnografia. **Série Antropologia**, Brasília, 1992. Disponível em: <http://nau.ufsc.br/files/2010/09/Peirano_a-favor-da-etnografia.pdf>. Acesso em out. de 2013.

RESENDE, Fernando. A narratividade do discurso jornalístico – a questão do outro. **Revista Rumores**, São Paulo, Ed. 6, v. 1, set.-dez. 2009a.



RESENDE, Fernando. O jornalismo e suas narrativas: as brechas do discurso e as possibilidades do encontro. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.31-43, dez. 2009b.

RIAL, Carmen. Antropologia e mídia: breve panorama das teorias de comunicação. **Antropologia em primeira mão**, Florianópolis, n. 1, 2004. Disponível em: <<http://www.cfh.ufsc.br/~antropos/74.%20carmen-midia.pdf>>. Acesso em out. de 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, Isabel. A entrevista no jornalismo e na antropologia: pesquisando jornalistas. In: MAROCCO, Beatriz (Org). **Entrevista**: na prática jornalística e na pesquisa. Porto Alegre: Libretos, 2012.



Netnografia e Análise de Redes Sociais: métodos para investigação de Inclusão Social via socialização online de Pessoas com Necessidades Especiais

Sandra Portella Montardo¹

Introdução

Este capítulo tem por objetivo apresentar os resultados finais do Projeto “Inclusão Social via socialização online de Pessoas com Necessidades Especiais (PNE)²”, concluído em 2010, com especial enfoque na reflexão sobre a metodologia utilizada no mesmo.

Este projeto foi elaborado no âmbito das atividades desenvolvidas pela autora junto ao Mestrado Profissional em Inclusão Social e Acessibilidade, na Universidade Feevale. Este mestrado, de natureza interdisciplinar, a partir de 2013, tornou-se o Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social, na mesma Instituição. O projeto contou ainda

¹ Professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social, Mestrado em Processos e Manifestações Culturais, Mestrado em Indústria Criativa e Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Feevale. Secretária Executiva da ABCiber (2011-2013). E-mail: sandramontardo@feevale.br.

² Projeto contemplado com recursos do Edital MCT/CNPq 14/2008 – Universal. Processo: 474185/08-7.



com a parceria do Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, por meio da participação da pesquisadora Prof. Dra. Liliana Passerino.

Como não poderia deixar de ser, este capítulo é construído sobre todos os artigos que foram produzidos a partir desta proposta, ainda que, nenhum deles ofereça uma visão geral de seus resultados finais. Portanto, pretende-se aqui explicitar não só aspectos referentes aos usos da netnografia neste projeto, mas também, da Análise de Redes Sociais (ARS). E, especialmente, estabelecer a relação entre ambos em função da temática abordada.

Para tanto, o capítulo começa por apresentar a proposta inicial do projeto, trazendo aspectos-chave que o conduziram, tais como, conceitos de Inclusão Social e Digital, bem como sua problematização, justificativa, objetivos e questões de pesquisa. A seguir, trata-se da netnografia e de seus usos no projeto. Por fim, expõe-se a apropriação feita de Análise de Redes Sociais neste estudo.

Acredita-se que, desta forma, possa-se contribuir com a proposta deste livro, de discutir Metodologias em Pesquisas de Comunicação, privilegiando-se a abordagem de métodos comuns nos estudos de internet e da Cibercultura, porém, utilizados de forma entrelaçada.

1. Sobre o projeto

Este estudo parte da hipótese de que a socialização online é fator de inclusão social via Tecnologia de Informação e de Comunicação (TIC) de Pessoas com Necessidades Especiais (PNE) e de seus familiares, já que essas ferramentas podem ser



um canal de informação e de afetividade para os parentes e, ao mesmo tempo, tornarem-se um espaço promotor do desenvolvimento sócio-cognitivo para PNE³. Nesse mesmo sentido, Warschauer (2006) destaca que pessoas com problemas de mobilidade, limitações físicas ou que são discriminadas podem se beneficiar de mídias sociais para incremento de sua autonomia.

Os conceitos de Inclusão Social (IS) e Inclusão Digital (ID) via Acessibilidade Digital, bem como sua problematização e posterior alinhamento teórico, foram abordados em um dos primeiros estudos dessa pesquisa (MONTARDO; PASSERINO, 2007). Como resultado dessa discussão, propôs-se um conceito que entende a inclusão social como um processo contínuo em busca de qualidade de vida (LADEIRA; AMARAL, 1999), que visa atingir a autonomia de renda, desenvolvimento humano e equidade (SPOSATI, 1996). A consequência desse processo consistiria em uma redistribuição da riqueza social e tecnológica para os cidadãos (AZEVEDO; BARROS, 2004). Com isso, a inclusão digital foi interpretada como uma faceta da inclusão social com o intuito de, além de proporcionar o direito de acesso ao mundo digital para o desenvolvimento intelectual, promover espaços para práticas culturais significativas que tornem os participantes letrados digitalmente, ou seja, não apenas com capacidade técnica de atuar na web, mas também com capacidade de criar e produzir significados e sentidos nela (WARSCHAUER, 2006).

³ Quanto a isso, estudos desenvolvidos no NIEE/UFRGS desde 1985 comprovam esta hipótese. Disponível em: <http://www.niee.ufrgs.br>.

Ainda que a questão da acessibilidade digital tenha sido apontada como fundamental para políticas públicas de Inclusão Digital via internet (MONTARDO, PASSERINO, 2007), revelou-se pouco profícua para uma ideia inicial do projeto que buscava identificar a acessibilidade digital de sites de redes sociais a partir de outro artigo (BEZ, MONTARDO, PASSERINO, 2009), uma vez que esses sites não são acessíveis. Acessibilidade (digital) significa proporcionar flexibilidade para adaptação às necessidades de cada usuário e a suas preferências e/ou limitações (GRANOLLERS, 2004), tenha ele algum tipo de deficiência ou não (CONFORTO; SANTAROSA, 2002), sendo possível apenas a partir de uma combinação de *hardware* e *software* (PASSERINO, PASQUALOTI, 2006).

Porém, na medida em que, ainda assim, identificava-se redes de pessoas com deficiência em sites de redes sociais, cada qual com apropriações específicas em função de suas habilidades cognitivas e dos suportes em que a socialização tinha lugar, pareceu pertinente a análise da usabilidade desses sites, bem como a sugestão de recomendações nesse sentido. Usabilidade, de acordo com Nielsen (2003), “é um atributo de qualidade que avalia a facilidade de utilização das interfaces pelo usuário”. Ela tem como “essência [...] o acordo entre interface, usuário, tarefa e ambiente” (CYBIS; BETIOL, FAUST, 2007, p. 15), que mede a qualidade de uma experiência do usuário quando interage com um produto ou sistema, esteja ele na Web, desktop, tecnologia móvel ou qualquer dispositivo operado pelo usuário (DIAS, 2007; USABILITY.GOV, on-line). Para que uma ferramenta apresente usabilidade ideal, deve proporcionar a realização de

tarefas da melhor maneira possível, ou seja, constituindo-se fácil, eficiente e agradável ao usuário (NIELSEN, 1993; ROCHA, BARANAUSKAS, 2003; GRANOLLERS, 2004; PREECE; ROGERS; SHARP, 2005), não importando o suporte no qual esteja ambientada⁴.

Isso porque, apesar de a falta de acessibilidade dificultar a socialização online de pessoas com deficiência, essa interação ainda acontecia. Frente a isso, verificou-se que o mais interessante a ser investigado seriam as apropriações de grupos, também composto por profissionais da área da saúde e pelos familiares dessas pessoas, que socializam sobre diferentes deficiências em sites de redes sociais variáveis. Esses grupos foram descritos posteriormente como redes temáticas, ou, por outras palavras, indivíduos que se relacionam online e que cujo principal eixo/tema de socialização fosse uma determinada deficiência (MONTARDO; PASSERINO, 2008).

Frente a isso, verificar como se dá a inclusão social (IS) de pessoas com deficiência e de seus familiares em redes sociais na web e, posteriormente, identificar padrões de socialização estabelecidos nestas redes, passou a ser o objetivo do projeto.

Na busca de um software que representasse sob uma perspectiva inclusiva uma rede temática sobre Autismo e Síndrome de Asperger, encontrou-se sistemas capazes apenas de identificar aspectos quantitativos das redes (BENKENSTEIN;

⁴ Esse tópico foi amplamente discutido na dissertação de mestrado em Inclusão Social e Acessibilidade na Universidade Feevale, elaborada por Luís Henrique Rauber (2010), intitulada “Usabilidade das interfaces de aplicações de mídias sociais para deficientes visuais: Twitter e Orkut”, orientada pela autora deste capítulo.

MONTARDO; PASSERINO, 2007), o que seria insuficiente para a análise pretendida. Essa constatação levou à investigação da origem desses sistemas e, conseqüentemente, a verificar as limitações das teorias da Análise de Redes Sociais (ARS) com relação à representação e análise de redes temáticas.

Devido à insuficiência desses modelos para uma análise qualitativa, Recuero (2005) propôs um modelo de análise de redes sociais na Internet, constituído de três elementos principais: organização, estrutura e dinâmica. A organização se relaciona à interação social em um grupo. Já a estrutura se refere ao resultado das trocas empreendidas em um grupo, em termos de laços sociais e de capital social. Por fim, a dinâmica trata das modificações sofridas por uma rede com o passar do tempo. A análise pretendida neste projeto concentrou-se no item estrutura, que, por sua vez, pressupõe a análise de laços sociais e de capital social, já que se busca a visualização dessas redes e os tipos de conexão que as formam.

De acordo com Recuero (2005), laço social refere-se à interação social e, de acordo com Breiger (1974), pode ser relacional (voluntário) ou associativo (involuntário, referente a pertencimento). Na tentativa de descobrir como as pessoas conseguem empregos, Granovetter (1974) demonstra que o nível macro da Sociologia está relacionado com o que acontece em nível micro (individual). Barabási (2003) percebe na teoria de Granovetter (1974) uma visão de sociedade constituída por pequenos grupos em que todos se conhecem entre si. Trata-se, então, de muitos conjuntos de nós conectados a todos os outros dentro de um *cluster* (grupo de atores ligados por laços fortes) que se ligam a outros *clusters* por meio de laços fracos. Portanto,

laços fracos representam “nossa ponte para fora do nosso mundo, já que em lugares diferentes freqüentemente as pessoas obtêm suas informações a partir de diferentes fontes além dos seus amigos mais próximos” (BARABÁSI, 2003, p. 43).

Para Granovetter (1974), então, laços fortes são aqueles que indicam uma relação linear entre tempo, intensidade emocional, intimidade (confiança mútua) e serviços recíprocos entre os atores de um mesmo *cluster*, enquanto que os laços fracos se caracterizam por contatos irregulares (em freqüência e em intensidade) que ocorrem nas relações sociais. Justamente por conta disso, no entanto, os laços fracos constituem fonte alternativa de informações e, com isso, de provável mobilidade dentro da sociedade.

Granovetter (1974), entretanto, não estudou redes sociais on-line. Nesse caso, a presença de um link entre dois blogs representaria necessariamente o estabelecimento de um laço? E se isso for considerado, de que tipo seria esse laço? Basta que um ator se situe em uma rede temática para entender um link entre dois blogs como laço forte, tal qual parece sugerir Granovetter (1974)? Na medida em que as ligações entre blogs podem se dar por mais de um link entre apenas dois atores (no *blogroll*, postagens e comentários), poderia haver laços fracos e fortes entre os mesmos dois atores da rede temática? Como identificar tempo, intensidade emocional, intensidade (confiança mútua) e serviços recíprocos, tal qual propõe Granovetter (1974) em uma rede temática em blogs para classificar um laço em sites de redes sociais temático como forte?

As questões de conteúdo podem ser abordadas com a proposta do capital social, uma das vertentes dos estudos de ARS e

categoria presente no modelo proposto por Recuero (2005). O capital social diz respeito às conexões e tem como elemento a reciprocidade e a confiança (RECUERO, 2005). Ao comparar os conceitos de Putnam (2000) e Bourdieu (1983), a autora conclui que “o capital social constitui-se em um conjunto de recursos de um determinado grupo obtido através da comunhão dos recursos individuais, que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade” (RECUERO, 2005), sendo que se deve considerar, para tanto, o conteúdo das mensagens.

Para Bertolini e Bravo (2004), citados por Recuero (2005), existem cinco tipos de capital social: relacional, normativo, cognitivo, confiança no ambiente social e institucional. Além disso, esses tipos podem ser agrupados enquanto capital social de primeiro nível (relações, normas e leis e conhecimento) e de segundo nível (confiança no ambiente social e presença de instituições).

Ainda que de acordo com este modelo, laços sociais e capital social façam parte da estrutura das redes, em trabalhos posteriores da autora (2005), verifica-se amplamente a análise de capital social empreendido em redes sociais na web dispostas em diferentes suportes (sites de redes sociais propriamente ditos, blogs, fotologs, etc.). Já os laços sociais não foram objeto de problematização. Talvez pelo fato de que as redes analisadas terem sido constituídas independentemente de uma temática específica.

Frente a isso, percebeu-se que o caráter temático de uma rede requer adaptações para que se analise seu caráter inclusivo. Nesse caso, uma rede em blogs ou fotologs de pessoa com deficiência e de seus familiares pressupõe, mais do que a análise do

conteúdo das postagens e dos comentários para identificação do tipo de capital social alocado, o contexto de sua proposição. O estabelecimento de relação entre laço social e o capital social para definição de um laço fraco ou forte pareceu pertinente a esta pesquisa para caracterizar o potencial inclusivo das relações empreendidas a partir de redes sociais online. Esta interdependência, conforme será caracterizada a seguir, é que justifica a combinação da netnografia e da Análise de Redes Sociais para este fim.

2. Netnografia

Ao pensar as apropriações dos termos etnografia virtual e netnografia nos estudos de internet, Polivanov (2013) seleciona abordagens que evidenciam o aspecto de processo e de resultado compreendidos por esta técnica de pesquisa (AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2011; EVANS, 2010). Hine, (2005) problematiza o uso da etnografia ao investigar comunidades online, ressaltando que a internet é, ao mesmo tempo, contexto e artefato cultural.

Conforme já foi posto, este projeto exigiu o uso e aplicação de metodologias de pesquisa que permitissem “capturar” a essência dos fenômenos de socialização on-line. Porém a aplicação de metodologias de pesquisa já existentes, principalmente de caráter qualitativo como a etnografia, requer adaptações e análises das possibilidades e os limites de tal adaptação para a pesquisa efetuada na web. Para Kozinets (2002), a netnografia é um método de pesquisa derivado da técnica etnográfica desenvolvida no campo da Antropologia que

tem conhecido um crescimento considerável devido à complexidade das experiências da sociedade digital. Este método é constantemente utilizado por pesquisadores das áreas da Comunicação, do Marketing, da Antropologia e da Sociologia.

Segundo Angrosino (2009), deve-se utilizar este método “para estudar questões ou comportamentos sociais que ainda não são claramente compreendidos e ajudar o pesquisador a tomar pé da situação antes de se centrar em questões específicas” (ANGROSINO, 2009, apud AMARAL, FRAGOSO, RECUERO, 2011, p. 179-180). Em nosso caso, tratava-se de identificar uma rede temática antes de analisá-la sob o ponto de vista da inclusão de seus participantes.

Para o autor (1997), a netnografia exige combinação imersiva entre participação e observação cultural com relação às comunidades pesquisadas. Ou seja, o pesquisador deve ser reconhecido como um membro da comunidade, ainda que outros autores não considerem necessário esse passo, conforme relata Polivanov (2013). Conforme Kozinets (1997) a pesquisa netnográfica é desenvolvida por meio da prática de observação participante, que resulta na coleta de dados através da observação direta, de longa duração, junto ao grupo escolhido.

Antes mesmo de se proceder pela identificação das redes temáticas a serem pesquisadas, fora elaborado um levantamento bibliográfico acerca tanto das especificidades das necessidades especiais em torno das quais se organizava a socialização online, bem como estudos sobre e exploração das ferramentas que suportavam essas trocas sociais. Isso no sentido de tentar compreender a razão pela escolha de um ou outro tipo de site de

rede social selecionado para socialização online de determinada rede.

Nesse sentido, para a localização de cada rede temática identificada foram efetuadas pesquisas em sites de buscas, contendo palavras-chave referentes a cada necessidade especial em específico. Assim, elaboramos uma lista com os suportes de socialização online predominantes em cada rede temática, estabelecemos contato via ferramenta de comentários em cada um desses suportes, explicitando o objetivo e identificando os pesquisadores do projeto, o blog do mesmo, no qual disponibilizávamos links para os Currículos Lattes de cada um dos componentes da equipe, além de um e-mail de contato pelo qual o autor do blog ou fotolog deveria autorizar nossa observação nesse ambiente. Portanto, constituem *corpus* de análise deste projeto apenas os suportes das redes temáticas cuja observação fora expressamente autorizada pelos seus autores via e-mail. Estes, por sua vez, receberam da equipe de pesquisa um Termo de Consentimento para Uso dos Dados (TCUD), assim como um questionário sobre aspectos que não poderiam ser deduzidos apenas com a observação dos suportes de socialização online analisados.

Para cada uma dessas redes temáticas, foram organizadas tabelas que dessem conta dos seguintes itens: 1) descrição e URL dos blogs/fotologs; 2) conteúdos postados (textos ou fotos) e URL, com data, autoria; 3) conteúdos de comentários e URL, com data e autoria; 4) laço social; 5) capital social. Além dessas tabelas, também foram elaborados mapas conceituais de cada uma dessas redes para que se pudesse identificar os links entre os sites componentes de cada uma dessas redes.

Na impossibilidade de se descrever sucintamente o processo de análise de cada uma dessas redes, a tabela a seguir

synetiza as redes temáticas identificadas, os suportes de socialização online em torno das quais elas se organizaram e o(s) artigo(s) do projeto que trazem particularidades e questões que emergiram de cada uma dessas análises.

