

## **Conceitos, armadilhas, olhares: apontamentos metodológicos para a consolidação de um campo transdisciplinar .**

Marialva Barbosa<sup>1</sup>

### **Resumo:**

Texto construído fundamentalmente para refletir sobre a questão teórica e metodológica, o texto aprofunda reflexões realizadas anteriormente num percurso cuja preocupação central é a definição epistemológica do campo da comunicação. Nesse sentido, procura mostrar como é central para o reconhecimento da comunicação como campo consolidado – perante um universo maior, ou seja, a comunidade científica – a difusão de uma espécie de discurso em “uníssono” que fale de problemáticas comuns, teorias que se complementem e metodologias que marquem a especificidade do lugar de onde se fala. Nesse sentido, tão importante quanto teorias da comunicação, seria o desenvolvimento de metodologias da comunicação, que não se confundiram com procedimentos de análises de outros campos, criando um olhar particular próprio desse lugar: o campo da comunicação.

### **Palavras-chave:**

teoria, metodologia, comunicação

Partimos do pressuposto que um campo de estudos se consolida a partir de embates que são travados não apenas num lugar científico, mas, sobretudo, num lugar político. A relação de forças que se estabelece na consolidação de um campo científico se faz obrigatoriamente por embates de um campo em relação ao outro. Apesar dessa luta silenciosa, toma-se emprestado olhar, conceitos e, às vezes, armadilhas metodológicas.

---

<sup>1</sup> **Marialva Barbosa** fez pós-doutorado em Comunicação pelo CNRS/LAIOS, Paris, 1999 e é Doutora em História Social pela Universidade Federal Fluminense (1995). Professora Titular de Jornalismo da Universidade Federal Fluminense. Professora e atual coordenadora do Mestrado de Comunicação, Imagem e Informação da Universidade Federal Fluminense. Membro do Comitê Acadêmico da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação. [mcb1@terra.com.br](mailto:mcb1@terra.com.br)

Podemos dizer que o campo da comunicação, no Brasil, está consolidado. Pesquisas recentes dão conta da complexidade, dinâmica e importância dos estudos de comunicação nas últimas décadas (LOPES: 2000).

Entretanto, apesar disso, do ponto de vista metodológico, é necessário construir um caminho que o transforme num lugar de discursos convergentes, seguindo a tendência da constituição e, sobretudo, da sedimentação dos saberes a partir da noção de campo de estudos[1].

Mesmo quando não se discutia ainda a questão de forma tão clara, mesmo quando ainda não havia surgido o termo, mesmo quando sequer se cogitava falar em transdisciplinaridade, outras disciplinas já tratavam de sedimentar o seu lugar de forças, através da aproximação com outros saberes.

Talvez o exemplo mais emblemático dessa estratégia tenha sido o da história, que através de uma série de ações científicas e políticas, consolidou a disciplina como sendo lugar de convergência de múltiplos saberes, sem perder a sua característica mais peculiar. A história continuou regida pelos seus parâmetros teórico-metodológicos fundamentais, ainda que na convergência com a antropologia, a sociologia, a literatura, entre tantas outras aproximações e trocas. Trocas que na década de 1970 levou a construção de uma obra que se tornou referência e que chamava a atenção para a construção de novos problemas, novos objetos, novas abordagens (LE GOFF, 1979).

A rigor o que se fazia naquele instante era um movimento duplo: primeiro, revitalizar uma disciplina que se dizia “nova” desde o movimento da *École des Annales* e que já possuía, naquele momento, exatamente meio século. Segundo, a partir dessas aproximações e trocas, realimentava-se o poder da disciplina através de cooperações que, a rigor, serviam também para atualizá-la num campo de luta política.

Nesse sentido, há algumas lições que podemos tirar do ponto de vista teórico e metodológico, mas, sobretudo, do ponto de vista político. Há também algumas questões a serem construídas, a partir de caminhos já previamente percorridos.

