

Reflexões sobre metodologia aplicada na construção de pesquisas científicas na área de comunicação social

Reflections on methodology used in the construction of scientific research in the area of social communication

Maria Eugênia Porém

Doutora em Educação, pela Universidade Estadual Paulista – Unesp/Araraquara; mestre em Comunicação, pela Unesp/Bauru; professora do curso de Comunicação Social/Publicidade e Propaganda das Faculdades Integradas de Bauru – FIB; coordenadora da Pós-Graduação em Gestão da Comunicação Mercadológica das Faculdades Integradas de Bauru – FIB.

E-mail: meporem@gmail.com.

Tamara de Souza Brandão Guaraldo

Doutoranda em Ciência da Informação – pela Universidade Estadual de São Paulo – Unesp/Marília- SP; mestre em Comunicação, pela Unesp/Bauru; bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes; jornalista.

E-mail: tamaraguaraldo@gmail.com.

Resumo

Apresentam-se, no presente trabalho, questões acerca do ensino e da prática da Metodologia da Pesquisa em comunicação. O objetivo deste artigo é refletir sobre a possibilidade de se construírem projetos de pesquisa e se desenvolverem pesquisas e produções científicas na área de Comunicação Social, em cursos de graduação, articulando as interfaces epistemológicas, metódicas, teóricas e técnicas do modelo metodológico da pesquisa empírica em comunicação, desenvolvido por Lopes (2010), adaptando-o ao modelo de espiral da criação do conhecimento, elaborado por Takeuchi & Nonaka (2008), visando a apoiar a aprendizagem dos procedimentos metodológicos que envolvem a pesquisa científica em comunicação.

Palavras-chave: Metodologia de pesquisa em comunicação. Modelo metodológico da pesquisa empírica em comunicação. Modelo de espiral da criação do conhecimento.

Abstract

The questions arise about the teaching and practice of the methodology of communication research. The aim is to reflect on the possibility of building research projects and develop research and scientific production in the area of social communication at the graduate level, articulating the epistemological interfaces, methodical, theoretical and methodological techniques for design of empirical research in communication, developed by Lopes (2010), adapting it to the Spiral model of knowledge creation, developed by Takeuchi and Nonaka (2008), to support the learning of the methodological procedures that involve scientific research in communication.

Keywords: Research methodology in communication. Model methodology of empirical research in communication. Spiral model of knowledge creation.

Reflexões sobre metodologia aplicada na construção de pesquisas científicas na área de comunicação social**1. Introdução**

O mundo contemporâneo, marcado pela complexidade das relações humanas, sociais e culturais mediadas pelas novas tecnologias da informação e da comunicação (NTICs), remete as instituições educativas a enfrentarem sistematicamente os grandes desafios educacionais, científicos, pedagógicos e didáticos emergentes neste século XXI.

Nesse contexto, a pesquisa científica representa uma problemática à universidade brasileira, tanto do ponto de vista filosófico como operacional (DUARTE & BARROS, 2011), pois, apesar de significativa evolução da pesquisa no Brasil nos últimos 40 anos, ela ainda está longe de responder às necessidades mais emergentes do País (FÓRUM DE REFLEXÃO UNIVERSITÁRIA/UNICAMP, 2002).

No campo da Comunicação Social, devido aos seus contornos peculiares e às suas características específicas, e particularmente pelo pouco tempo de implantação da pesquisa acadêmica e científica em comunicação no Brasil (DUARTE & BARROS, 2011), essa problemática se acentua.

O conhecimento científico da Comunicação social continua sendo considerado como algo secundário. Nas instituições responsáveis por organizar e sistematizar a produção de pesquisa e a formação científica, a **Comunicação** é algo menor em um conjunto menor, as chamadas **ciências sociais** (MALDONADO, 2006: 9-10) (grifo do autor).

Esta afirmação, de certa forma, pode ser ampliada na medida em que se verifica que o campo das Ciências da Comunicação busca se consolidar como um campo científico de fato.

Gobbi (2010), ao tratar sobre o tema no artigo “Panorama da produção de conhecimento em comunicação no Brasil”, trouxe uma importante contribuição para esta questão, uma vez que descortinou os múltiplos atores, visões, fronteiras, cenários e produções, estatísticas e geografias, tecendo um mapeamento da pesquisa em comunicação no Brasil. Para a autora citada, a amplitude gerada no campo científico da comunicação no Brasil, seus múltiplos objetos e olhares, a interdisciplinaridade própria da área suscitou uma fragmentação de saberes produzidos (GOBBI, 2010).