Tabela 1: Resumo das redes temáticas analisadas no projeto Inclusão Social via socialização online de Pessoas com Necessidades Especiais (PNE).

REDE TEMÁTICA	SUPORTE DE SOCIALIZAÇÃO ONLINE	ARTIGO/AUTORIA/ANO
Autismo e Síndrome de Asperger	Blogs (13 autorizados de pais de pessoas com deficiência dos 17 identificados)	Implicações de Redes Temáticas em blogs na Análise de Redes Sociais (ARS): estudo de caso de blogs sobre Autismo e Síndrome de Asperger (MONTARDO, PASSERINO, 2010)
Síndrome de Down (SD)	Fotologs (12 autorizados de pais de crianças com SD dos 37 identificados)	Fotos que fazem falar. Desafios metodológicos para análise de redes temáticas em fotologs (MONTARDO, 2008)
Deficiência Auditiva (DA)	Blogs (11 autorizados [7 blogueiros com DA] de 63 identificados)	Estigma em blogs de pessoas com deficiência auditiva (MONTARDO, CORDEIRO, 2009)/ Redes temáticas na web e biossociabilidade online (MONTARDO, 2010)
Paralisia Cerebral (PC)	Blog Coletivo (23 pais/mães de PC + 4 PC)	Social inclusion in a cerebral palsy webring: Analysis of a collective blog (MONTARDO, HEIDRICH, 2012)

Fonte: Elaborado pela autora

Após a organização do conteúdo, tratava-se de analisá-los. Nesta etapa, eram requeridos aspectos referentes à análise de redes sociais com viés qualitativo, conforme mostra o ítem a seguir.

3. Análise de Redes Sociais

Ainda com relação às tabelas descritas anteriormente, no campo “capital social” da tabela mencionada anteriormente, classificou-se o tema proposto pelo autor(a) dos blogs/fotologs em termos de tipos de capital social, conforme Bertolini e Bravo (2004). A seguir, classificamos os tipos de laços estabelecidos entre os autores e comentadores dos sites em questão em fortes e fracos, segundo Granovetter (1974), considerando um laço forte aquele que apresentava uma ressonância com relação ao tema postado quanto ao tipo de conteúdo comentado. Exemplo: se uma postagem trazia um conteúdo informativo (capital social cognitivo) e o comentário feito com relação a esta postagem também tivesse cunho informativo (capital social cognitivo), a interpretação era de que se estabelecia aqui um laço forte. Da mesma forma, uma postagem de cunho pessoal (desabafo, pedido de ajuda, compartilhamento de uma vitória), que fosse comentado também nesses termos (oferecimento de ajuda, conselhos, etc.), também constituiria laço forte em torno de capital social relacional. Já um comentário de agradecimento (capital social relacional) por conteúdo informativo (capital social cognitivo) postado, por exemplo, era interpretado, conseqüentemente, como laço fraco. É válido ressaltar, porém, que tanto laços fracos quanto

fortes são promotores de inclusão social de pessoas com necessidades especiais e seus familiares.

De acordo com Blood (2000), o termo weblog foi utilizado pela primeira vez em 1997 por Jorn Barger para nomear um conjunto de sites que “coleccionavam” e divulgavam links interessantes na web. O surgimento e a evolução das ferramentas de publicação, a partir de 1999, popularizaram os weblogs, proporcionando uma maior facilidade na publicação e manutenção dos sites, que não mais exigiam o conhecimento da linguagem HTML. Devido a isso, passaram a ser rapidamente adotados e apropriados para os mais diversos usos. A ferramenta de comentários foi agregada mais tarde, e pode-se dizer que ela constitui hoje uma das principais características estruturais dos blogs por possibilitar a interação de leitores de blogs com os seus autores (AMARAL; MONTARDO; RECUERO, 2008).

É interessante notar que, para além dessa classificação, outras questões emergiam de cada rede analisada em função de suas especificidades.

Por exemplo, na rede sobre Autismo e Síndrome de Asperger, na qual foram analisados 2 blogs mantidos por pais de pessoas com necessidades especiais e 8 atualizados por mães, entre janeiro e setembro de 2007, percebeu-se questões de gênero implicadas nos tipos de postagens. Nesse sentido, notou-se que os pais, predominantemente, escrevem postagens de cunho informativo (capital social cognitivo), enquanto a maior parte das postagens elaboradas pelas mães correspondiam a capital social relacional. Vale ressaltar que tanto o Autismo quanto a Síndrome de Asperger não são de rápida identificação por parte dos pais, pois, ao consistirem

em um tipo de Transtorno Global de Desenvolvimento, caracterizado por afetar profundamente o desenvolvimento da cognição, linguagem, motricidade e questões sociais, refletem-se em várias fases diferentes do desenvolvimento da criança, o que motiva a busca de informações sobre as mesmas. Acredita-se que o tipo de informação requerida por esses pais é mais facilmente acessada por meio de texto escrito, o que explica a presença desta rede temática em blogs. (MONTARDO; PASSERINO, 2010).

Por outro lado, chamou a atenção que a rede temática sobre Síndrome de Down estabeleceu-se em fotologs, sendo que todos os 12 fotologs analisados entre março e abril de 2008 estavam localizados no mesmo sistema de publicação. De acordo com Bissoto (2005), a Síndrome de Down se caracteriza por uma alteração na divisão cromossômica usual resultando na triplicação do material genético existente no cromossomo 21, ao invés de sua duplicação. Pereira-Silva e Dessen (2002) destacam que, ainda que os primeiros registros científicos sobre a Síndrome de Down datem do século XIX, obras de pintores dos séculos XVI e XVII retratam crianças com a síndrome, já que elas são facilmente reconhecidas por traços específicos nos olhos, orelhas e mãos. Em parte, atribui-se a organização dessa rede em fotologs em função de esta síndrome poder ser identificada visualmente. Porém, esta não é a única explicação para este fato. Segundo Recuero (2006), fotologs são páginas pessoais para postagem de fotografias, nas quais as pessoas podem comentar as mesmas. McDonald (2007) menciona que conversações visuais são possibilitadas por este tipo de site de rede social. De acordo com os usos do fotográfico identificados

por Kuhn Jr. (2008), na amostra observada percebe-se o uso do compartilhamento de experiências (documentação e memória cotidiana e deslocamentos espaciais). De forma resumida, a análise mostrou que todas as fotos eram postadas e legendadas pelas mães de crianças com Síndrome de Down, quase sempre descrevendo seus filhos em primeira pessoa, comentários eram feitos também por mães e havia menções a encontros presenciais entre os membros dessa rede. Por outras palavras, pode-se dizer que os laços fortes nesta rede em específico se dão exclusivamente via capital social relacional e que, em função de todos pertencerem ao mesmo sistema de publicações de fotologs, o que acaba por se constituir um *cluster*, verifica-se a incidência de capital social de segundo nível denominado confiança no ambiente social (BERTOLINI; BRAVO, 2004). (MONTARDO, 2008).

Finalmente, ao verificar a inclusão social de pessoas com deficiência auditiva, fomos autorizados a observar blogs dos deficientes auditivos em si (7 blogueiros) e de informados sobre o tema (4), entre janeiro de 2007 e outubro de 2008. Deficiência auditiva ou surdez ocorrem quando problemas em alguma das partes do ouvido prejudicam a audição em algum grau, sendo que em 50% dos casos não se identifica a sua causa (REDONDO; CARVALHO, 2000). Deve-se notar que apenas os surdos que também conhecem a Língua Portuguesa escrita eram aptos a escrever em blogs, sendo que isso seria impossível para os que apenas conheciam a Linguagem de Sinais. Segundo Moura (2000), a educação baseada na Linguagem de Sinais colaboraria para que os surdos fossem vistos mais pela sua diferença do que pela sua deficiência, posicionando-se na

sociedade não pela sua exclusão em relação a ela, mas por meio de uma identidade definida em sua positividade. Uma vez que fomos autorizados a analisar 11 blogs, entre os quais blogs mantidos por pessoas com deficiência auditiva e por informados (familiares, profissionais da saúde e educadores de surdos), emergiu a necessidade de tratarmos o conceito de estigma. Conforme Goffman (1988), o estigma implica uma relação social, consistindo em um rótulo depreciativo que uma pessoa ou grupo atribui a outra pessoa ou grupo, com a finalidade de deteriorar sua identidade. O autor (1988) faz notar uma certa ambivalência quanto aos modelos de identidade adquiridos pelo sujeito estigmatizado, já que este não consegue se conformar a eles. Nesse sentido, um deficiente auditivo não se vê como surdo, nem o deficiente visual, como cego. É, portanto, na associação com os iguais, ou perante a separação deles, que haverá oscilações de identificação. Curioso notar que nos blogs analisados verificou-se a incidência de estigma entre deficientes auditivos que escreviam em blogs e, portanto, não se limitavam a Linguagem de Sinais, e entre estes e os que decidiam fazer implante coclear, uma cirurgia que consiste em fazer um deficiente auditivo passar a ouvir. Obviamente, as pessoas que se comunicavam apenas via Linguagem de Sinais eram apenas mencionadas nos blogs dos demais deficientes auditivos por não serem aptos a manter blogs. Esse fato trouxe a necessidade de abordarmos o conceito de biossocialidade que, conforme Rabinow (2002), consiste em que a natureza seja modelada pela cultura, resultando em ações coletivas e individuais que sejam motivadas por questões biológicas. Ortega (2008) analisa as



biossocialidades contemporâneas no fenômeno de assujeitamento e disciplinamento a que as pessoas se submetem em busca do corpo perfeito, contrapondo os ideias ascetas com o que chama de práticas bioascetas.

Percebe-se uma identificação entre a oscilação de identificações em situações sociais mistas, prevista por Goffman (1988), e as experimentadas pelos ascetas, por um lado, e pelos bioascetas, por outro, conforme Ortega (2008). Para o estigmatizado, a associação ou distanciamento com relação aos seus iguais pode provocar essas oscilações, numa alternância entre a decisão de se assumir como surdo ou na adoção dos valores da cultura ouvinte. Assim como o asceta, alguns deficientes auditivos buscam um deslocamento de subjetividade, que visa a um modo alternativo de vida, um movimento pela liberdade de passarem a ouvir, por meio de próteses e implantes, como revelam algumas citações de blogueiros com deficiência auditiva. Porém, tal qual o bioasceta, estas escolhas provém de decisões pessoais, individuais, e, por isso, apolíticas, de acordo com os autores consultados, e exigem certa disciplina para o sucesso das intervenções cirúrgicas (fazer reajustes necessários, praticar a identificação de sons, etc.). Pelo menos na rede analisada, percebeu-se pouca interação entre os 11 blogueiros, talvez pelo fato de que muitos desses autores escreviam em mais de um blog, o que pode ocasionar uma certa dispersão nas atualizações. Concluiu-se, também, que esta rede não pode ser considerada temática, uma vez que não apenas a deficiência auditiva é mencionada, mas também outros assuntos do cotidiano. Verificou-se a ocorrência de laços fortes a partir de alocação de



capital social relacional entre os deficientes auditivos e fracos entre estes e os informados (capital social cognitivo). (MONTARDO, 2010).

A rede temática analisada constituída em torno da Paralisia Cerebral organizou-se em um blog coletivo. Segundo Andrade (2001), o termo Paralisias Cerebrais é utilizado para descrever diversos distúrbios corporais, onde há confusões de mensagens entre o cérebro e os músculos, que afetam crianças nas suas habilidades para a marcha, a postura e o equilíbrio corporal. No entanto, não necessariamente ocorre algum tipo de deficiência mental. Estes distúrbios são causados por lesões ou traumas, que podem ocorrer antes, durante ou depois do nascimento, ou em casos mais raros, nos primeiros anos da infância (ANDRADE, 2001). Portanto, não foi surpresa encontrar 4 Paralisados Cerebrais entre os membros do blog coletivo, ao lado de 23 pais/mães de Paralisados Cerebrais. Entre dezembro de 2006 e janeiro de 2009, localizou-se 36 postagens e uma média de 11,9 comentários por postagem, o que caracteriza um blog com considerável acesso/atualização. Este blog foi originado de uma comunidade no Orkut e seu objetivo era organizar e disponibilizar a discussão e informações sobre o tema. Talvez devido a este objetivo este blog trazia mais recursos que os outros analisados, contendo fotos, links, vídeos e etiquetamento (“depoimento de mãe/pai” e “depoimento de jovem/adulto com PC”). Nesta rede, identificou-se alocação de capital social relacional proposto por pais/mães de PC, que numericamente são mais significativos em termos de ocorrências, mas também percebeu-se a presença de alocação de capital social cognitivo,

principalmente por parte dos autores com Paralisia Cerebral. Entre as postagens de aspecto relacional feita por PC há menção da superação do estigma na sociedade em direção a processos inclusivos conquistados pelos mesmos em diferentes esferas da vida social. A partir disso, percebe-se nessa rede a constituição de laços fortes a partir da correspondência de postagens e de comentários tanto em torno de capital social relacional quanto em torno de capital social cognitivo, com predominância do primeiro tipo. Em termos de capital social de segundo nível, e possível identificar capital social confiança no ambiente social, talvez pelo fato de o blog ser coletivo, o que garante sua constante atualização, comentários dos autores e de outros leitores às postagens, encorajando a participação de todos no blog. (MONTARDO; HEIDRICH, 2012).

Considerações finais

A pesquisa contribuiu para a discussão sobre a inclusão social de pessoas com necessidades especiais tendo como foco central a socialização online dessas pessoas e de informados em sites de redes sociais. O estudo problematizou conceitos de inclusão social em função de sua relação com o conceito de inclusão digital, propondo uma forma para identificação de inclusão social via o aporte teórico/metodológico de Análise de Redes Sociais (ARS) combinado com técnicas de netnografia. Em função do mapeamento de redes organizadas em torno de uma deficiência específica, em determinados sites de redes sociais, surgiu o conceito de rede temática na web. Foram

mapeadas as seguintes redes neste estudo: Autismo e Síndrome de Asperger (blogs), Síndrome de Down (fotologs), Deficientes auditivos (blogs) e Paralisados Cerebrais (blog coletivo).

Para responder a questão-problema de todos os artigos que se voltaram para as apropriações dos sites para socialização online por diferentes redes temáticas, foi fundamental a combinação de dois métodos de pesquisa: a Netnografia e a Análise de Redes Sociais (ARS). Acredita-se que esta discussão metodológica constitua a principal contribuição desta pesquisa, uma vez que o modelo proposto pode ser utilizado por pessoas que estudem redes sociais na internet, no âmbito da inclusão social, a partir de abordagens diversas.

Nas redes que se revelaram temáticas (todas, à exceção dos blogs sobre deficiência auditiva), percebeu-se uma sobreposição de laços relacionais (voluntários) com os de pertencimento (associativos), previstos por Breiger (1974). Por outras palavras, as pessoas aderem a redes temáticas tanto por vontade própria (provavelmente, em busca de inclusão) quanto em função de algo que as define de alguma forma (familiar de/ou deficiente).

Como limitação desta pesquisa, tem-se o fato de que as redes analisadas são apenas uma parte de uma rede maior composta pelos blogueiros e fotologueiros que as constituem. Ou seja, houve menções, seja nas postagens, comentários ou questionários, que remetiam à existência de outros espaços de socialização para além dos observados, tendo como exemplo mais recorrente as listas de discussão.

Conclui-se que a Inclusão Social se dá tanto por meio de laços fortes quanto de laços fracos nas redes observadas, nos termos aqui propostos. Nesse sentido, o fato de que, em algumas redes, não se tenha localizado a presença de pessoas com deficiência em si, não invalida o processo de inclusão nelas identificado porque entende-se que seus familiares e profissionais da Saúde e da Educação com eles envolvidos realizam trocas de diversos tipos que os favorecem diretamente, seja em suas relações pessoais ou profissionais.

Referências bibliográficas

AMARAL, A.; FRAGOSO, S.; RECUERO, R. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

AMARAL, A.; MONTARDO, S. P.; RECUERO, R. **Blogs.com**: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009. Disponível em: <http://www.sobreblogs.com.br>. Acesso em 01 fev. 2009.

ANDRADE, J. S (2001). **Paralisia Cerebral**. Disponível em: <<http://www.defnet.org.br>>. Acesso em: 24 out. 2013.

AZEVEDO, P. H.; BARROS, J. F. O nível de participação do Estado na gestão do esporte brasileiro como fator de inclusão social de pessoas portadoras de deficiência. In: **Revista Brasileira de Ci e Movimento**. Brasília, v. 12, n. 1, p. 77-84. Jan/Mar 2004.

BARABÁSI, A-L. **Linked**. How everything is connected to everything else and what it means for Business, Science, and everyday life. Cambridge: Plume, 2003.

BERTOLINI, S.; BRAVO, G. **Social Capital**, a Multidimensional Concept. Disponível em <<http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>>. Acesso em 10 out. 2008.

BENKENSTEIN, A.; MONTARDO, S. P.; PASSERINO, L. Análise das Redes

Sociais em Blogs de Pessoas com Necessidades Especiais (PNE). In: **Revista Novas Tecnologias na Educação (RENOTE)**. Porto Alegre: UFRGS, Vol. 5, no. 2, Dez.2007. Disponível em: <<http://www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2007/artigos/6hLilianaPasserino.pdf>>. Acesso em 20 de. 2007.

BISSOTO, M. L. Desenvolvimento cognitivo e o processo de aprendizagem do portador de Síndrome de Down: revendo concepções e perspectivas educacionais. In: **Revista Ciências e Cognição**, 2005, Vol. 4, pp. 80-88.

BLOOD, R. **Weblogs: a history and perspective**. (2000) Disponível em <http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html>. Acesso em 30 jul. 2008.

BREIGER, R. The Duality of Persons and Groups. **Social Forces**, vol 53, n. 2, p.181- 190, dez. 1974.