A questão metodológica, central no nosso entender, significa perceber qual é o principal paradigma deste campo e, sobretudo, o que faz com que haja um discurso unificado em torno de problemas recorrentes? A pergunta central, portanto, é haveria

uma “escrita” da comunicação? E, em havendo, que critérios teórico-metodológicos norteiam a construção dessa “escrita”?[2]

## **Armadilhas**

A principal armadilha na qual estiveram (e ainda estão, de certa forma) enredados os estudos da comunicação é a da adoção de modelos de estudos a partir da escolha prévia de um objeto que se inseria naturalmente naquilo que empiricamente era definido como campo da comunicação. Assim, houve certa prevalência de estudos que privilegiavam os objetos empíricos aos métodos de análise. Era como se o objeto empírico definisse um lugar natural para os estudos de comunicação. Quando na verdade o que define um lugar de pesquisa são os procedimentos metodológicos, ao lado da utilização de conceitos plenamente configurados em permanente analogia com o método.

Isso não quer dizer que a pesquisa em comunicação não tenha um percurso digno de ser historicizado, o que já foi feito por diversos autores. Katz, por exemplo, sublinha o domínio de três paradigmas após os anos 1940, a partir do modelo dominante (os efeitos limitados) e das construções dos rivais a este modelo.

Sublinha como momento marco fundador os estudos do *Bureau of Applied Social Research*, de Paul Lazarsfeld, a partir do qual se desenvolveram pesquisas cujo foco central era a questão dos efeitos limitados e seus três paradigmas dominantes: o institucional, o crítico e o tecnológico (KATZ, 1989). O primeiro acentuava o papel das mídias na transmissão da informação no interior de um sistema político. Tendo como visão dominante uma proposição construtivista na qual as mídias eram vistas como verdadeiros arquitetos da realidade política e social, os teóricos institucionais remaravam as transformações induzidas pela televisão nas campanhas políticas sublinhando, por exemplo, como as convenções dos partidos eram transformadas em acontecimentos midiáticos (Ver Coleman (1957), Glasgow (1976) e Adoni (1984), entre outros).

Todd Gitlin talvez seja o nome mais emblemático do chamado paradigma crítico, ao criticar o modelo dos efeitos limitados de Lazarsfeld, apresentando a

sociedade de massa como medida de poder. Atribuindo às mídias o poder de construir a realidade social, Gitlin destacava também o seu papel em decidir o que era politicamente legítimo. Assim, a missão hegemônica das mídias é dizer aquilo que não se deve pensar, possuindo, pois, uma função de reprodução (KATZ, op. cit.).

Mas o que é novo na abordagem de Gitlin e de outros sociólogos, como Tuchman, Ganz e Roch, ao procederem a suas pesquisas empíricas sobre as organizações ou os textos, é a inclusão de um novo ator social: o público. Certos espectadores, na visão de alguns desses autores, são apresentados como capazes de se opor aos textos hegemônicos que lhes são propostos.

Cabe ainda uma palavra final sobre o chamado paradigma tecnológico. Esses teóricos capitaneados, sobretudo, pelo pensamento de McLuhan mostram que os atributos essenciais de uma mídia dominante podem afetar a ordem social. Isso é, as mídias não só podem nos dizer como pensar, como também como organizar as informações (KATZ, op.cit.).

Ou seja, há inicialmente o predomínio de teorias que privilegiavam a investigação da estrutura e do conteúdo ideológico das mídias ou daqueles que já se aventuravam na análise das audiências e do conteúdo das mensagens.

Sublinhando os múltiplos olhares lançados sobre os estudos midiáticos, R. Williams, ao descrever diversas abordagens metodológicas, enfatiza os aspectos culturais subjacentes às mensagens. Enfatizando a necessidade de englobar a totalidade do objeto empírico pesquisado - visualizando a comunicação como processo complexo – Williams destaca que essa abordagem é um exemplo da pesquisa necessária em comunicação (1996: 105-106).

Para ele, múltiplas teorias – da sociologia, da política, da lingüística, da psicanálise e dos tecnólogos – devem estar inclusas nos estudos de comunicação para dar conta do objeto. Diz ele: “não se trata de estudar efeitos e influências duráveis, mas achar os meios mais precisos de registra-los e analisa-los enquanto o processo se realiza”.

Nessa proposição do teórico britânico estão contidas, ao nosso ver, duas operações fundamentais para a construção do campo teórico-metodológico da

comunicação: a operacionalização de conceitos múltiplos campos (uma teoria é sempre supra disciplinar) e a visualização da questão comunicacional como processo.

Essas duas balizas metodológicas possibilitam que se ultrapasse a armadilha principal, operacionalizado-se e, sobretudo, autonomizando-se do campo da comunicação.