Nesta esfera, a pesquisa em comunicação tem um longo caminho a percorrer, uma vez que a conquista da legitimação, identidade, consolidação e autonomia do campo está intimamente ligada à formação de profissionais competentes para a pesquisa científica, “[...] além da efetiva participação desses atores sociais nos cenários acadêmicos; buscando equilíbrio entre a teoria e a prática profissional e entre os vários espaços desenhados pela geografia nacional [...]” (GOBBI, 2010: 57).

Esse trabalho foi amplamente estimulado por estas e outras reflexões acerca do desenvolvimento da pesquisa em

comunicação, suas problemáticas, seus desafios e seus avanços. Parte-se do pressuposto de que seja necessário articular, ampliar e/ou criar, nas universidades, especificamente dentro dos cursos de Comunicação Social, espaços dialógicos e produtivos de geração e socialização de conhecimento científico em comunicação, como forma de contribuir para o campo do saber comunicacional.

Embora se possa considerar que a produção do conhecimento científico em comunicação materializa-se, sobretudo, no desenvolvimento da pesquisa nos cursos de pós-graduação, especialmente no nível de *stricto sensu*, o despertar do aluno para a pesquisa científica deve ser estimulado nos cursos de graduação, ativando nestes atores sociais a capacidade de pensar, de investigar, de questionar, de criticar e problematizar as mais emergentes questões contemporâneas sobre comunicação.

Através dos diferentes conteúdos constituintes dos currículos das habilitações do curso de Comunicação Social, é possível motivar, incentivar, despertar e sensibilizar os alunos para o universo da pesquisa em comunicação, transformando-os em atores sociais participantes e ativos da construção do saber científico comunicacional.

Particularmente, a disciplina de Metodologia poderá gerar um espaço de articulações e proposições, já que seus conteúdos contemplam o estudo e a prática da investigação científica da comunicação e de seu ensino. Parte-se do entendimento de que este saber – o da Metodologia – enviesa todas as outras áreas de ensino – as disciplinas, seus conteúdos e suas didáticas – além de ser essencial para incitar, estruturar e fundamentar projetos de iniciação científica, na produção de artigos, resenhas, *papers* para publicações em periódicos científicos, na apresentação de resultados de pesquisas em eventos científicos, dos projetos de conclusão de cursos, em seu desenvolvimento e resultado.

Não obstante, Lopes (2010) afirmou que a pesquisa em comunicação tem relegado para segundo plano as questões de metodologia, tanto em termos de seu estudo como de sua aplicação prática.

Esse desequilíbrio entre o conteúdo teórico e a forma como ele é constituído parece ser um traço específico da pesquisa em Comunicação no país e contribui para reforçar um dualismo teoria-metodologia fundamentalmente perigoso para o reconhecimento científico do campo da Comunicação (LOPES, 2010: 15).

Esta particularidade é reproduzida nas dificuldades de apreensão e aprendizagem dos alunos, na própria produção científica e na utilização da metodologia como princípio de qualidade de projetos e produções acadêmicos/científicos.

Diante desta problemática, a principal **questão** norteadora que motivou este artigo é a seguinte: como desenvolver

Reflexões sobre metodologia aplicada na construção de pesquisas científicas na área de comunicação social

pesquisas em comunicação em nível de graduação, amparadas em procedimentos metodológicos que sustentem a sua cientificidade e aprendizagem teórica e prática, gerando produções científicas com qualidade epistemológica, teórica, metódica e técnica?

Para responder a esta questão, tem-se como **hipótese** que o modelo metodológico da pesquisa empírica em comunicação, formulado por Lopes (2010) e adaptado ao modelo de espiral da criação do conhecimento, elaborado Takeuchi & Nonaka (2008) para aplicação didática em cursos de graduação de Comunicação Social, possa melhorar o aprendizado da metodologia, bem como gerar produções e resultados com qualidade científica, conectados com as novas exigências da área e mais atrativos aos órgãos de fomento de pesquisa.

Este artigo tem como proposta fazer uma reflexão sobre a possibilidade de construir projetos de pesquisa e desenvolver pesquisas e produções científicas na área de Comunicação Social, em cursos de graduação, articulando as interfaces epistemológicas, metódicas, teórica e técnicas, por meio do emprego do modelo metodológico da pesquisa empírica em comunicação, desenvolvido por Lopes (2010), adaptando a sua aplicabilidade ao modelo de espiral da criação do conhecimento, elaborado Takeuchi & Nonaka (2008).