CYBIS, W.; BETIOL, A. H.; FAUST, R. **Ergonomia e Usabilidade: conhecimentos, métodos e aplicações**. São Paulo: Novatec, 2007.

DIAS, C. **Usabilidade na web: criando portais mais acessíveis**. 2. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2007.

EVANS, L. Authenticity Online: using webnography to address phenomenological concerns. In: MOUSOUTZANIS, A.; RIHA, D. (orgs.). **New Media and the Politics of Online Communities**. Oxford: Inter-Disciplinary Press, 2010.

GOFFMAN, E. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 4 Ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

GRANOLLERS, T. **MPI+u: Uma metodologia que integra la ingenieria del software, la interacción persona-ordenador y la accesibilidad en el contexto de equipos de desarrollo multidisciplinares**. Tesis de doctorado. Universidad de Lleida, jul. 2004. Disponível em: <<http://www.tesisenxarxa.net/TDX-0218107-133615/>>. Acesso em: 28 nov. 2008.

GRANOVETTER, M. **La fuerza de los vínculos débiles** (1974). Disponível em: <<http://www.ucm.es/info/pecar/Articulos/GRANOVETTER2.pdf>>. Acesso em 17 out. 2013.

HINE, C. (Ed.). **Virtual Methods** .Issues in Social Research on the Internet. Oxford: Berg, 2005.

KOZINETTS, R. **The Field Behind the Screen: Using Netnography For Marketing Research in Online Communities.** (2002). Disponível em: <<http://research.bus.wisc.edu/rkozinetts/printouts/kozinettsFieldBehind.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2008.

KUHN Jr., N. Painéis Fotográficos na Internet. Um estudo dos Fotologs como molduras de mostração. **Tese de Doutorado.** Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio do Sinos. São Leopoldo, 2008.

LADEIRA, F.; AMARAL, I. **A educação de alunos com multideficiência nas Escolas de Ensino Regular.** Coleção Apoios Educativos. Lisboa: Ministério da Educação. Departamento da Educação Básica, 1999.

McDONALD, D. (2007) Visual Conversations Styles in Web Communities. In: Proceedings of the 40th Hawaii International Conference on System Sciences. Disponível em: <<http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/2007/2755/00/27550076a.pdf>>. Acesso em: 5 out. 2008.

MONTARDO, Sandra Portella; PASSERINO, Liliانا Maria; BEZ, Maria Rosângela. Digital Inclusion challenge for People with Disabilities. Analysing accessibility in blogs. In: WCCE 2009 – 9th IFIP World Conference on Computers in Education, 9, 2009, Bento Gonçalves, RS, Brazil. **Proceedings.** Bento Gonçalves, RS, Brazil, 2009.

MONTARDO, S. P. ; HEIDRICH, R. . Social inclusion in a cerebral palsy thematic network: analysis of a collective blog. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 16, p. 138-147, 2012.

MONTARDO, Sandra Portella. Redes temáticas na web e biossociabilidade on-line. **Revista FAMECOS.** Porto Alegre, vol. 18, no. 3, p. 295-303, set/dez.2010. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8197> . Acesso em: 05 jan. 2011.

MONTARDO, Sandra Portella; PASSERINO, Liliانا Maria. Implicações de Redes Temáticas em blogs na Análise de Redes Sociais (ARS): estudo de caso de blogs sobre Autismo e Síndrome de Asperger. **Revista Interface. Comunicação, Saúde, Educação.** Botucatu, vol. 14, no. 35, p. 921-931, dez. 2010. Disponível em:<<http://www.interface.org.br>>. Acesso em: 18 dez. 2010.

MONTARDO, S. P.; CORDEIRO, B. C. Estigma em blogs de pessoas com deficiência auditiva. Dossiê Estigmas e Estereótipos na Esfera Midiática. **Revista do Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (e-Compós)**. Brasília, vol. 12, no. 1, p. 1-15, jan.-abr. 2009. Disponível em: <<http://e-compos.org.br>>. Acesso em: 18 dez. 2010.

MONTARDO, S. P. Fotos que fazem falar. Desafios metodológicos para análise de redes temáticas em fotologs. Dossiê ABCiber. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, vol. 3, no. 37, p. 75-84, dez, 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4803/3607>>. Acesso em: 18 dez. 2010.

MONTARDO, S. P. ; PASSERINO, L. Espelhos quebrados no ciberespaço: implicações de redes temáticas em blogs na Análise de Redes Sociais (ARS). In: 17º. Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação de Comunicação (Compós). **Anais**. São Paulo, UNIP, 2008. Disponível em <<http://www.compos.org.br>>. Acesso em 10 out. 2008.

MONTARDO, S. P. PASSERINO, L. Inclusão social via acessibilidade digital: proposta de inclusão digital para Pessoas com Necessidades Especiais (PNE). **E-Compós**, vol.8, jan.-abr, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/ecompos/adm/documentos/ecompos08_abril2007_passerino_montardo.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2010.

MOURA, M. C. **O Surdo**: Caminhos para uma Nova Identidade. São Paulo: Revinter, 2000.

NIELSEN, J. **Usability Engineering**. San Francisco: Morgan Kaufman, 1993.

ORTEGA, F. Do corpo submetido à submissão do corpo. In: ORTEGA, F. **O corpo incerto**. Corporeidade, tecnologias médicas e cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

RABINOW, P. Artificialidade e iluminismo: da biossociologia à biossociabilidade. In: RABINOW, P. **Antropologia da razão**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

PASQUALOTTI, P.; PASSERINO, L. Critérios de Usabilidade e de Acessibilidade em software de construção de narrativas colaborativas. IN: **Anais do IBERDISCAP**, 2006, Vitória, ES, 20-22 de Fev. de 2006.

PEREIRA SILVA, N. L.; DESSEN, M. A. Síndrome de Down: etiologia, caracterização e impacto na família. In: **Revista Interação em Psicologia**, 2002, 6 (2), p. 167-176.

POLIVANOV, B. Etnografia Virtual, Netnografia ou Apenas Etnografia? Implicações dos Termos em Pesquisas Qualitativas na Internet. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 36, 2013, Manaus, AM. **Anais**. Manaus: Universidade Federal do Amazonas, 2013.

PREECE, J.; ROGERS, Y.; SHARP, H. **Design de interação: além da interação homem-computador**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2005.

RECUERO, R. Comunidades em Redes Sociais na Internet. Proposta de tipologia baseada no Fotolog.com. **Tese de Doutorado**. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação e da Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2006.

_____. Comunidades virtuais em redes sociais: uma proposta de estudo In: **E-Compós**, Brasília, Compós, v.4, Dez. 2005. Disponível em <<http://www.e-compos.org.br>>. Acesso em 26 out. 2007.

REDONDO, M. C.; CARVALHO, J. M. **Cadernos da TV Escola**. Deficiência auditiva. Brasília: MEC, Secretaria de Educação a Distância, 2000.

ROCHA, H. V. da; BARANAUSKAS, M. C. C. **Design e Avaliação de Interfaces Humano-computador**. Campinas, SP: NIED/UNICAMP, 2003.

SPOSATI, A. A fluidez da inclusão/exclusão social. **Ciência e Cultura**, vol. 58, no. 4, São Paulo, Out/Dec. 2006.

USABILITY.GOV. Disponível em: <<http://www.usability.gov>>. Acesso em: 22 jul. 2008.

WARSCHAUER, M. **Tecnologia e Inclusão Social**. A exclusão digital em debate. São Paulo: Senac, 2006.

Aproximações a uma abordagem teórico-metodológica a partir do newsmaking

Debora Cristina Lopez¹

Marizandra Rutilli²

O presente capítulo pretende fazer um primeiro esforço para analisar o *newsmaking* sob uma perspectiva teórico-metodológica. Para isso, partimos do olhar de Eduardo Meditsch (2012), que defende a não dissociação entre os chamados práticos e teóricos no ensino, na pesquisa e no mercado de jornalismo. Ainda a partir deste autor, acreditamos que assim como o jornalismo tem em suas rotinas um método de forma a construir um conhecimento, a pesquisa nesta área também precisa de um rigor metodológico para que possa efetivamente relacionar-se com seu objeto e seu fenômeno.

¹ Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria e do curso de Jornalismo do *campus* Frederico Westphalen da mesma instituição. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Email: deboralopezfreire@gmail.com.

² Mestranda em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Bolsista Capes. Membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - Unijuí, email: maryrutilli@hotmail.com.

Assim, propomo-nos, neste texto, a discutir a delimitação e a sistematização de métodos e ferramentas que permitam compreender o *newsmaking*, seu processo e seus usos aplicados ao jornalismo em si e à pesquisa. Para tanto, buscamos estruturar o texto em dois eixos centrais: o jornalismo como forma de conhecimento, contextualizado em sua trajetória histórica e em sua prática, e a perspectiva teórica do *newsmaking*. Ao final, buscamos alinhar os pontos de convergência entre eles, aproximando-os de um debate sobre as aproximações teórico-metodológicas entre estes dois olhares.

Marcos históricos do jornalismo como prática

Ao tratarmos dos marcos históricos do jornalismo enquanto prática temos a considerar as contribuições correlacionadas e coexistentes de Alsina (2009), Peirce (2012) e Schudson (2010). Cada qual fornece subsídios específicos para a real compreensão do jornalismo enquanto prática. Em Alsina (2009) encontramos a base em a prática produtiva do jornalismo refere-se a um processo de construção da realidade social. Em Peirce (2012) tomamos suas contribuições a partir da Teoria Geral dos Signos, onde através dos signos podemos desvendar como se dão as práticas, linguagens, inter-relações que fazem parte dos processos comunicacionais. Por fim, Schudson (2010) aponta para a evolução real do jornalismo enquanto prática nos Estados Unidos, que embora não deva ser usado como único viés histórico oferece contribuições para o jornalismo de modo geral.

A explicação concisa para tal posicionamento é alicerçada



por Traquina (2005). Para o pesquisador português, embora cada país tenha suas particularidades históricas quanto à evolução do jornalismo, o que houve foi um processo mais ou menos parecido entre todos. A base das semelhanças, para Traquina (2005) apresenta quatro elementos fundamentais: a expansão da imprensa, o crescente processo de comercialização, o grande número de pessoas que passaram a trabalhar em jornais, o processo de divisão das atividades jornalísticas e uma demanda crescente pela profissionalização dos jornalistas, profissionais da imprensa na época.

Outro ponto importante a ser destacado é o fato de que a história do jornalismo enquanto prática e a democracia estão estreitamente ligadas através de vertentes de desenvolvimento. Se analisarmos mesmo que de modo superficial, atualmente, o jornalismo está inserido numa sociedade democrática. Ao que se pode perceber a democracia perpassa os processos de desenvolvimento do jornalismo, está entrelaçado com a sua história e da sua construção enquanto prática, e assim vice-versa.

Traquina (2005), ao referir-se sobre a história do jornalismo, trata como “história do jornalismo na democracia”, sobre as quais aponta pontos fundamentais para explicar o desenvolvimento do jornalismo. O primeiro diz respeito ao desenvolvimento da imprensa, com início no século XIX e vivenciou seu momento de “explosão” no século XX, com os novos meios de comunicação como o rádio, a televisão, jornalismo online. A segunda perspectiva diz respeito ao processo de comercialização da informação ou neste caso, notícia, no século XIX. O terceiro ponto está ligado à emergência do polo





econômico do jornalismo em relação ao polo intelectual, que acarretou um processo de profissionalização dos jornalistas, editores, e uma nova definição da notícia enquanto “papel social da informação numa democracia.” Para poder analisar e compreender melhor essa relação é que vamos remontar em seguida aos marcos históricos do jornalismo. Trataremos da importância do surgimento do *penny papers* para a expansão da informação para outras classes sociais, já que até então somente uma parcela elitista da população tinha acesso aos poucos jornais existentes na época. Das conquistas do jornalismo pela profissionalização das equipes e modernização das empresas jornalísticas. Da industrialização da informação, busca pela objetividade, modernização das práticas e a garantia da manutenção do direito à informação, algo fundamental dentro de uma sociedade democrática.

Penny papers e o penny press

Para Pena (online, p. 3) “os relatos orais são a primeira grande mídia da humanidade”. Com o intuito de dar ênfase a esse importante marco da história do jornalismo, queremos destacar os relatos orais como algo anterior aos *penny papers* e que merece contextualização, algo presente durante o início do século XVII, de forma mais acentuada na Inglaterra. Com base em Bill Kovach e Tom Rosenstiel, Pena (online) reforça tal prática como o início do jornalismo moderno. Em complemento, segundo Sousa (2008, p 86) “os cafés, aliás, configuravam-se crescentemente como espaços públicos de discussão racional

sobre a política, a economia e o mundo em geral”. O que vai de encontro com o conceito de Habermas (1962), no que se refere à denominação ainda que de modo inicial de espaço público.

Mais tarde e ainda anterior ao período de 1830, os jornais nos Estados Unidos destinavam-se a tratar de publicidade, informações comerciais e o editoriais. Tal atividade era explicada pela dependência dos jornais em relação ao comércio marítimo e principalmente em relação à política. Na época os jornais eram financiados por políticos e isso se constituía como algo comum já que até então o jornalismo era feito para tal classe e para as elites comerciais.

A imprensa enquanto prática tem no século XIX um dos momentos de maior representação e de mudança mais precisamente na década de 1830 no que refere à busca pela democratização da informação. O marco representativo disso são os *penny papers* (SCHUDSON, 2010) ou *penny press* (TRAQUINA, 2005). Os *penny papers*, como ficaram conhecidos, surgiram em contraposição aos jornais da época, *os six penny* (impressos comercializados a um custo de seis centavos, distribuídos para a elite somente através de assinaturas anuais) Estes, por sua vez, eram vendidos no valor de um centavo nas ruas, mais acessível às demais classes sociais do período.

Representavam, conforme Schudson (2010, p 25) o “triunfo da notícia sobre o editorial e dos fatos sobre a opinião, uma mudança moldada pela expansão da democracia e do mercado, e que, com o tempo, conduziria à incômoda submissão do jornalista à objetividade”. Já os *penny press* abordados por Traquina (2005) são originários da França, mais precisamente

com a formação no jornal *Presse*, cujo objetivo era fundar um grande projeto na área jornalística, dando origem mais tarde a um novo tipo de jornalismo que começava a reportar-se para os acontecimentos no mundo. Esse novo jornalismo, por sua vez, provocou mudanças na forma com que se buscava a notícia, passou a sofrer um processo de seleção.

Os penny papers expressavam e edificaram a cultura de uma sociedade democrática de mercado, uma cultura que não tinha espaço para deferências sociais ou intelectuais. Eles foram o alicerce sobre o qual a crença nos fatos e um descrédito pela realidade ou a objetividade de “valores” podia prosperar (SCHUDSON, 2010, p 75).

Com os *penny papers*, para Schudson (2010, p 19), “as novas publicações refletiam mudanças políticas, sociais e tecnológicas que bem poderiam alarmar um homem atento”. A notícia transformou-se na base principal dos jornais da época, onde o editor passou a não depender de notícias frias que advinham através da influência comercial e política. Passou a buscar a notícia no seu cotidiano, numa chamada Revolução Comercial, em que os *penny papers* ampliaram-se mundialmente devido a sua grande circulação nas ruas, em vez de assinaturas anuais. Desse modo, os veículos conseguiram atrair publicidade, tiveram independência política, com foco em informações do cotidiano e assim perdurando até a década de 1890.

O surgimento do repórter

Os *penny papers* também provocaram uma expansão dos jornais, ao dedicarem-se a produção da notícia. As empresas jornalísticas passaram a crescer, a demandar profissionais qualificados para a função. O que por sua vez também potencializou o surgimento de várias novas funções jornalísticas, já que até então somente uma pessoa era responsável por todas as fases de produção da notícia. A partir desse cenário, ainda durante a década de 1890, surge uma figura muito importante, o repórter. De modo especial, foi durante a Guerra Civil nos EUA que o repórter tornou-se responsável por tornar os fatos mais acessíveis ao público e ao mesmo tempo, difundidos na imprensa. Conforme Traquina (2005) a técnica da entrevista também foi utilizada de forma mais incisiva pelos repórteres, o que contribuiu para a prática de reportar aos leitores, os fatos sobre a guerra.

Ao acompanhar as tropas durante a Guerra Civil, os leitores tiveram acesso a notícias de batalhas, do desempenho dos generais, das estratégias militares, da vida nos acampamentos e do comportamento das tropas. E os jornalistas utilizaram novas técnicas no seu trabalho, como a descrição das testemunhas e dos cenários. Os repórteres recorrem cada vez mais à técnica de entrevistar as pessoas na obtenção dos fatos (TRAQUINA, 2005, p 58).

Esse representa um novo marco na história do jornalismo como prática, uma vez que colocou em discussão o jornalismo



enquanto vocação, descrição dos fatos. Ainda, um momento em que o repórter conquistou um lugar de prestígio dentro dos jornais. O resultado disso foi um processo de contratação e valorização dos profissionais.

Ao escrever sobre este aspecto em especial, Schudson (2010, p. 80), relata que esse foi o momento em que “os repórteres pela primeira vez tornaram-se atores no chamado mundo dos jornais.” Também um período em que a notícia e a opinião eram mantidas separadamente, dando a transparecer o “ideal absoluto” a ser alcançado pelo jornalismo. O repórter passou a ver o jornalismo como vocação, como observação e descrição dos fatos. Paralelamente houve um crescente apelo mercadológico pela exigência de um diploma universitário para o exercício da profissão de repórter. Nessa perspectiva, Traquina (2005) aponta que após a Guerra Civil o jornalismo passou a incorporar na construção da notícia, outra nova técnica; a utilização de fontes múltiplas. Em acréscimo, para Alsina (2010, p 163), “o elo entre acontecimento-fonte-notícia é básico para a construção da realidade jornalística”, sem desconsiderar a complexidade que existe nessa relação, de disputa na determinação da realidade social. Na perspectiva do autor um acontecimento público (realidade social construída) é determinado pela ação conjunta de três atores fundamentais: fontes (que promovem a notícia), jornalistas (que produzem notícias) e consumidores (audiência).