Mas esta autonomização é também uma ação política. E este é o ponto que abordaremos a seguir.

### **O múltiplo versus o individual**

A questão política da construção do campo está definida pela própria enunciação do que seja a comunicação num mundo cuja crise de paradigmas aponta para a construção de múltiplos sentidos e para a valorização das individualidades.

Assim, um campo cujo referencial coletivo é a questão mais emblemática vive diante da eclosão de valores individuais que acabam perdendo o sentido crítico do lugar de onde se fala. Diante da crise da ciência – que não explica o mundo – é necessário criar novos modelos explicativos, relativizando conhecimentos e domínios. Por outro lado, como não há mais continuidade, instaura-se uma nova categoria nesse universo de crise de paradigmas: a descontinuidade.

Diante disso, um campo de saber e, portanto, de poder relativamente novo não sabe – de certa forma – como conviver com esta dualidade que é de natureza política. Diante do individualismo, nega-se a acumulação de conhecimento, os modelos anteriores e as referências à própria história do campo e daqueles que o constituiu. Demole-se e, diante do modelo do individualismo, não se procura de imediato construir um conhecimento cumulativo do lugar da comunicação.

A prevalência do novo, por outro lado, induz a dialética do esquecimento como motor de uma lembrança que não se realiza. E, dessa forma, a comunicação segue recorrentemente discutindo um universo teórico conceitual que já deveria estar consolidado.

Levar em conta o passado é, num primeiro momento, fornecer uma dimensão temporal à consciência que se tem de si mesmo. Por outro lado, é introduzir como central a questão da mudança, uma mudança cuja responsabilidade está diretamente vinculada à ação do homem sobre o seu próprio destino. O passado é apenas um momento de transição do presente em relação ao futuro e a condição de presente é produto de uma opção humana que só é alterada também pela ação humana. Ao visualizar a dinâmica dos elementos do presente, estes como se libertam do passado. Mas libertar o passado do presente, não significa negá-lo. Assim, os estudos de comunicação devem considerar uma visão cumulativa, na qual as construções do passado sejam consideradas. Só assim, pode-se entender a singularidade do contemporâneo e a sua radical diferença em relação ao passado. Por outro lado, do ponto de vista metodológico, parece central perceber os fatos não como dados *a priori*, mas como elaborações contidas nas perguntas que o próprio pesquisador elabora tendo em conta o seu objeto empírico.

É necessário ainda encontrar uma forma de escrever, ou seja, uma escrita. A narrativa histórica, por exemplo, ainda hoje é baseada no modelo narrativo do romance inglês do século XIX. Os relatos históricos são representações que pressupõem a idéia de múltiplas visões e variados estilos de representação, mas que precisam “contar uma história” ainda que de maneira não cronologicamente ordenada (WHITE, 1994: 57).

Caracterizado como um campo de uma enorme multiplicidade teórica, acreditamos que a formação de um quadro teórico particular, no qual se sobressaiam as noções de cultura, discurso, poder e imagem/imaginário, farão da comunicação um lugar de conceitos ao mesmo tempo particulares e universais.

Ou seja, a existência de um quadro teórico multidisciplinar não invalida a construção de uma teoria que seja subjacente à comunicação. Para isso é fundamental a construção de um olhar próprio do campo, aquilo que estamos chamando, “escrita”. Uma escrita que lhe seja subjacente.

### **A interpretação e o olhar.**

Procede-se, pois, antes de tudo a uma interpretação. E interpretar significa selecionar em função de um objetivo e de um propósito narrativo. Interpretar depende

do tipo de explicação que foi considerada como fundamental e também do modo figurativo como o pesquisador comporá a sua trama. Interpretar pressupõe a idéia de inferência e especulação, ou seja, constrói-se uma espécie de silêncio entre o objeto empírico e sua representação. Um documento, por exemplo, mostra o que aconteceu, mas não porque aconteceu, nem como aconteceu.

Assim, a interpretação e a construção de um objeto empírico seriam espécies de modos míticos de representação, já que se procura revestir com uma carga de explicação verdadeira o fenômeno estudado, abrindo-o a uma espécie de mobilização para o futuro: a explicação existe hoje e dessa forma fornece chaves para o futuro.