Ainda durante a Guerra Civil Americana, Schudson (2010) destaca outro ponto importante; a invenção da reportagem e sua posterior consolidação tinham dois aspectos conflitantes: o surgimento dessa nova atividade se contrapunha à industrialização do jornal. Merece destaque o espaço ocupado



pelas reportagens mais longas, e, claro, os investimentos por parte dos jornais da época em busca de notícias. O fortalecimento se deu fortemente através das reportagens bélicas, em coletas de notícias, que por sua vez demandavam profissional capacitado, tempo de produção e principalmente qualidade. A informação devia atingir altos níveis em riqueza de detalhes, precisava ser concisa, mais completa possível. E, portanto, essa preocupação com a qualidade das reportagens demandava dos jornalistas um longo período de dedicação. Para dar conta desta crescente coleta de informações, também se tornou expressivo o aumento do número de correspondentes em prontidão para cobrir a guerra e transformá-las em notícias em forma de longas e detalhadas reportagens. O resultado foi o fortalecimento da profissão e claro a expansão dos jornais rumo a um processo crescente de industrialização, consumado posteriormente.

Porém, após esse período, Schudson (2010) ainda destaca um novo momento para a profissão dos jornalistas, influenciada em parte pelo surgimento da universidade norte americana, formações de associações da profissão. Trata-se de uma divisão ideológica que está em discussão até os dias atuais; o ideal da objetividade. A divisão está alicerçada entre a ideologia do repórter em relação ao mundo e a construção da notícia em relação à identidade dos jornais para os quais o jornalista trabalha. De um lado é preciso se comprometer com o verdadeiro valor da notícia, de outro, era necessário produzi-la dentro de uma lógica de consumo e de entretenimento, de prestígio para o jornal enquanto empresa. Dessa forma também se constitui como origem de dois modelos de jornalismo: o ideal “literário (da

narrativa) e o ideal da informação”. A objetividade surge conforme Schudson (2010, p 187) como “uma fuga de suas próprias convicções profundas acerca da dúvida e direção”. O século XX é o século da objetividade.

Jornalismo como forma de conhecimento

Além da prática, o jornalismo também pode ser refletido sob o ponto de vista científico, neste caso, tratado aqui como campo acadêmico e não é como ciência. As discussões implicam em situar o jornalismo com autonomia relativa e condicionada, em um campo de forças que remete a semelhanças e diferenças entre jornalismo, senso comum e a ciência. No caminho para a objetividade, o jornalismo começa a desenvolver um método de tratamento dos fatos que noticia se aproximando de alguma forma, como veremos ao longo deste tópico, do conhecimento científico. No mesmo período³ começam as pesquisas científicas propriamente ditas, tendo o jornalismo como objeto principal associado ao seu ensino.

Para Traquina (2005, p. 23), o jornalismo aproxima-se da ciência à medida que é uma prática intelectual, criativa, responsável pela construção da notícia, por consequência, na construção de um conhecimento, ainda que de modo parcial da realidade. Exerce uma influência para sociedade, já que é feito para

³ Existem pesquisas sobre o jornalismo anteriores à criação do primeiro curso de jornalismo. Ainda assim associamos a sua criação à sistematização do tema como foco de pesquisa. Podemos apontar como a primeira pesquisa em jornalismo a tese doutoral de Tomas Peucer (2004), que data de 1690 e foi defendida na Universidade de Leipzig, na Alemanha.

tal. Assim, pressupõe-se que o jornalismo também não é senso comum, porque o processo de construção da notícia demanda ações técnicas, com base em modelos teóricos, requer um método. As contribuições de Sponholz (2007, p. 8) apontam para uma proximidade entre jornalismo e ciência e o distanciamento com o senso comum. Para ela, “provavelmente, a questão epistemológica mais importante é a do método. O senso comum não exige um método, já que se trata de conhecer algo natural”. Segundo Meditsch o jornalismo atua no campo da realidade e isto revela ao mesmo tempo uma força e uma fragilidade.

É frágil, enquanto método analítico e demonstrativo, uma vez que não pode se descolar de noções pré-teóricas para representar a realidade. É forte na medida em que essas mesmas noções pré-teóricas orientam o princípio de realidade de seu público, nele incluídos cientistas e filósofos quando retornam à vida cotidiana vindos de seus campos finitos de significação. Em consequência, o conhecimento do jornalismo será forçosamente menos rigoroso do que o de qualquer ciência formal, mas, em compensação será também menos artificial e esotérico (MEDITSCH, 1997, p. 7).

Em contrapartida, para muitos autores o jornalismo não pode ser compreendido como ciência, suas contribuições o distanciam ainda mais da cientificidade, mas ao mesmo tempo dão sustentação para suas práticas, que não se enquadram no senso comum. Segundo Groth (2011), toda ciência própria designa um método próprio, um objeto ainda não estudado pelas demais ciências. Se aplicarmos isso ao jornalismo, pode-se observar



que não há método científico para as práticas de produção, embora, como citado anteriormente estes passem por técnicas de produção, elaboração. Quanto à não cientificidade do jornalismo, Sponholz (2007) aponta para a singularidade que o mesmo possui, já que os acontecimentos não se repetem no jornalismo e a observação é limitada, situações que ocorrem de maneira oposta na ciência. Tal singularidade do jornalismo advém das contribuições de Adelmo Genro Filho no livro *O Segredo da Pirâmide – Para uma teoria marxista do jornalismo* (2012, p. 168) em que “Somente o aparecimento histórico do jornalismo implica uma modalidade de conhecimento social que, a partir de um movimento lógico oposto ao movimento que anima a ciência, constrói-se deliberada e conscientemente na direção do singular”. Assim, o jornalismo é exclusivo. Para Sponholz (2007, p. 7), “a ciência só se interessa pelos aspectos particulares ou universais dos casos. A exclusividade é ignorada. O jornalismo, porém, se importa exatamente com o que a ciência ignora”. Groth (2011) aponta que o jornalismo tem uma influência muito forte na sociedade.

A mente do homem de hoje é comodelada e preenchida em boa parte pelo jornalismo. O jornalismo determina principalmente a direção do pensar e do querer de amplas camadas sociais. E não somente destas: dele depende em grande parte o saber e com isso a capacidade de discernimento do povo como um todo. A influência jornalística se espalha por todas as áreas da vida (GROTH, 2011, p 31).

Meditsch (1997) por outro lado defende que o jornalismo é uma forma de produção de conhecimento que pode ser utilizada para reproduzir outros saberes, quanto para degradá-los. O



jornalismo enquanto conhecimento é considerado complexo com base em três questões: o conhecimento não é algo concreto, é algo a ser alcançado, isso é válido pra todo tipo de conhecimento. O jornalismo é uma ciência menor, não sendo totalmente inútil. A terceira perspectiva é que o jornalismo apresenta o único e o diferencial. Revela de modo diferente aquilo que é produzido e divulgado pela ciência. A produção do jornalismo é concretizada pela notícia, e esta, do ponto de vista acadêmico representa a construção de uma realidade social e de reconhecimento.

De alguma forma, as notícias, entre múltiplas outras funções participam na definição de uma noção partilhada do que atual e importante e do que não é, proporcionam pontos de vista sobre a realidade, possibilitam gratificações, pelo seu consumo, podem gerar conhecimento e também sugerir, direta ou indiretamente, respostas para os problemas que quotidianamente os cidadãos enfrentam (SOUSA, 2002, p 119)

Ao que se pode perceber que as notícias e seus modos de produção são os principais pontos que embasam as discussões ao tratarmos de jornalismo enquanto prática ou como campo acadêmico. Embora neste trabalho entenda-se que o jornalismo não é ciência, mas que pode ser refletido cientificamente enquanto campo acadêmico cabe mensurar e apresentar a tabela construída por Sponholz (2007, p. 12) onde a autora tratou de aprofundar e de relativizar semelhanças e diferenças entre jornalismo, ciência e senso comum.

Tabela 1: Comparação entre senso comum, jornalismo e ciência

	Senso Comum	Jornalismo	Ciência
Recorte da Realidade	Universal (Varga, 2004)	Individual (Genro Filho, 1988)	Universal (Genro Filho, 1988)
Função	Sobrevivência; Fornecimento de modelos de ação/orientação (Lindenberg, 1987; Luckman, 1987; Popper, 1984)	Fornecimento de modelos de orientação (Park, 1967); entretenimento, mediação da realidade	Aproximação da realidade (Popper, 1994); mediação da realidade
Fonte	Observação e experiência conduzidas de acordo com as ideias natas ou formadas socialmente	Observação e experiência conduzidas de acordo com as informações sobre o caso	Observação e experiência conduzidas de acordo com teorias sem contradições (Popper, 1994)
Método	Tentativas e erros sem método profissional	Tentativas e erros com método profissional	Tentativas e erros com método profissional
Hipóteses	São tratadas como verdades evidentes	São tratadas como suposições que precisam ser testadas	São tratadas como suposições que precisam ser testadas (Popper, 1984)
Justificativas	Não exige. Quando são formuladas, não seguem regras	Exige justificativas, que vêm de observações conduzidas por regras profissionais	Exige justificativas, que vêm de observações conduzidas por regras profissionais

As contribuições da autora nos remetem, ainda que de modo superficial, a algumas reflexões de aproximações e distanciamentos entre jornalismo e ciência, mostrando que ambas as ações são possíveis. Como se pode observar, nos itens recorte da realidade, função e fonte, jornalismo e ciência se diferem, enquanto nos quesitos métodos, hipóteses e justificativas apresentam similaridades. Como nos interessa neste ponto discutir tais semelhanças entre práticas jornalísticas e ciência; chamamos atenção para o fato de que as afinidades surgem especificamente naquilo que é usual na ciência: método, hipótese e justificativa. Partimos desta hipótese para realizar a aproximação proposta neste capítulo, buscando discutir especificamente a questão do método. Assim como se destaca nas discussões sobre o jornalismo como campo acadêmico, a necessidade de conhecer melhor o processo da produção da notícia, já que cada notícia é singular, única, embora pressuponha embasamentos técnicos semelhantes. Sobre este aspecto é que se apresenta um problema: o conhecimento sobre a produção do jornalismo. Para Meditsch (1997) a notícia é algo intermediário entre o “conhecimento de” e o “conhecimento sobre”.

Um dos principais problemas do Jornalismo como modo de conhecimento é a falta de transparência destes condicionantes. A notícia é apresentada ao público como sendo a realidade e, mesmo que o público perceba que se trata apenas de uma versão da realidade, dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientaram a equipe de jornalistas para construí-la, e muito menos ao que foi relegado e

omitido por estes critérios, profissionais ou não.
(MEDITSCH, 1997, p. 10)

Ao nos depararmos com as dificuldades enfrentadas em conhecer melhor o processo de produção da notícia ou das práticas jornalísticas, por outro lado podemos recorrer à pesquisa e a ciência para dar conta de desvendar o que Meditsch (1997) trata como “falta de transparência destes condicionantes”. Este ponto apresentado pelo professor e pesquisador pode ser considerado a problemática das discussões sobre jornalismo como ciência e ao mesmo tempo revelar um método que pode vir a elucidar tais questionamentos. Se por um lado a perspectiva destaca a falta de transparência e utilização de métodos semelhantes para a construção da notícia, por outro aponta implicitamente para a observação das rotinas produtivas, ainda que singulares. Em suma, o modo único dos fazeres é o que torna cientificamente possível através de métodos como a observação, por exemplo. Se o processo de produção da notícia é algo um tanto obscuro ao tratarmos de jornalismo enquanto campo acadêmico, recorreremos às teorias para tentar compreender esse processo e dedicar-se então ao estudo de uma teoria das notícias. Nessa perspectiva, é que tratamos na sequência sobre a Teoria de *Newsmaking*, a qual está diretamente ligada ao processo de produção da notícia.

A perspectiva da Teoria do Newsmaking

Como tratou Meditsch (1997), um dos problemas que o jornalismo enfrenta em relação à notícia e ao público é o

desconhecimento sobre o processo de produção da notícia por parte do público. Em contrapartida, há alguma forma de se conhecer de perto esse trabalho de seleção, produção da notícia. Assim, chegamos à perspectiva da Teoria da *Newsmaking*⁴, a qual está diretamente relacionada com o processo de produção da notícia, dedica-se a uma compreensão mais minuciosa sobre a lógica dos processos produtivos do jornalismo, as suas implicações para a construção das mensagens. Em suma, uma teoria que faz referência à notícia em geral. Para Pereira Júnior (2001, p 78), o *newsmaking* se ocupa de questões centrais: “Por que as notícias são como são? Que imagem elas fornecem do mundo? Como essa imagem é associada às práticas do dia-a-dia na produção de notícias, nas empresas de comunicação?”.

Entender o processo de produção da notícia, não é algo simples, varia de acordo com cada meio, cada equipe e suas rotinas diárias, lógicas adotadas. Nessa perspectiva, para Wolf (1995), as determinações para a produção da notícia são bastante complexas, mas justificam-se por ocuparem uma função decisiva para o produto final. Outro ponto importante da Teoria de *Newsmaking* é considerar as relações entre a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e os processos produtivos. Para Pereira Júnior (2001), é o processo de produção da notícia e que este envolve questões importantes e fundamentais.

⁴ Embora a maioria dos autores tratem de *newsmaking* como teoria, HOHFELDT (2010) considera essa uma hipótese, com o seguinte conceito: ênfase à produção de informações, potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia. Onde o profissional da informação é visto como intermediário entre o acontecimento e a narrativa, que é a notícia, onde incluem-se o relacionamento entre fontes primeiras e jornalistas e as diferentes etapas da produção informacional.



Na produção de notícias, temos, por um lado, a cultura profissional; e, por outro, as restrições ligadas à organização do trabalho sobre as quais são criadas convenções profissionais que definem a notícia e legitimam o processo produtivo, desde a captação do acontecimento, passando pela produção, edição até a apresentação. Resultado: estabelece-se assim um conjunto de critérios de relevância que definem a noticiabilidade de cada acontecimento. Ou seja, a sua capacidade para ser transformado em notícia (PEREIRA JÚNIOR, 2001, p. 79).

Neste sentido, Tuchmann (apud WOLF, 1995, p. 169-170) afirma que os acontecimentos devem ser selecionados pelo órgão de informação, para por fim produzir a notícia. A pesquisadora também aponta três obrigações relacionadas entre si para que o jornalista cumpra ao produzir informações. Em primeiro lugar, devem tomar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como acontecimento notável. São os valores da notícia que implicam nos critérios de noticiabilidade. Definir entre inúmeros acontecimentos, o que passa a ser um acontecimento jornalístico, o que vai transformar-se em notícia. Wolf (1995) apresenta suas concepções sobre o tema.

Conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do profissionalismo dos jornalistas, para que adquirirem a existência pública de notícias [...]. Está estruturalmente relacionada com os processos de rotinização e de standardização das práticas



produtivas: equivale a introduzir práticas produtivas estáveis, numa matéria prima (ligada ao conceito de perspectiva da notícia [...]). Conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gera a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que seleccionar as notícias, podendo definir os valores notícias. Quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? (WOLF, 1995, p 170 -171).

Em segundo, elaborar formas de relatar os acontecimentos. Em terceiro lugar, organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir a ser trabalhadas dessa forma planificadas. Daltóe (online) aponta as principais fases da produção diária de notícias: captação (do relacionamento dos jornalistas com as fontes), seleção (implica nos valores/notícia ou critérios de noticiabilidade) e apresentação (que varia de acordo com cada meio, que busca apresentar a notícia de modo que constitua-se enquanto parte da construção da realidade). Por fim, destacam-se ainda as colocações de Alsina (2009, p 233) que chama atenção para um papel importante do jornalista, de uma ação individual que antecede o processo de definição dos critérios de noticiabilidade. Para o autor, o jornalista tem antes de tudo um “papel institucionalizado como construtor de esquemas de realidade publicamente reconhecidos e reconhecíveis”. De modo geral, definir critérios de noticiabilidade exige do jornalista uma função de “re-categorizar

sociocognitivamente os acontecimentos das notícias”.

Traquina (2005) destaca o fato de que a definição dos valores-notícia leva em consideração ou sofre influência de uma identidade e uma cultura dos profissionais do campo jornalístico. Nesse caso observa-se uma instância de poder sobre o jornalista. Traquina (2005, p. 203) direciona vertentes deste poder. “O primeiro poder do jornalista é a decisão última de decidir o que é notícia, sabendo que a notícia dá existência pública aos acontecimentos ou à problemática. É o já mencionado saber de reconhecimento. O segundo poder dos jornalistas é a última palavra sobre a construção do acontecimento como notícia”.

O newsmaking como aporte teórico-metodológico

Nossa proposição de ter o *newsmaking* como eixo teórico-metodológico abarca as duas perspectivas com as quais lidamos ao longo deste artigo tanto como parâmetro para percepção do jornalismo como forma de conhecimento quanto para nortear pesquisas científicas sobre a produção de notícias. Na primeira perspectiva, se observarmos as etapas de produção de notícias, podemos buscar elementos comuns à cobertura noticiosa que diminuam a “falta de conhecimento sobre os condicionantes” apontada por Meditsch como uma das dificuldades de perceber o jornalismo como forma de conhecimento. Com as mesmas ferramentas que o profissional olha a sociedade e seus acontecimentos, o pesquisador da área de comunicação pode observar a produção jornalística e compreender os seus meandros. As ferramentas a que nos referimos são comuns a toda a pesquisa

no campo das ciências sociais aplicadas como a observação, entrevistas, pesquisa documental e os estudos de caso. Tanto jornalistas quanto pesquisadores, com diferentes níveis de profundidade, podem se valer destas ferramentas metodológicas para buscar compreender e relatar um acontecimento jornalístico ou realizar uma pesquisa científica sobre *newsmaking*.

A observação simples, oriunda dos estudos etnográficos⁵, vale para colocar um jornalista no “palco dos acontecimentos” como uma testemunha dos fatos; dá a ele o poder de contrapor a versão das fontes tendo a si próprio como referência para tanto. Faz com que ele possa perceber os detalhes da linguagem corporal de um entrevistado que em muitos casos podem recontextualizar a sua fala. Permite a percepção de pistas que auxiliam na recomposição dos cenários e contextos, influenciando a leitura dos acontecimentos através da sensorialidade. Da mesma forma atua a observação participante, aquela em que o observador é incluído nas práticas do grupo estudado, por fazê-lo perceber nuances e práticas que lhe possibilitam entender práticas culturais, subgrupos sociais etc. para uma reportagem ou outro tipo de cobertura aprofundada. A mesma ferramenta metodológica aplicada à pesquisa em jornalismo pode, a partir do olhar de cunho etnográfico (ou inspirado por ele), rastrear relações de poder e fluxos de trabalho a partir da presença do pesquisador na redação. Ele pode assim observar a etapas

⁵ Consideramos aqui que o jornalista não realiza nem se aproxima de estudos etnográficos, afinal, embora possa observar os acontecimentos de um ponto de vista privilegiado não chega a realizar, em condições normais de construção da notícia, uma imersão no grupo onde se desenvolve determinado fato.



preliminares de produção da notícia mapear desvios e restrições organizacionais que não seriam identificadas com o estudo do produto final e que dificilmente apareceriam em uma entrevista. Assim, a observação, que está entre os métodos fundamentais do jornalista (que observa os fenômenos e os acontecimentos; que descobre pautas pela observação do mundo e que relativiza informações pela observação das fontes), apresenta-se como método científico crucial para compreender os fazeres, seu contexto, seus cenários e atores e, desta forma, entender melhor o jornalismo e seus processos.

Entrevistas podem ser vistas como a base da apuração jornalística, além de um gênero próprio da produção noticiosa. Elas aparecem desde as etapas preliminares de verificação do acontecimento até a utilização das informações dadas por fontes oficiais (sujeitos autorizados a falar por um grupo ou instituição), especialistas (pessoa com conhecimento notório para avaliar uma questão específica) ou personagens (atores do acontecimento que testemunharam o fato em si). Mas são também uma importante ferramenta para o pesquisador. Pensando em aliar as rotinas e estratégias de ambos, se pensarmos no dia-a-dia do jornalista, as entrevistas mais comuns são a informal (GIL, 1999) sem um roteiro, apenas para sondar a fonte em relação ao fato e apresentar as primeiras informações ainda no estágio da pauta; a entrevista semi-estruturada (GIL, 1999), comumente usada pelo repórter no momento da produção da notícia. Ela segue um roteiro temático sem ter uma estrutura fixa de perguntas. Também na pesquisa científica a entrevista é constante. Ela permite, por exemplo, a repetição de questionários para diversos sujeitos –



como a enquete jornalística. No caso de um estudo sobre rotinas produtivas a entrevista em profundidade, aquela que estimula o entrevistado a tratar os temas forma detalhada, pode ser especialmente útil para revelar aspectos mais subjetivos, como o perfil imaginado do público ou critérios de noticiabilidade delimitados pela linha editorial do veículo. Trata-se também de uma estratégia para aproximar-se do entrevistado e, através de uma longa conversa que depois será relacionada com as observações realizadas, captar os meandros das relações de poder e controle da redação. A entrevista pode ser utilizada em conjunto com as demais como complementação ou contraposição. Para a pesquisa sobre *newsmaking*, este tipo de análise, normalmente precedida de uma preparação, uma pesquisa, um “mergulho” no tema (como ocorre também em coberturas jornalísticas especiais), pode ser rica e aplicada a partir de várias perspectivas como raízes nos estudos de linguagem, na sociologia etc. Elas podem cristalizar práticas como os manuais de redação, apresentar relações comerciais como contratos sociais ou registrar a produção diária por meio da observação dos produtos noticiosos.

Esta relação entre os métodos reforça-se quando se trata de um estudo de caso, que permite uma análise aprofundada de um determinado fenômeno (TRIVIÑOS, 1987). Tanto o jornalismo quanto a pesquisa sobre suas práticas através de estudos de casos têm em comum o fato de explorarem as especificidades de um objeto, de um fenômeno inserido em seu contexto (YIN, 2001). É através do estudo de caso que se pode realizar a imersão e compreender os elementos que agem sobre

os processos, que compõem os cenários e influenciam os atores da construção da notícia – seja ao retratá-la no jornalismo, seja ao buscar compreendê-la na pesquisa científica. O cruzamento de dados, etapa crucial para o *newsmaking* e para um estudo de caso, permitem reconstruir o caminho da notícia, observar os espaços que ela ocupa, contrapor os olhares lançados sobre ela e discutir este processo de um lugar de fala distinto, externo e supostamente menos afetado pelas relações estabelecidas e/ou cristalizadas na redação. Esta imersão, característica da pesquisa, a diferencia um pouco do jornalismo. Embora ao envolver-se com uma apuração, o jornalista realize uma espécie de imersão – mais rápida, mas muitas vezes mais intensa – no fenômeno.

Fazer jornalismo e fazer ciência sobre jornalismo são processos que caminham lado a lado. Não se excluem, mas se complementam. Colaboram entre si. Compartilham métodos e ferramentas. Influenciam-se e permitem, a partir da reflexão sobre a profissão, o desenvolvimento de teorias que efetivamente colaborem para a reiteração do caráter de ciência social aplicada do jornalismo, reforçando seu singular e analisando os significados implícitos em suas especificidades.

Referências Bibliográficas

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Tradução de Jacob, A. Pierce. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

DALTOÉ, Andrelise. **Do acontecimento à notícia**. Online. Disponível em <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/62/GT4_-_04_-_Do_acontecimento_a_noticia_-_Andrelise.pdf>. Acessado em 10 de dezembro de 2013.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamento da ciência dos jornais. Tradução de Liriam Sponholz. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz et FRANÇA, Vera (Org). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. 8ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MEDITSCH, Eduardo. **Pedagogia e Pesquisa para o Jornalismo que está por vir**. Florianópolis: Insular, 2012.

_____. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Online. Conferência feita nos Cursos da Arrábida – Universidade de Verão. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf> >. Acesso em 05 de dezembro de 2013.

PENA, Felipe. **O jornalismo Literário como gênero e conceito**. Online. Disponível em < <http://www.felipepena.com/download/jorlit.pdf> >. Acesso em 02 de janeiro de 2014.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, v.1, n.2, p.13-29, jul./dez. 2004.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. Trad. J. Teixeira Coelho. 4ª ed. 1ª reimpressão. São Paulo, Perspectiva, 2012.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia**. Tradução de Denise Jardim Duarte. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

_____. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Porto: Universidade Fernando Pessoa. 2008. Disponível em < <http://bocc.unisinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf> >. Acesso em 17 de dezembro de 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**, porque as notícias são como



ção. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

PEREIRA Jr, Alfredo E. Vizeu. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: Editora PUC-RS, 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5.ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

YIN, Robert. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.



Socioanálise comunicacional como dispositivo de análise, diagnóstico e intervenção¹

Eduardo A. Vizer²

Helenice Carvalho³

Las organizaciones humanas y el cultivo de sus entornos

Toda sociedad humana basa su supervivencia en la reproducción de los recursos y en la acción transformadora que ejercita sobre su ambiente. La propia complejidad de una sociedad –en tanto cualquier sociedad es compleja- es un ‘efecto de sus procesos de emergencia’, y a su vez un resultado del

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Comunicação em Contextos Organizacionais do XXIII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal do Pará, 27 a 30 de maio de 2014.

² Dr. en Sociología. Prof. Consulto e Inv. Tit. Inst. Gino Germani Universidad de Buenos Aires. Prof. Colaborador FACOS/UFSM (Brazil). Coordinador Área de Teoría del Conocimiento, Maestría en Estudios Sociales y Culturales, Universidad de La Pampa. Ex.Fulbright Fellow, Visiting Professor, Comm. Depart. Univ.of Massachussets (UMASS-USA). Mc Gill, Montréal, Toronto, Internat. Council Canadian Studies (ICCS), Human Res. Develop. Canada (HRDC), Canada Fulbright Prog. Prof. Visitante UNISINOS y UFRGS, CNPq. y CAPES. 1er. Director fundador Carrera de Ciencias de la Comunicación UBA. 10 libros public. Postdoc. y Conferencista en Alemania, Canada, EEUU, Portugal, Brasil y Argentina. e-mail: <evizer@gmail.com>

³ Profesora Adjunta no Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS). Coordenadora do Grupo de Pesquisa Inteligência Organizacional / CNPq. Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de



potencial para *autoorganizar la variedad y variabilidad* de sus recursos (dos conceptos claramente separados). Variedad y variabilidad en la explotación de recursos del entorno físico; del grupo humano y de los propios recursos culturales, o sea conocimientos, técnicas, lenguajes simbólicos, la adecuación de los paradigmas y creencias institucionalizadas, etc. Desde la perspectiva teórica del capital social, se puede concebir a la naturaleza como un capital material de recursos; la calidad de sus organizaciones y los procesos y vínculos sociales como un capital ‘social’. Se puede concebir al desarrollo de la potencialidad y las competencias de las personas como un capital ‘humano’; la cultura como capital simbólico; y la técnica –y el acceso a la tecnología– como un recurso o capital tanto instrumental como estructural. El nivel de desarrollo de una organización puede concebirse como una forma de expresión del capital global del colectivo. Y su ‘capital propio’ un emergente de su capacidad para movilizar los recursos globales que el colectivo es capaz de movilizar en los diferentes dominios. La noción de *cultivo social* propone una perspectiva ‘ecológica’ y una visión integral y no reduccionista. Como un proceso mediante el cual una comunidad u organización aprenden a desarrollar *prácticas y dispositivos* que aseguren el acceso a recursos estratégicos. Un *trabajo de estructuración sobre el espacio y el tiempo*: trabajo físico y también social, cultural-simbólico e imaginario.

Santa Maria (UFSM), Ms. Em Administração, ênfase Produção e Sistemas, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA-UFRGS), Dra. em Ciências da Comunicação, ênfase Processos Midiáticos, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (PPGCC-UNISINOS). e-mail: <helecarvalho@gmail.com>



Un proceso de apropiación activa de los recursos técnicos, ambientales, sociales y culturales a fin de asegurar la reproducción de los múltiples entornos del colectivo social (institución, barrio o comunidad).

Presentamos una propuesta que pretende investigar el funcionamiento integral de cualquier organización a partir de sus prácticas y dispositivos materiales, técnicos, sociales, culturales y discursivos. Proponemos distinguir entre diferentes entornos -o topologías- dentro de los cuales un colectivo social desarrolla capacidades y competencias para transformar objetos y artefactos que le permitan ‘cultivar y modelizar’ – u organizar- diferentes estructuras, sistemas, o dominios institucionales necesarios para su supervivencia por medio de actividades e instituciones específicas. Estas actividades reconstruyen permanentemente los diversos dominios de realidad de toda sociedad: desde las acciones instrumentales y técnicas concebidas como trabajo, a la reproducción de las relaciones sociales e institucionales; de la educación a la construcción y mantenimiento de la vivienda, de las estructuras vinculares y el sexo hasta las expresiones de la cultura, el arte y los procesos comunicativos. La emergencia y la diversidad de dominios surgen como ámbitos y ‘lugares’ creados a través de las prácticas y las creencias, las certidumbres y los significados por medio de los que una comunidad construye su habitat físico, simbólico e imaginario. Esto significa que para investigar las formas en que una comunidad cultiva sus entornos es indispensable abordar el análisis desde al menos dos perspectivas: por un lado como prácticas y dispositivos *técnicos*, las relaciones con procesos de

trabajo y producción, el control del medio físico y el papel de la tecnología. Luego en tanto procesos simbólicos y culturales, las representaciones sociales, los medios, los canales y los dispositivos de información y comunicación, y además el creciente uso de las TIC's que acompañan el proceso de reproducción social de las condiciones de vida de una comunidad. La evaluación de la conveniencia de aplicación de una u otra tecnología, uno u otro programa de desarrollo sustentable, exige abordar la comunidad como una totalidad, como un auténtico sistema complejo donde la introducción de cualquier modificación en una actividad, producirá un inevitable 'efecto mariposa'.

Hipótesis centrales

Nuestro punto de partida se basa en proposiciones fundamentales sobre las relaciones indisociables entre procesos de organización social y las prácticas y dispositivos de comunicación e información. Consideramos que individuos, comunidades y poblaciones 'construyen, modelan y cultivan sus propios ambientes'. Afirmación que detrás de su obviedad implica la necesidad de investigar cual es el papel de los procesos de información y comunicación que se plantean como centrales para la reproducción, el control y la adaptación de un colectivo social a condiciones exógena y endógenamente cambiantes. Así como también para la socialización de los miembros, en especial los niños y jóvenes. "La experiencia social (y el proceso de socialización) se instituye en la forma de dispositivos de acción

que permiten estructurar relaciones técnicas, informacionales y simbólicas con el medio físico, transformando a la naturaleza y sus contextos,”⁴ a las propias culturas, las instituciones, las tecnologías y los vínculos interpersonales. Los sujetos y los colectivos se ‘cultivan’ a sí mismos en un proceso de aprendizaje y construcción permanente de dispositivos de apropiación y transformación de los recursos propios y de sus diferentes dominios ambientales. Consideramos nuestras proposiciones como presupuestos teóricos de un paradigma sociocomunicacional interpretativo, a fin de construir modelos heurísticos útiles para explorar, describir, interpretar y modelizar –tanto en forma sistemática como histórica-, patrones diversos de procesos socioculturales. Los patrones de organización se revelan como modelos de relaciones –ya sean estables o cambiantes- según patrones a analizar. Hasta cierto punto, el estructuralismo buscó algo parecido pero desde una perspectiva ahistórica que –paradójicamente– lo hizo naufragar con los años. Los ‘patrones de relaciones’, de permanencias y de cambios en las instituciones y la cultura deben ser investigados como dispositivos de estructuración de las relaciones entre los actores sociales y sus entornos.

A continuación veremos que es posible así pensar diferentes clases de relaciones, dominios y topologías que establecen distinciones, dimensiones, o bien categorías (¿ontológicas o meramente epistemológicas?) sobre la existencia

⁴ Vizer & Carvalho, Compós 2013, p.4.



de: 'lo' social; 'la' cultura (en un sentido tanto físico material como simbólico), el individuo-sujeto (y la intersubjetividad), la tecnología (y la ciencia), la naturaleza física, y aún lo sobrenatural (representaciones trascendentes, mitos y valores fundacionales de un colectivo.

El método de abordaje socioanalítico.

En términos sociológicos, podemos decir que cualquier conjunto humano debe contar con recursos básicos para sobrevivir: asentarse en un espacio físico con ciertos recursos indispensables. La estructuración de la sociedad requiere dispositivos y acciones instrumentales –mediados por conocimientos y tecnologías–, formas políticas organizadas contractualmente en forma 'vertical' (poder, jerarquías) y en forma 'horizontal' (normas y valores de igualdad y diferencia entre los miembros); vínculos de afectividad; un espacio físico y un tiempo determinados; y por último, procesos simbólicos e imaginarios que conforman la construcción de una ecología sociocultural y comunicacional transsubjetiva. Una ecología simbólica (y crecientemente virtual por la omnipresencia de las TIC) que recrea las relaciones entre los individuos y los procesos colectivos.

Podemos pensar las relaciones técnicas -por ejemplo- como trabajo humano realizado a través de una serie de actividades y procesos que atraviesan transversalmente diversos dominios: económicos, políticos, culturales, educativos y científicos, generando redes y tramas sociales de comunicación.



En principio planteamos operativamente seis dominios (ejes, categorías) o topologías sociales: 1) las prácticas y *acciones instrumentales*, entendidas como técnicas asociadas a la producción y la transformación de recursos necesarios para el funcionamiento de un sistema u organización; 2) la organización política y normativa, una dimensión *vertical* asociada al ejercicio del *poder*, la propiedad, el control y las jerarquías, contradicción estructural y desigualdad (por ej. capital *versus* trabajo, o la relación conflictiva entre Estado y sociedad) 3) un eje *valorativo y horizontal*, asociado estrechamente a normas de asociación, a los procesos de lucha por igualdad y legitimación social, o bien la crítica al sistema de convivencia (como modelo social). Corresponde al mundo de las prácticas sociales, pero —a diferencia del punto anterior— se asocia fundamentalmente a una visión de aceptación de las diferencias entre los hombres, y no a la desigualdad estructural, como en la dimensión anterior. 4) la dimensión *espacial-temporal*: la vida social construida como realidad material y simbólica en el entrecruzamiento —tanto estructural como histórico— de múltiples procesos temporales que ‘reproducen y estructuran’ la emergencia de diferentes espacios y tiempos sociales. Las representaciones sociales que tiene una comunidad institucionalizan su realidad física, pero también su realidad simbólica (por ej. los museos ‘cultivan’ una conciencia sobre el ‘sentido espacial del pasado’ de una comunidad). La política y la historia cultivan un sentido histórico de proyección hacia el futuro, con lo cual el ‘presente’ de una sociedad se manifiesta como una sucesión de acontecimientos, como una forma inquietantemente frágil e imaginaria de momentos. 5) una

dimensión de *vínculos* de asociación afectiva, donde los seres humanos transforman a los objetos y a otros seres humanos en objetos del deseo (en términos psicoanalíticos). 6) por último, el eje de una dimensión *imaginaria* y mítica donde las narraciones, las ceremonias y los rituales articulan y certifican la coherencia —o cierta congruencia— entre el mundo objetivo y las percepciones subjetivas (el nivel de la ideología en la sociología clásica).