Mas esta interpretação é apresentada sob a forma escrita. E a escrita é diretamente dependente da forma interpretativa. Assim, pode-se apenas querer realizar uma espécie de crônica dos acontecimentos, identificar o tipo de articulação narrativa proposta ou mostrar aos leitores que aquela é uma representação plausível do mundo, atuando, portanto, de acordo com convenções de natureza culturais, normas e leis narrativas.

Seja qual for o objetivo, há uma espécie de gênese subjacente ao texto, própria do campo no qual foi construído. A explicação pressupõe a construção de um enredo e de um tipo particular de narrativa, feitos para o leitor, que identifica naquele texto uma certa forma de narrar.

Assumindo uma dimensão realista – os fatos narrados pelos estudos de comunicação possuem uma espécie de verdade subjacente absoluta e única -, o olhar que resultará numa narrativa apela para a ironia como articuladora fundamental do discurso desse campo[3].

A escrita da comunicação coloca em cena o contemporâneo. As nossas ações num mundo que se faz presente. O texto espelha uma espécie de transparência: ele é resultado de algo que já sabemos a priori, pois faz parte de nossas ações quotidianas. Marca o presente.

Isso não impede que possua um papel performativo: o texto como que materializa um presente já existente. Ele fala do presente, para leitores do presente, dentro de um universo que só ganha significação pelas nossas ações presentes.

Talvez por isso, a ironia assuma o papel mais evidente desta escrita. A característica mais contundente dessa figura performativa da linguagem é uma espécie de afirmação ambígua e ambivalente. Utilizando o ceticismo como tática para explicação, a sátira como modo de construção do enredo, a ironia assume também uma espécie de característica agnóstica e de ceticismo como postura moral.

Os textos de comunicação trazem subjacentes nele mesmos uma espécie de ocultamento do sujeito, que dentro da frase parece outro, ao ser apresentado como coletivo. O coletivo aqui pressupõe a morte do sujeito.

Assim, se a máxima da sociedade moderna como estratégia de comunicação é a materialização de uma certa ironia social (JEUDY: 2001), também os escritos teóricos da comunicação assumem essa configuração irônica, ao desconstruir o sujeito, ao considerar que ele se autoconstrói através do sistema midiático, o que leva a um ceticismo coletivo.

Nesse sentido, o passado é obliterado. Em todos os aspectos. Os sentidos possibilitados pelo passado estão em permanente colisão com a ironia coletiva. A história é, assim, apenas uma farsa, já que é escrita hoje e não no passado. A farsa da história impede que o campo possua também uma história. E vai assim, desconstruindo tudo o que construiu, por considerar que sua própria história é uma farsa, diante de uma escrita que apela inexoravelmente para a ironia.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

CERTEAU, Michel de. A escrita da história. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

JEUDY, H. P. A ironia da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2001.

KATZ, Elihu. “La recherche en communication depuis Lazarsfeld ». In: HERMES, n. 4, Paris: CNRS, 1989.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Teorias e metodologias da pesquisa em comunicação. Santiago, ALAIC, 2000.

WHITE, H. Trópicos do Discurso. Ensaio sobre a crítica da cultura. São Paulo: EDUSP, 1994.



WILLIAMS, Raymond. « Des communications comme science de la culture ». In : Réseau. Communication, Technologie, Société. N. 80. nov-dez. 1996. Paris: PRISME/CNET/CNRS.

## Notas

[1] Estamos utilizando a noção de campo na acepção de P. Bourdieu. Cf. entre outros, Economia das Trocas Simbólicas e o Poder Simbólico.

[2] Colocamos o termo escrito entre aspas, pois estamos nos apropriando da noção de escrita na acepção de Michel de Certeau em relação à escrita da história. Cf. CERTEAU, 1982.

[3] Estamos entendendo ironia como tropos do discurso, tal como concebeu Jakobson. Assim, a teoria da linguagem identifica quatro tropos básicos para a análise da linguagem: metáfora, metonímia, sinédoque e ironia. É a chamada Teoria dos Tropos ou concepção tropológica dos discursos. A ironia, a sinédoque e a metonímia são tipos de metáforas que diferem pelo tipo de reduções ou integração realizadas no espaço literal de significação. Enquanto a metáfora é representacional, a metonímia é reducionista, a sinédoque é interativa, a ironia é negacional. A base da ironia é a catacrese, metáfora absurda, destinada a inspirar reconsiderações irônicas acerca da natureza da coisa caracterizada.