Consideremos ahora una metodología que nos permite acceder a una serie de temas/problemas y procesos que atraviesan transversalmente comunidades e instituciones. Podemos postular algunas variables analíticas referidas a diferentes dimensiones de la vida social, como ‘plataformas subyacentes’ en la construcción de sentido y de valor en las prácticas institucionales, en redes y vínculos que constituyen algo similar a un cultivo (una ecología espacial y temporal del mundo de la vida). Un tejido (invisible?) de interdependencias entre múltiples tramas sociales (VIZER, 2003; 2006). Podemos desarrollar cuadros diagnóstico y alternativas de acción-intervención para su implementación participativa: evaluación de recursos materiales, humanos, culturales e institucionales; estructuras técnicas disponibles; redes institucionales; reorganización espacial y temporal del ambiente, de los recursos y de las acciones, etc. Solo es posible mejorar una situación después de conocer los procesos y condiciones que lo originan, y solo es posible modificar una ‘parte’ si conocemos el ‘todo’ del cual es parte.

Dimensiones de análisis:

1) Las prácticas y las acciones *instrumentales*, entendidas como técnicas asociadas a la producción y la transformación de los recursos necesarios para el funcionamiento y el logro de los ‘objetivos’ de un sistema. Consideramos las condiciones y los recursos del ambiente, la posesión y acceso a medios de producción y circulación. Obviamente, la estructura productiva, los procesos económicos, las tecnologías y el trabajo pasan a un primer plano de análisis.

2) La *organización política*, o dimensión formal, asociada a las estructuras verticales y el ejercicio del poder instituido, la toma de decisiones, el control de los recursos, las jerarquías y la autoridad –tanto internas como externas a la organización-. Estructura de dominio social: organizacional; local, regional o bien nacional (por ej. la existencia y vigencia de legislación específica así como condiciones internacionales). Estructuras y prácticas institucionalizadas de igualdad-desigualdad; concepciones y prácticas democráticas versus autoritarias (por ej. las estructuras piramidales o la relación clásica entre Estado y sociedad, e instituciones como el Derecho, la división de los poderes, los mecanismos y organismos de control y procesos de legitimación, etc.).

3) Un eje asociado estrechamente a prácticas, valores y normas cotidianas y sus procesos comunicativos y simbólicos (relaciones horizontales). Prácticas sociales instituyentes, ejercicio de la ciudadanía y del derecho (público y privado). Sentido más ‘horizontal’ e informal de las relaciones sociales;

términos de igualdad y derechos a la diferencia: entre individuos, grupos y sectores sociales, en las diferencias de género y culturales. Se diferencia de la dimensión anterior al *oponerse* en forma radical a las prácticas asociadas a relaciones verticales de poder y desigualdad estructural (posesión y acceso a recursos: económicos, de fuerza, de poder de decisión, etc.). Esta categoría es rica en el análisis de movimientos sociales, derechos humanos, minorías, políticas de género, etc. Críticas a la concepción clásica del poder hegemónico y el rol del Estado o la economía sobre la sociedad.

4) La dimensión *espacial-temporal*. La vida social concebida como realidad a la vez material y simbólica en el entrecruzamiento –tanto estructural como histórico- de múltiples procesos temporales que reproducen y estructuran diferentes espacios y territorios sociales públicos y privados. Paradigmas instituidos sobre la distribución y uso del tiempo y el espacio en diferentes contextos sociales de la vida cotidiana (los ‘lugares’). Procesos de apropiación ‘humanizada’ del espacio natural, reorganización de espacios y tiempos ‘culturizados’ como conjuntos de elementos y relaciones sociales y simbólicas, (dando un sentido espacial al pasado y una proyección hacia el futuro dentro de un proceso histórico continuo). La construcción social de los espacios y los tiempos puede analizarse en dimensiones diferentes: físico-material, simbólico-comunicacional e imaginaria. La noción de *cultivo opera como una construcción topológica de espacios regulados por tiempos y actividades específicas* en las dimensiones anteriormente mencionadas (o sea; espacios y tiempos físicos, simbólicos e imaginarios). Los urbanistas,

arquitectos, artistas, sociólogos y antropólogos trabajan con estos paradigmas en mente.

5) La dimensión *de vínculos de asociación interpersonal y afectiva*, un cultivo social y emocional –el ‘nosotros’ intersubjetivo, y transubjetivo-, el sentido de pertenencia, las instituciones y los dispositivos de ‘contención’ del sujeto. Es fundamental el análisis tanto de las formas instituídas como de las instituyentes en la generación y mantenimiento de vínculos, de lazos sociales y parentesco teñidos por el sentimiento, las redes de protección a la salud, etc. Podemos hablar de la construcción social e imaginaria de la identidad dentro de un cultivo afectivo (la familia, el club, los amigos como depositarios de una experiencia subjetiva de comunión; paradójicamente, una apropiación del Otro al mismo tiempo que la experiencia de pertenecer a un Otro).

6) Por último, una *dimensión cultural e imaginaria y mítica*, donde las narraciones, las representaciones, las ceremonias y los rituales articulan una identidad social (de modo similar al descrito en el punto anterior), y certifican la coherencia –o cierta congruencia- entre el mundo ‘objetivo’ y las percepciones subjetivas. Podemos considerar a la cultura como una ecología simbólica e imaginaria en la que individuos, grupos y colectividades ‘habitan’ simbólicamente e imaginariamente. Se asimilan los artefactos de la cultura como recursos para construir y cultivar un habitat simbólico (ceremonias religiosas, rituales mágicos, representaciones sociales y creencias trascendentes).

Como en un holograma, todas éstas variables (instrumentales, políticas, normativas-valorativas, espaciales y temporales, afectivas y culturales) se hallan presentes en los

diferentes dominios y escalas de la vida cotidiana. Nuestra **cultura tecnológica** está presente en cada una de las diversas prácticas sociales y en los usos de las diversas tecnologías, tanto en una escala colectiva como a nivel institucional. Dimensiones e indicadores de investigación pueden cruzarse entre sí a fin de elaborar hipótesis de interpretación y análisis: entre lo micro y lo macro, lo subjetivo con la objetividad, la relación entre las estructuras físicas con las culturales y cognitivas más abstractas, y con procesos de construcción de sentido. La noción de cultivo sirve como una metáfora de la actividad humana de construcción de 'lugares', y la técnica de construcción de 'nichos' (ecológicos, económicos o políticos). Una apropiación sistemática y autoorganizadora del entorno humano. Las tecnologías cumplen aquí el papel central de intermediarias en las transformaciones y el control de los entornos físicos, sociales y simbólico-culturales a través del trabajo humano –material e 'inmaterial'- mediado por la técnica.

Guía de pautas de observación social

En primer lugar procedemos a una observación y descripción del colectivo separando en dos columnas: descripciones más objetivas y manifiestas por un lado, y en otra columna las percepciones, hipótesis e interpretaciones que hacemos sobre procesos no manifiestos, subjetivos (o 'latentes' en la terminología clásica).

<p><i>Descripciones mas ‘objetivas’ (u ‘objetivables’).</i> <i>Registro de datos, información formal, etc.</i></p>	<p><i>Percepciones, hipótesis e interpretaciones sobre procesos subjetivos (o trans-subjetivos)</i></p>
<p>1) atos formales de la institución o comunidad.</p> <p>2) Organigrama (dependencia institucional, jerarquías, áreas o sectores internos, etc.).</p> <p>3) Los textos, lo ‘escrito’:</p> <p>a) La historia; la memoria contada, escrita (que fue y que “es” la institución o comunidad).’</p> <p>b) Visión/ misión/ objetivos (razón de ser de la org.).</p> <p>c) Las actividades que se realizan (que se dice y lo que ‘se hace’, congruencias e incongruencias).</p> <p>d) Registros, estadísticas, documentos, encuestas, etc.</p> <p>4) las condiciones espacio-temporales (descripciones del lugar y los tiempos de la organización y de las personas en el lugar). Disposición de espacios y tiempos ‘para’ actividades específicas: reunión, deporte, juventud e infancia, etc. Grado de complejidad organizacional.</p> <p>5) Los medios de comunicación propios (folletos, videos, boletines, carteleras, e-mail página web. La señalética; hojas informativas, etc. La ‘conectividad’.</p> <p>6) Los canales formales/establecidos de circulación interna de la información.</p>	<p>1) Análisis e interpretación de los datos (formales e informales)</p> <p>2) Relaciones entre los individuos de la organización. Agrupamientos. Tipos de liderazgo.</p> <p>3) Lo ‘no escrito’:</p> <p>a) Mitos fundacionales; contextos históricos; creencias, imaginarios, etc.</p> <p>b) Cumplimiento de las pautas y los objetivos en relación a las prácticas declaradas.</p> <p>c) Observación participante en la vida cotidiana del colectivo. Investigación-acción-participativa (IAP).</p> <p>d) Comentarios, anécdotas, y detalles sobre valores individuales/ compartidos, emociones, etc.</p> <p>4) Grado de conformidad de los miembros con las tareas. Niveles y grado de interés y participación en diferentes actividades de bien común de la comunidad. Tipos y valorización de actividades.</p> <p>5) Primer análisis de contenidos de los mensajes en las publicaciones, radios o web (como se ‘construye’ a sí misma como (<i>id</i>)entidad y en relación al afuera).</p> <p>6) Circuitos espontáneos de circulación de la información (por rumores, en lugares informales de</p>

<p>7) Tipología de conversaciones predominantes: <i>asertivas (verdad), directivas (órdenes); expresivas (lo emotivo); comisivas (promesas): declarativas (marcadores de poder del hablante)</i>. Lo kinésico y lo proxémico (lo gestual/corporal que acompaña a las palabras).</p> <p>8) Recursos: materiales, humanos, financieros, de infraestructura (factibilidad física concreta).</p> <p>9) Territorio donde se ubica físicamente, o <i>lugar</i> donde se “inscribe” la realización de tareas (el medio en que se realizan las acciones instrumentales).</p> <p>10) Características de la población: beneficiarios directos e indirectos (registro, caracterización y definición de las necesidades y problemáticas por parte de los miembros de la org. o comunidad).</p> <p>11) vínculos formales interinstitucionales: redes, convenios, subsidios (en relación al estado o al sector privado o bien el “Sector Social”: ONG´s, Asoc. Vol.)</p> <p>12) Consideraciones y expectativas manifiestas (de la org. y/ o de sus miembros) respecto a la tarea que debe/ puede o sabe hacer el investigador.</p> <p>13) Demandas manifiestas (conocidas previamente o explicitadas a los investigadores a lo largo del proceso).</p>	<p>encuentro, por fuera de la organización, etc.).</p> <p>7) La org. es más autoritaria o democrática y participativa, mas horizontal o ‘vertical’, mas fragmentada o integrada, más abierta o más cerrada, mas inclusiva o exclusiva, mas ‘instituída’ o mas instituyente?.</p> <p>8) Los <i>recursos potenciales: capital social y humano</i> en tanto motivación, educación, sinergia, redes sociales.</p> <p>9) Relaciones entre los miembros de una org. y sus contextos inmediatos.</p> <p>10) Participación de los ‘beneficiarios’ en la vida de la organización, y en las tareas que se desarrollan con “el afuera”.</p> <p>11) Vínculos con aspectos y entidades macrosociales (contextos mediatos: económicos, políticos, culturales, medios de comunicación). Cooperación con otras instituciones.</p> <p>12) Registrar como son recibidos y tratados los investigadores en la org. o comunidad (y por parte de ‘quienes’). Como es valorada la tarea que realizan (o que se proyecta realizar).</p> <p>13) Demandas ‘latentes’ (que se expresan de modos indirectos) y su relación con las <i>necesidades (percibidas o no)</i>.</p>
--	--

FONTE: elaborado pelos autores

Modelo de dispositivo analizador: Investigación-acción, diagnóstico e intervención social en organizaciones públicas y privadas, comunidades urbanas y rurales.

Las pautas de observación (*el ‘que’ observar*) son orientativas para el investigador, y se acomodarán a las organizaciones particulares: diferentes para una escuela rural o una urbana; un centro comunitario *dentro* de una villa de emergencia (favela) o un barrio de clase media; una sección dentro de una fábrica o una organización en su conjunto; una agrupación barrial o un barrio entero. Obviamente, es aplicable a cualquier organización pública o privada (como empresas por ej., donde la aplicación del Dispositivo ha mostrado resultados sumamente positivos). Las pautas ayudan a determinar *focos de observación de prácticas y comunicaciones*: contextos y lenguajes reconocidos por los miembros del colectivo. Construimos encuadres de observación para reconocer formas y condiciones en las que se manifiestan los *problemas/ conflictos/ fortalezas/ amenazas/ y los recursos potenciales*.

Categorías teóricas	Síntesis Conceptual.	Descripción Diagnóstica	Posibilidades de intervención
1. Dimensión de dispositivos y acciones técnicas e instrumentales.	Producción (economía) Trabajo. Relaciones técnicas. Objetivos y medios. Condiciones materiales. Condiciones de trabajo. Tecnologías y dispositivos	Usos y posibilidades “instrumentales” de las tecnologías (y TIC). Características diferenciales en la inclusión y uso de nuevas tecnologías (ej. del uso múltiple de los celulares, la convergencia digital, etc.)	

<p>2. Dimensão del poder y la organización “política” tradicional.</p> <p>Dispositivos de control social.</p>	<p>Lo “instituído” Lo formal, normas y reglas.</p> <p>Organigrama “espacial”.</p> <p>Misión y visión</p> <p>Estructura de poder, jerarquías.</p> <p>Sistema de decisiones</p> <p>Modos de representación y delegación</p> <p>Detentación de poder.</p> <p>Dispositivos de regulación</p> <p>Normas y valores.</p>	<p>Aspectos asociados al empleo de las tecnologías con fines de control social y organizacional.</p> <p>Regulación y mantenimiento del statu quo.</p> <p>Asociación con jerarquías, poder, autoritarismo, etc.</p>	
<p>3. Dinámica (re)constructiva de la institución. Valores, normas, misión y visión “alternativos” a la organización.</p>	<p>Lo “instituyente»</p> <p>Organización y relaciones “in”formales.-</p> <p>Valores y normas “reales”.</p> <p>Lo dinámico.</p> <p>Disconformidades</p>	<p>Usos “liberadores” de las tecnologías.</p> <p>Tecnologías más apropiadas para desarrollar la autonomía y la realización personal.</p> <p>Usos colectivos, participativos y democratizantes.</p> <p>Movimientos sociales y TIC’s.</p>	

	<p>Problemas y conflictos. Motivación al cambio. Temporalidad.</p>		
<p>4. Dimensión espacial y temporal.</p> <p>El “cultivo” de los ambientes físicos, sociales y simbólicos.</p>	<p>Construcción y apropiación real, simbólica e imaginaria de los espacios y los tiempos del colectivo.</p> <p>Distribucion espacial y temporal de las prácticas y objetos físicos y socioculturales.</p> <p>Qué, cómo, donde y cuando se realizan las actividades.</p> <p>Relaciones con el poder, el control social y las decisiones sobre tiempos y espacios.</p>	<p>Implicancias espaciales y temporales en la inclusión de diferentes tecnologías.</p> <p>Aspectos espaciotemporales diferenciales entre los medios de comunicación tradicionales (masivos) y las TIC’s.</p>	
<p>5. Dimensión vincular.</p> <p>El “cultivo” de las relaciones primarias y secundarias.</p>	<p>Instituciones y redes afectivas de contención social: familia, centros de atención para enfermos, menores, desocupados, etc.</p>	<p>Prácticas sociales, vinculares y participativas.</p> <p>(el ejemplo de las TIC’s para la construcción de redes sociales.La vinculación afectiva, etc.)</p>	

	- Centros deportivos · Actividades grupales o colectivas.		
6. Dimensión simbólica, cultura e imaginarios sociales.	Valores, representaciones y actitudes de la gente. Semioesfera simbólica. - Cultura(s) Mitos (por ej. fundacionales). - Ceremonias. - Rituales. - Identidad. Percepciones del mundo real	Nuevos lenguajes, valores y códigos culturales. Representaciones sociales, ceremonias, rituales, mitos de fundación. Proyecciones de futuro y expectativas.	

Fonte: elaborado pelos autores

La primera columna presenta las categorías –o ‘variables’ teóricas–, la segunda a las categorías y los indicadores empíricos que sirven para guiar nuestras observaciones en el trabajo de campo. La tercera columna corresponde a las conclusiones y la descripción diagnóstica que realice el equipo, con el aporte de miembros del colectivo preferentemente por medio de autodiagnósticos institucionales en el campo. Se observan y registran acciones, textos y conversaciones y sus relaciones con

contextos mayores a fin de investigar y diagnosticar *situaciones/ problemas*. Se observan y describen asociaciones empíricas entre acciones, situaciones y conversaciones que se realizan en *contextos determinados*. El último cuadro aquí queda vacío, ya que se completa como resultado del diagnóstico y las medidas a implementar en cada situación y cada caso particular.

Consideraciones finales

Esta metodología ha sido desarrollada por el autor en sus Cátedras, Talleres y Seminarios de comunicación comunitaria en la Universidad de Buenos Aires, y empleada para realizar diagnósticos y diseñar programas de acción en comunidades, barrios, ONG's, organizaciones y empresas públicas y privadas. Se ha venido aplicando también por equipos de alumnos con supervisión docente y profesional en programas de desarrollo y promoción social en escuelas, barrios, empresas y municipios de Argentina y Brasil.

Referências Bibliográficas

BALESTENA, Eduardo. **Comunidad. La articulación de los universos simbólicos**. DIÉGUEZ A. et al. Buenos Aires: Espacio Editorial, 1998.

BORDENAVE J.D. **Planificación y comunicación**. CIESPAL, Ecuador, 1998.

BURIN E. et al. **La comunicación interna: Hacia una gestión participativa y eficaz**. Buenos Aires: Ciccus, 1996.

CARTAYA, V. **La problemática del género en la política social: el caso de América Latina y el Caribe**. Guadalajara: IDB-ECLAC-UNIFEM, 1994.

DE LA CERDA, García, GUENCHUMAN J.A.. **Las ontologías Cibernética y Conversacional: un examen crítico.** Lima. Perú: Rev. Sistémica Vol.2 No.1., 1991.

GERBALDO, J. **La comunicación en las organizaciones comunitarias.** Buenos Aires: Cuad. CENOC N°4. 1998.

LAKATOS, Imre. **La metodología de los Programas de investigación científica.** Madrid: Alianza Editorial, 1993.

LEMOIGNE, J. L. **La modélisation des systèmes complexes.** Paris: DUNOD, 2005.

LOURAU, René. **Libertad de movimiento: una introducción al análisis institucional.** Buenos Aires: Eudeba, 2001.

LAPASSADE, G., **Socioanálisis y potencial humano.** Barcelona: Gedisa, 1980.

THOM, René. **Stabilité structurelle et morphogénèse.** Paris: Interédition, 1977.

VIZER, E. A. **Procesos sociotécnicos y mediatización en la cultura tecnológica en la sociedad mediatizada.** In: Moraes, Denis. **Sociedad Mediatizada.** Barcelona: Gedisa, 2007.

____. **La trama (in)visible de la vida social. Comunicación. Sentido y realidad.** Buenos Aires: La Crujía, 2006.

____. **Una perspectiva socioanalítica en la aplicación de tecnologías.** Revista de Investigación Científica GESTIÓN DE LAS PERSONAS Y TECNOLOGÍA, Chile 2010. www.tap.usach.cl/gpt

____. **Social dimensions of communication; communicational dimensions of social processes.** Some propositions on research lines and problematics. *Revista FAMECOS*, n. 40. Porto Alegre, RS: PPGCOM/PUCRS, dez/2009.

____. **Mediatização e (trans)subjetividade na Cultura Tecnológica: a dupla face da sociedade mediatizada.** In: **Mediatização e processos sociais na América Latina.** São Paulo: Ed. Paulus, 2008.

VIZER, E., CARVALHO, H. **Categorías de análisis comunicacional en contextos organizacionales.** Compós, 2013

VIZER, E., CARVALHO, H. **Comunicación y Socioanálisis.** Estrategias de investigación e intervención social. EEUU: EAE. Alemania/Amazon, 2012.

Sobre a possibilidade de ensinar o labor científico da investigação: indagações acerca da prática metodológica acadêmica

Ada Cristina Machado Silveira¹

Eugenia Mariano da Rocha Barichello²

Caminante, no hay camino.

Se hace camino al andar

Antonio Machado

1. Introdução: Teoria e método da pesquisa em Comunicação para graduação, mestrado e doutorado

A metodologia, tal como a conhecemos hoje, pode ser concebida como um discurso que permite acessar a complexidade da gênese de pesquisa, fonte do conhecimento disponível e possibilidade de sua atualização permanente. Exercitar na universidade uma efetiva capacidade de compreensão e problematização do conhecimento faz a diferença no momento de emancipar o aluno advindo do sistema secundário à condição

¹ Professora associada da Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisadora do CNPq. E-mail: adac.machadosilveira@gmail.com

² Professora associada da Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisadora do CNPq. E-mail: eugeniamarianodarocha@gmail.com



de partícipe da comunidade de produção de conhecimento. Uma atividade nobre reservada à universidade e que consiste na promoção do capital humano e contra a cultura tecnicista.

O presente texto tem o propósito confesso de registrar reflexões atinentes ao exercício da docência em disciplinas vinculadas à pesquisa na graduação e na pós-graduação, ademais da orientação sistemática de alunos iniciantes, intermediários e avançados, assim como o cultivo de boas práticas em grupos de pesquisa e suas atividades de investigação.

Busca também registrar alguns aspectos sobre a maneira como temos buscado sistematizar o trabalho em mais de duas décadas na docência das nas disciplinas de teoria e método da pesquisa em Comunicação. Uma experiência que, tendo começado com a graduação, prolongou-se nos cursos de mestrado e de doutorado especificamente de Comunicação para suporte e acompanhamento das trajetórias investigativas dos alunos no propósito de solidificar a cultura científica.

Teoria e método da pesquisa em Comunicação, como a denominamos, e não Metodologia Científica como costuma ocorrer em outras áreas, pode ser uma disciplina muito aborrecida. Quando restrita ao repasse de noções de normalização (ABNT), regras de método, formalidades de captura e registro de fontes primárias, afunda-se no ciclo vicioso do velho sistema de repetição dos conteúdos fechados. Os textos didáticos de metodologia científica são, na sua grande maioria, manuais de exposição de modelos metodológicos a partir de proposições conhecidas nas ciências sociais ou filosofia – fenomenologia, estrutural-funcionalismo e outras.



Problematizar as disciplinas envolvidas com teoria e método da pesquisa requer criar um lugar de diálogo na formação dos alunos. Falar em pesquisa aponta para a atividade de reflexão sobre *processo*, uma noção fundamental na era da interação.

Assim, conceber as disciplinas de teoria e método da pesquisa em Comunicação como espaço de promoção de exigências formais e aplicação de modelos metodológicos pode ser a via direta para tantos ludíbrios que se observa não apenas nos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs). O *como* se pesquisa costuma ser o calcanhar de Aquiles de grande parte das dissertações e teses de doutorado em Comunicação.

Apresentamos, assim, algumas ponderações sobre a laboriosa tarefa de despertar o espírito investigativo e alguns parâmetros disciplinares para graduação e a pós-graduação.³ Seguindo os passos de Kristeva (2000), persegue-se uma crítica do sentido, da ciência ou de suas leis.

O texto reflete sobre a condição de aprendizado inerente ao labor científico. O desenvolvimento de habilidades para o bom manejo de técnicas e procedimentos, a escritura do relato acadêmico (em nossa área tantas vezes confundida com a reportagem jornalística), o momento da análise e o da interpretação, as preocupações éticas e com respeito à autoria. Ademais, o horizonte do financiamento por agências, tornado

³ Trata-se de atividades que Ada Cristina Machado Silveira começou a desempenhar em 1992 e Eugenia Mariano da Rocha Barichello, a partir de 1994. Com a criação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e de novas disciplinas relacionadas à pesquisa outros docentes passaram a participar destas atividades desenvolvidas junto ao departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria.

inquestionável em nossos dias, tira a pesquisa em Comunicação daquele nicho um tanto isolado que as Humanidades havia estabelecido.⁴

Para auxiliar na formação de pesquisadores que se sintam animados a criar perguntas pertinentes, socialmente justificadas, é necessário um quadro docente com uma postura crítica frente ao conhecimento, mesmo nas atividades de graduação. A formação em pesquisa não é atividade restrita a uma disciplina, mas depende de uma sequência de esforços continuados que favoreçam o despertar para a atitude da dúvida.

2. Uma proposição disciplinar para a inserção na graduação

Em expressivo número das grades curriculares de Comunicação o ensino de metodologia tornou-se disciplina corrente para os alunos de nível superior. No entanto, nas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) de 2001 e nas novas DCNs de 2013 não há nada explícito sobre o tema. Seja através das disciplinas dedicadas ao desenvolvimento dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs), antigas monografias, ou através de outras atividades curriculares, observa-se a tomada de decisão que leva em conta a necessidade de estudantes universitários desenvolverem habilidades de investigação através da proposição de planos de aula específicos.

Teoria e método costuma tratar-se de uma disciplina evitada por muitos docentes. E tentando fazê-la atrativa, participei de uma proposta de desenvolvimento de um programa

⁴ Algumas produções bibliográficas específicas podem ser analisadas na trajetória referida em SILVEIRA (1994) e Silveira e Flores (2010).

disciplinar para alunos de primeiro semestre de graduação. Recém entrados na universidade, os estudantes são encaminhados a refletir sobre as condições científicas de produção do conhecimento. Acho importante ainda enfatizar os múltiplos desdobramentos das noções científicas para atividades de ensino e de extensão, tanto quanto as de pesquisa, uma vez que os projetos têm em comum grande parte dos aspectos que os constituem. Projetos de ensino, pesquisa, extensão, desenvolvimento institucional têm em comum a necessidade de enunciar objetivos, procedimentos metódicos e, especialmente, as noções teóricas que os norteiam, ademais, é claro, das referências bibliográficas. Defendo que um programa de disciplina que busque aproximar os alunos de graduação deve articular o conhecimento científico com sua presença na vida social. Desta maneira, entendo que uma proposta pertinente para iniciar os alunos de graduação no universo da ciência pode propor: como um programa disciplinar:

UNIDADE 1. A ciência e o senso comum

1.1 Os eixos da ciência

1.1.1 Cientificidade em Humanidades

1.2 Campo da pesquisa em Comunicação no Brasil

1.3 Buscadores, indexadores, palavras-chave

UNIDADE 2. Indústria cultural e popularização científica

2.1 Ciência e discurso

2.2 Periódicos científicos

2.2.1 Periódicos científicos on line

2.2.2 Periódicos científicos impressos

2.3 Periódicos de divulgação científica

2.3.1 Ciência e discurso

2.3.2 Escrita científica

2.3 Livros

2.3.1 Livros impressos

2.3.2 E-books

2.4 Audiovisual

2.4.1 Documentários

2.4.2 Ciência e ficção científica

2.5 Eventos científicos e de extensão

UNIDADE 3. Extensão, pesquisa e financiamento

3.1 Extensionistas, pesquisadores e cientistas

3.2 Fontes financiadoras

3.3 Grupos de pesquisa, bolsistas e voluntários

UNIDADE 4. Metodologia científica

4.1 Normalização científica e ABNT

4.2 Resenha e recensão acadêmica

4.3 Citação direta e indireta

4.4 Referências bibliográficas

4.5 Artigo científico

4.6 Projeto de pesquisa

4.7 Relatório, TCC, monografia, dissertação e tese

UNIDADE 5. Produção intelectual e autoria

5.1 Lei do direito autoral

5.2 Plágio e atribuição de autoria

O programa referido começa com os produtos mais próximos do universo dos jovens estudantes; as publicações de

divulgação científicas. Progressivamente ele vai avançando no sentido da normalização para finalizar com a questão da autoria num momento em que as práticas do “recorta e cola” estão disseminadas de forma acrítica e irresponsável.

O programa faz-se acompanhar de um pequeno conjunto de leituras obrigatórias (KUHN, 2003; MORIN, 2001; SANTOS, 1988). A apresentação dos calouros ao conhecimento mais avançado nas humanidades requer estratégias de aproximação, dada a densidade dos textos consagrados nessas áreas. O conteúdo programático pode ser sistematizado através de aulas expositivas, de leituras indicadas antecipadamente e discussão de textos em pequenos grupos.

Visitação a bibliotecas, hemerotecas e outros espaços didáticos podem ser igualmente atrativos.

Os alunos devem produzir trabalhos acadêmicos, visando o aprendizado e o aperfeiçoamento do conteúdo ministrado em sala de aula, como resenhas e pequenas análises de produtos midiáticos, testes e provas com questões abertas e fechadas.

3. Uma proposição disciplinar para o período pré-TCC

Leituras obrigatórias devem ser propostas para familiarizar os alunos com os problemas de método, ademais das dificuldades destes em formular sua questão de pesquisa. Algumas leituras obrigatórias podem auxiliar nesse momento (BAUER e GASKEL, 2002; LOPES, 1990; MINAYO, 1997; SANTAELLA, 2001).⁵ Leituras complementares de artigos de

⁵ Algumas universidades costumam produzir suas orientações formais na apropriação da ABNT (UFSM, 2000).

periódicos ou mesmo de anais de eventos específicos vinculados aos cursos de graduação costumam ser bem recebidas. Há, no entanto, o vício de satisfazer-se com a leitura de TCCs precedentes, obviando a leitura da bibliografia fonte. Aspecto que às vezes os componentes da banca atentam e que o Ministério da Educação buscou regular quando interditou o depósito de trabalhos de graduação em bibliotecas universitárias, restringindo o repositório a outro tipo de espaços.

Para o momento de problematização teórico-metodológica na graduação nossa experiência na UFSM recomenda a segunda metade de curso, o 6º. Semestre que parece ser indicado para a proposição do primeiro projeto de pesquisa (DINIZ, 2012). E uma proposta de programa disciplinar pode ser contemplada a seguir:

UNIDADE 1 – O campo epistemológico da Comunicação

1.1 O campo da comunicação.

1.2 Construindo um problema de pesquisa em comunicação.

UNIDADE 2 – Tradições metodológicas da pesquisa em Comunicação

2.1 Estruturo-funcionalismo.

2.2 Semiótica.

2.3 Estudos de recepção.

2.4 Outros estudos.

UNIDADE 3 – As instâncias e as fases da pesquisa

3.1 As instâncias epistemológicas da pesquisa.

3.2 As fases operacionais da pesquisa.

UNIDADE 4 – Construindo um corpus de Pesquisa

4.1 O conceito de corpus.

4.2 Técnicas qualitativas de coleta de dados.

UNIDADE 5 – A análise dos dados em pesquisa qualitativa

5.1 Analisando os dados coletados.

5.2 Técnicas de análise de dados na abordagem qualitativa.

O conteúdo programático pode ser sistematizado através de aulas expositivas ou pequenas exposições de duplas de alunos, de leituras indicadas antecipadamente e discussão de textos. Os alunos devem produzir trabalhos acadêmicos, aplicando perspectivas analíticas a produtos e processos midiáticos, por exemplo.

Ademais, os alunos podem ser solicitados a produzir resenhas, seguidas de apresentação e discussões com os alunos dispostos em círculo. O mesmo pode ser proposto com a produção de um artigo científico, integrando parte da avaliação de um bimestre. A atividade igualmente pode ser realizada com o exercício de desconstrução de monografia (TCC) ou dissertação.

Tais atividades realizadas, por exemplo, no sexto semestre, preparam o aluno para a apresentação de uma proposta inicial de um Projeto de Pesquisa com o qual chegará a seu futuro orientador de TCC.

Uma sistematização do processo entre graduandos pode envolver o estudo da obra *Como se faz uma tese*, de Umberto Eco (1988) com o propósito de efetivar sua discussão em uma aula,

a partir da sistematização em grupos:

Capítulo 1 - O que uma tese e para que serve (p.1-6) e A escolha do tema (p.7-34);

Capítulo 2 - Pesquisa material (p.35-80);

Capítulo 3 - O plano de trabalho e fichamento (p.81-112);

Capítulo 4 - A redação (p.113-144);

Capítulo 5 - A redação definitiva (p.145-169) e

Conclusões (p.169-170).

Na continuação dessa disciplina, surge a oferta de disciplinas de diversas denominações, como por exemplo TCC I e II. A primeira encontra as opções de ser ministrada através da oferta de uma turma comum por um professor ocupado genericamente da condução do projeto de pesquisa, ou em grupos coordenados pelo líder e formalmente designado já como orientador,. De qualquer maneira, aquilo que na pós-graduação é tarefa de um Comitê de Orientação (responsável pelo conjunto de opções na trajetória do aluno), na graduação requer a mobilização de uma comissão, dado o número de prováveis formandos envolvidos.

3. Uma proposição disciplinar para o mestrado

Segundo relata Martino (2001), ainda é difícil para as Ciências da Comunicação definirem o seu objeto de pesquisa, o qual é vasto e diversificado e, muitas vezes, é atravessado por outras disciplinas das ciências humanas.

A atenção a esses fenômenos comunicacionais deu

origem, ainda nesse período, a uma nova disciplina que teria esses processos como seu principal objeto de estudo: o campo das Ciências da Comunicação. Esta ciência traz marcas sociais e históricas das necessidades enfrentadas na época e, como sugere França (2001), surgiu como demanda da sociedade que precisava usar melhor a comunicação nos seus projetos.

De acordo com França (2001), a natureza instrumental do campo da comunicação tornou-se um problema ao configurar a pesquisa como sendo de ordem pragmática. Os pesquisadores muitas vezes não cultivam um distanciamento crítico necessário ao conhecimento e tido como exigência do campo científico. Alguns autores pontificam nesse aspecto e são referência para criticar o campo disciplinar em formação da Comunicação, como Braga (2011a, 2011b); Calhoun (2012) ou Muniz Sodré (2011).

Buscando superar tais dificuldades, as disciplinas dedicadas ao suporte à pesquisa na pós-graduação desempenham a função de vigilância epistemológica, preconizada por Lopes (1990).

Ao chegar às aplicações de teoria e método nos projetos de alunos, o primeiro ponto é que todo encontro se orienta por uma pauta, ou seja, não é uma conversa informal. Tampouco se trata de repetir fórmulas encontradas muitas vezes em bibliografias comuns em outras áreas das Humanidades. Os alunos têm que apresentar progressivamente os aspectos solicitados numa sequência para, ao final, tentar estruturar o conjunto em sua evolução; da escolha de um tema que lhes seja caro, eles seguem para seu recorte. Daí, formulam questões

problematizadoras. Na sequência, a formulação de objetivos deve sobrevir de maneira coerente.

Outro aspecto a enfatizar é que os comentários tanto do professor como dos alunos devem ter caráter metodológico e não propriamente de conteúdo. Esses aspectos são comunicados já num primeiro encontro. Assim, sugestões de bibliografia, de aspectos metódicos e operacionais competem ao orientador em reuniões de grupo e não às disciplinas vinculadas à teoria e método da pesquisa. Neste sentido, é necessário ser igualmente incisivo com todos e não apenas com um deles.

Preocupa-nos, e é o que cobramos dos alunos, aqueles elementos básicos de um projeto: definição do tema, questão-problema, hipótese (ou alguma maneira de apontar para a tese da tese de doutorado), o objetivo geral e os específicos, a abordagem teórica como norte para todo o recorte anterior, e as opções metodológicas que são possíveis no momento, ademais da justificativa (relevância científica e opções do pesquisador) e aspectos éticos. Toda nossa indagação repousa nestes aspectos e cremos que num seminário de projeto de pesquisa eles devem ser a preocupação central. Ademais do doutorado, o rigor deve ser buscado igualmente quando se trabalha com mestrado ou graduação.

Desponta, neste sentido, a permanência do texto de Bourdieu (1981) “A opinião pública não existe”. A imposição de problemática que ele denunciava por parte dos institutos de opinião avança sobre a sociedade agora no formato da pesquisa acadêmica. E assim, do ponto de vista das relações entre sujeitos,

emergem os códigos de ética e as recomendações do Conselho Nacional de Ética em Pesquisa nas Ciências Humanas (CECiHu/MCTI).

Ademais, algumas leituras recomendadas para o período e que têm circulação comercial podem ser Carvalho (1994) e Demo (1995, 2009).

Outras leituras obrigatórias e profundamente articuladoras da prática teórica e metodológica sugeridas são: Lopes (2003,2006); Marques de Melo (1998); Mattelart e Mattelart (1999); Politschuk e Trinta (2002); Rudiger (2002) e Wolf (1994).

4. Uma proposição disciplinar para o período pré-qualificação de doutorado

Na oferta de uma disciplina de Seminário de projeto de pesquisa (SPP) para o curso de doutorado, considera-se sua condição propedêutica; um momento em que mais que o conteúdo, está a ser considerado o reconhecimento e autorização de um dado processo de investigação. O foco da atividade concentra-se na formalização modelização, desenho, armação de uma proposta de pesquisa. Estabelece-se a precedência de leituras como Folscheid e Wunenbuerger (2002) e sua ênfase no caráter argumentativo do labor científico.

Noutro aspecto, tendo em vista que os alunos estão trabalhando com distintas abordagens, vários orientadores (os quais nem sempre participam de suas atividades, ou quando o

fazem não estão em condições de registrar avaliações) e grupos de pesquisa, o foco não deve recair sobre eleições teórico-metodológicas mas o esforço de fazer avançar sua proposição. Assim, verificou-se ser necessário registrar um protocolo delimitando o alcance da disciplina de SPP, considerando-se:

- que se trata de uma disciplina obrigatória para alunos regularmente matriculados no curso de doutorado de um programa de pós-graduação em Comunicação.
- que o calendário de atividades, programa de leituras e sistemática de avaliação será apresentado no primeiro dia da disciplina e deverá ser observado pelos alunos matriculados.
- que se trata de um conjunto de atividades propostas com a finalidade de formação em pesquisa e desenvolvimento de propostas que incrementem o projeto de pesquisa da tese do doutorando matriculado. Os conteúdos propostos são tomados como exercícios que devem ser apresentados oralmente e entregues em arquivo digital e/ou versão impressa, conforme o caso.
- que o aluno poderá desenvolver os exercícios propostos em conjunto com seu orientador e respectivo grupo de pesquisa. No entanto, os trabalhos deverão ser assinados apenas pelo aluno, considerado como o seu legítimo autor.
- que, na situação de ser constatada uma parte ou a íntegra de algum exercício como copia do trabalho de outrem, será aplicada a legislação do direito autoral e o aluno receberá nota zero (equivalente a conceito E), estando

reprovado na disciplina.

- que a realização dos exercícios na disciplina não implica em nenhuma obrigação de que o mesmo seja utilizado em parte ou na totalidade para a apresentação de sua tese, pois este é um tema que deve ser avaliado oportunamente junto a seu orientador.
- que a manifestação de uma opinião atribuída aos orientadores no transcurso da disciplina não terá precedência sobre a posição da ministrante e/ou dos alunos presentes na disciplina.
- que, na situação do aluno não poder comparecer a uma aula e havendo a necessidade de entrega de trabalho o aluno deverá enviá-lo por e-mail para a ministrante da disciplina na data prevista para sua apresentação, sob pena de penalização na avaliação (previsão de 25% de faltas).
- que, na situação do aluno encontrar-se doente e não poder cumprir com a feitura de um exercício, o mesmo deverá protocolar atestado médico na Junta Médica da universidade, conforme prevê o Guia do Estudante. O novo prazo de entrega deverá ser acertado com o professor da disciplina e, não havendo acordo, o aluno deverá dirigir-se à Chefia do Departamento de Ciências da Comunicação conforme regimento da universidade.

Ao realizar a avaliação de desempenho na disciplina de seminário de projeto de pesquisa do curso de doutorado, analise o desenvolvimento de propostas de pesquisa em conformidade

a cada linha de pesquisa em turmas separadas. Sugere-se um calendário de encontros nos quais o aluno vai apresentando sucessivamente aspectos de sua proposta. A partir de encontros quinzenais, o candidato vai expondo:

a. Apropriação de referencial teórico-metodológico. Momento em que o candidato expõe seu objeto de pesquisa e pode ser avaliado se ele encontra-se num momento de definições que podem ser enquadradas sucintamente num nível pré-teórico ou teórico. Obviamente que, dada a circunstância de proposta em embrião, neste momento considera-se sucintamente a proposta no quesito como Suficiente ou Insuficiente.

b. Articulação interna da proposta. Consideram-se a exposição da Problemática da pesquisa; Justificativa; Objetivos; Relato da fase onde se encontra. A avaliação proposta para o quesito registra sua condição de estar Consistente ou Inconsistente.

c. Análise do estado da arte. A experiência com o quesito revela um problema estrutural da área da Comunicação. Os alunos possuem dificuldade em executá-lo, não articulam os levantamentos realizados com sua problemática de pesquisa e ignoram sistematicamente o conjunto de esforços anteriores ou recentes, responsável pela renovação do pensamento na especialidade do conhecimento.

d. Metodologia. Propõe-se a avaliar a capacidade de definição e realização de opções metodológicas. Trata-se do momento em que o aluno encara sua eleição pela pesquisa

conceitual ou empírica. Na última situação, pode ocorrer a realização de um exemplo aplicado, estudando sua exemplaridade para o conjunto da investigação e apresentando-o para a análise crítica do grupo.

e. Sumário e capítulos. Nesse momento o aluno realiza um esforço de delimitação dos conteúdos, teorias e conceitos que a pesquisa deverá conter. Transitório e problemático, no entanto não deixa de ser necessário.

f. Reapresentação de todos os itens sistematizados. A realização da proposição do projeto com todos os itens anteriores supõe um amadurecimento.

g. Sugere-se ademais dos itens apresentados anteriormente, produzir ainda um Cronograma para os semestres subsequentes, informando o desejo de realização de um sanduíche no Brasil ou no estrangeiro.

A trajetória apontada é sugerida como um suporte exterior à atividade de orientação. No entanto, a permanência em um programa de pós-graduação requer extremo zelo quanto às opções teóricas e metodológicas internas ao regime de orientação. Trata-se de um conjunto de encontros de promoção daquilo que, fora do âmbito da relação orientador-orientando, é possível comunicar aos contemporâneos de programa de pós-graduação. Uma exigência que, vinda de fora, deve ser respondida com a mobilização das vontades de professores e alunos participes.

Assim, os elementos que devem ser avaliados dizem respeito não a um texto de qualificação, mas conforme a expressão em inglês, um “paper in progress”, aberto e em andamento.

Neste sentido, também não há como cobrar um parâmetro de um aluno e não cobrar dos demais, pois a avaliação é individual mas com base em critérios comuns. O que, convenhamos, é difícil, mas é uma condição de equidade de avaliação. Também não se pode trazer elementos e condições extraclasse para os seminários de pesquisa. Referenda-se, dessa maneira, a proposição de que os seminários de pesquisa não se constituem em momento para julgamento de texto de qualificação, mas da coerência interna de uma proposta em andamento que, posteriormente, poderá ser apresentada como de qualificação.

Dentre os depoimentos dos alunos emergem opiniões como a importância de ofertar uma disciplina que não prepare objetivamente para a qualificação; a questão do perfil dos doutorandos deve ser considerada, pois uma parcela significativa trabalha. Por outro lado, faz-se necessária uma disciplina em que o aluno olhe diretamente para seu objeto empírico. Ademais, alguns argumentam que se trata de um processo enriquecedor por sentir a interlocução sobre o projeto de cada um, que produz um amadurecimento que, de outra forma, viria com atraso.

Alguns testemunham que o exercício do sumário é importante e que, por primeira vez alguém que não é o orientador lê o texto. Por outro lado, a dinâmica não permite que se faça um amadurecimento, porque é um primeiro rascunho e as trajetórias são distintas porque o doutorado se sustenta na autoralidade.

Outros consideram que esse tipo de disciplina ajuda imensamente na construção dos capítulos, favorecendo o centramento no tema da tese, embora pouco auxilie no texto final para a qualificação. Há necessidade de um tempo e, em

alguns casos, a disciplina é compartilhada com frequência com outras disciplinas. Em que pese a isso, a disciplina propõe um norte para o projeto ao ajudar a formalizá-lo, exigindo sua escritura e exibindo aos colegas que, dessa maneira, familiarizam-se com abordagens teórico-metodológicas que, de outra forma, não as conheceriam.

E, como deliberações conjuntas, surgem manifestações de que a disciplina ocorra a cada 15 dias, mas com disponibilidade semanal, no primeiro semestre do segundo ano de doutorado, em linhas de pesquisa separadas, desvinculada da qualificação e, por fim, criar um evento interno do programa para apresentação dos projetos de tese um semestre antes de sua defesa, especialmente para compartilhamento entre os colegas, num certo sentido cúmplices da trajetórias uns dos outros.

O texto final produto do trajeto apresentado anteriormente como plano de aulas para uma disciplina de seminários de projeto de pesquisa para o doutorado pode ser apresentado ao seu final com a presença de convidados da linha de pesquisa ou de fora do quadro permanente do programa de pós-graduação, assim como dos orientadores. O exercício antecipa alguns aspectos que o momento da qualificação deverá consagrar como o grande ato de presença de um mestrando ou doutorando em um programa. Devido à liberdade que o aluno ainda goza no momento da qualificação, entendo que a arguição da banca é o momento mais rico na abertura e/ou compartilhamento de caminhos. Neste sentido, o ato final de defesa e uma dissertação ou tese confere uma autoridade relativa ao tema abordado.

Por outro lado, a questão da formulação da tese

igualmente tem-se revelado um item problemático. Ainda há na Comunicação muitas dúvidas com relação à formulação da hipótese e seu tratamento metodológico consequente. Ela se articula com a formulação de uma ou mais hipóteses e seu tratamento subsequente. A herança das ciências empírico-formais tem colaborado por confundir as noções pertinentes à comprovação da hipótese e à formulação de sua enunciação.

6. Considerações finais

A Comunicação em sua diversidade possui muitas metas a avançar. Muitos pesquisadores que, às vezes muito zelosos em sua própria atividade científica, não alcançam sistematizar suas percepções quanto ao trabalho de terceiros, ainda são prolíficos. Dispersam suas arguições comentando o tema exposto para arguição de uma banca em análise infundável, sem estrutura que permita identificar os limites e possibilidades que o diálogo acadêmico favorece e, em vários momentos, exige.⁶

Os grupos de pesquisa como epicentros da atividade de investigação e como arena de debate. Congregando alunos de diversos níveis, uns seguem a esteira de outros e as boas práticas emanam naturalmente, descentralizando a figura do orientador, normalmente sobrecarregado com tarefas burocráticas. Nesse

⁶ Desponta ainda a atividade prosaica de compartilhamento de referenciais teóricos comuns, a ação ingênua de distribuição de bibliografia sem aprofundamento dos conflitos supostos em abordagens constitutivas das tendências. Mais lamentável, porém, é a presença em bancas e pareceres que remetem a outro trabalho ou remetem a proposições extemporâneas, algumas vezes de promoção da perspectiva compartilhada pelo falante.

contexto, a lousa digital e a alimentação de blogs aponta um processo de exposição de textos e crítica dos colegas para incorporações de correções e promoção da escrita coletiva.

Apontamos, por fim, os versos do poeta espanhol Antonio Machado: “*Caminante, no hay camino. Se hace camino al andar*” que ouvimos por primeira vez de João Bosco Pinto. Estimulada pela poesia, pensamos que a possibilidade de ensinar o labor científico e investigação orientaram-nos na prática metodológica acadêmica que aqui buscamos compartilhar. E novamente recorremos a Antonio Machado para animar as vontades frente a um trabalho tão meticuloso, dificultoso ou demorado: “*Al andar se hace camino/ Y al volver la vista atrás/ Se ve la senda que nunca/ Se ha de volver a pisar*”.

Referências bibliográficas

BAUER, Martin W. e GASKEL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BRAGA, J.G. Constituição do campo da Comunicação. **Verso e Reverso**, v. XXV, n. 58, p.62-77, janeiro-abril, 2011a.

_____. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. E-compós**, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011b.

BOURDIEU, P. A opinião pública não existe. In: THIOLENT, Michel. **Crítica Metodológica, investigação social e enquete operária**. São Paulo: Polis, 1981. p. 137-151

CALHOUN, Craig. Comunicação como Ciência Social (e mais), **Intercom – RBCC**, São Paulo, v.35, n.1, p. 277-310, jan./jun. 2012.

CARVALHO, Maria C. M. de (org.) **Construindo o saber. Metodologia**

científica – fundamentos e técnicas. São Paulo: Papyrus, 1994.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais.** 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1995.

_____. **Pesquisa e construção de conhecimento.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2009.

DINIZ, Debora. **Carta de uma orientadora. O primeiro projeto de pesquisa.** Brasília: Letras Livres, 2012.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese.** São Paulo: Perspectiva, 1988.

FOLSCHIED, Dominique; WUNENBUERGER, Jean-Jacques. **Metodologia filosófica.** São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FRANÇA, Vera. O objeto da comunicação/A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luis Carlos; FRANCA, Vera V. **Teorias da Comunicação. Conceitos, escolas e tendências.** Petrópolis: Vozes, 2001. p. 41-54.

KRISTEVA, Julia. A semiologia: ciência crítica e/ou crítica da ciência. In: LIMA, Luis Costa. **Teoria da cultura de massa.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000. p. 301-20.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas.** 7ª. ed. Rio de Janeiro: Perspectiva, 2003.

LOPES, Maria I. V. de. **Pesquisa em Comunicação. Formulação de um modelo metodológico.** São Paulo: Loyola, 1990.

LOPES, Maria I. V. de. (Org.) **Epistemologia da Comunicação.** São Paulo: Loyola, 2003.

LOPES, Maria I.V. O campo da comunicação: sua constituição, desafios e dilemas. **Revista FAMECOS,** Porto Alegre, no. 30, agosto, 2006.

MARQUES DE MELO, Jose. **Teoria da Comunicação: paradigmas latino americanos.** Petrópolis: Vozes, 1998.

MARTINO. L.C. Interdisciplinaridade e o objeto de estudo da comunicação. In: HOHLFELDT, A., MARTINO, L.C e FRANÇA V. V. (Orgs) **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências.** Petrópolis: Vozes, 2001.

MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle. **História das teorias da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2007.

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo/Brasília: Cortez/Unesco, 2001.

MUNIZ SODRE. Comunicação: um campo em apuros teóricos. **Matrizes**, São Paulo, ano 5, n. 2 jan-junho 2011. p. 11-27.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

RUDIGER, Francisco. **Ciência social crítica e pesquisa em comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Hacker, 2001.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Um discurso sobre as ciências**. Porto: Afrontamento, 1988.

SILVEIRA, Ada C.M. **Projetos Experimentais – Monografia**. Santa Maria, s.e., 1994.

SILVEIRA, Ada C.M.; FLORES, Natalia M. **Desvendando o universo da ciência – caderno Didático**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2010.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **Estrutura e apresentação de monografias, dissertações e teses – MDT**. Santa Maria: UFSM, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1994.

Diretrizes Curriculares nacionais

RESOLUÇÃO CNE/CES 1/2013. Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo (bacharelado). Brasília, DOU, 1º de outubro de



2013 – Seção 1 – p. 26

DCN - Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo. Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação (Portaria Nº 203/2009). Brasília, Comissão Marques de Melo. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf>, acesso em 9jun2014.

PARECER homologado das Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Jornalismo. Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior, Brasília, DOU de 12/9/2013, Seção 1, Pág. 10.

PARECER CNE/CES 492/2001. Conselho Nacional de Educação/Câmara Superior de Educação. Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. Brasília, DOU de 9/7/2001, Seção 1e, p. 50.



REITOR Paulo Afonso Burmann

VICE-REITOR Paulo Bayard Dias Gonçalves

DIRETOR DO CCSH Mauri Leodir Löebler

VICE-DIRETOR Wanderlei José Ghilardi

DIRETORA EDITORIAL Ada Cristina Machado Silveira

CONSELHO EDITORIAL Ada Cristina Machado Silveira

Eugenia Maria Mariano da Rocha Barichello (UFSM)

Flavi Ferreira Lisbôa Filho (UFSM)

Maria Ivete Trevisan Fossá (UFSM)

Sonia Rosa Tedeschi (UNL)

Susana Bleil de Souza (UFRGS)

Valentina Ayrolo (UNMDP)

Veneza Mayora Ronsini (UFSM)

Paulo César Castro (ECO/UFRJ)

Monica Maronna (UDELAR)

Gisela Cramer (UNAL)

Eduardo Andrés Vizer (UNILA)

CONSELHO TÉCNICO- Claudia Regina Ziliotto Bomfá

ADMINISTRATIVO Liliane Dutra Brignol

Marília de Araujo Barcellos

Rosane Rosa

Sandra Rúbia da Silva







Ipressão Gráfica Pallotti
Papel miolo: Pólen Bold 90 g/m
Papel capa: Supremo 250g/m
Formato: 14cm x 21 cm
Tipografia: Garamond