Como metodologia, utilizou-se a pesquisa participante uma vez que as autoras do artigo lecionaram disciplinas de ensino da metodologia para cursos de graduação em Comunicação Social. A partir das dificuldades enfrentadas em sala de aula, relacionadas ao aprendizado, apreensão e estímulo dos alunos, desenvolveu-se a problemática que incitou este trabalho. A busca por respostas se desdobrou em uma pesquisa bibliográfica como forma de explorar questões relativas ao desenvolvimento do campo da comunicação no Brasil, seus avanços e desafios, e quais seriam as possibilidades de apoiar o ensino de metodologia em curso de graduação em Comunicação Social. Por fim, foi elaborado um esquema de fusão entre o modelo metodológico da pesquisa empírica em comunicação, desenvolvido por Lopes (2010), e o modelo de espiral da criação do conhecimento, elaborado Takeuchi & Nonaka (2008), como forma de contribuir para um incremento à aprendizagem de procedimentos metodológicos que envolvem a pesquisa científica em comunicação para projetos de iniciação científica junto a órgãos de fomento e outras produções científicas de ordem cotidiana e rotineira da vida acadêmica do aluno e da universidade.

2. Fundamentação teórica

2.1 A pesquisa em comunicação no Brasil

Na universidade, segundo Melo (1998), os primeiros estudos e iniciativas em pesquisa em comunicação foram pro-

movidos pelo Instituto de Ciências da Informação (Icinform), na Universidade Católica de Pernambuco. Esta mesma instituição foi pioneira na introdução do ensino de Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.

Depois desta iniciativa, outras instituições, como a Universidade de Brasília, a Cásper Líbero e a Universidade de São Paulo, a Universidade Federal do Rio de Janeiro e a Pontifícia Universidade Católica, passaram a desenvolver pesquisa em comunicação.

Para Melo (1998), essas instituições foram fortemente impactadas e influenciadas pela ação do Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para América Latina (Ciespal), importante órgão que possibilitou o desenvolvimento da pesquisa em comunicação nos países latino-americanos, deixando de se constituir por atividades ocasionais e eventuais.

Desde então, ao contrário do que ocorreu em muitos países, a evolução da pesquisa em comunicação no Brasil não se deu de forma tradicional, a partir de imprensa escrita, mas sim por meio do rádio e da televisão. “O rádio se torna industrial na década de 1940, quando passa a viver de anúncios. A indústria da propaganda passa a ser a mola fundamental para entendermos o desenvolvimento da indústria cultural no Brasil” (MELO, 2010). Em função disso, as investigações se voltavam para a verificação da penetração dos veículos de comunicação junto à sociedade ou parte dela, “[...] permitindo determinar índices de circulação de jornais ou revistas, ou a audiência dos programas de rádio e televisão” (MELO, 1998: 19), conhecimento imprescindível para o mercado publicitário. Não por acaso, a pesquisa em comunicação teve significado específico aqui no Brasil, qual seja pesquisa quantitativa, de circulação ou audiência (MELO, 1998).

Melo (1998: 19) avançou nesta questão ao propor outra forma de entender a pesquisa em comunicação, ampliando seu escopo e conceito. Para o referido autor, pesquisa em comunicação é “[...] um estudo sistemático de todos os meios, formas e processos de informação ou de comunicação social”, que, na ótica metodológica, compreende, além da pesquisa quantitativa, também a pesquisa qualitativa.

Ao refletir o atual estágio do campo da comunicação, ou seja, um campo ainda em construção, as pesquisas desenvolvidas nas universidades, especialmente nos cursos de Comunicação Social, podem servir como centro de diálogo e intersecções sobre as problemáticas contemporâneas da comunicação. Porquanto, é necessário que a pesquisa em comunicação desenvolvida na universidade brasileira avance em sua função crítica e útil à sociedade, em que pese sua relevância social em investigações que resgatem estudos sobre a cultura e as tradições do País. So-

Reflexões sobre metodologia aplicada na construção de pesquisas científicas na área de comunicação social

bre esta questão, Melo (2010) foi enfático ao afirmar que “falta uma pesquisa genuinamente brasileira, que trate de temas da cultura e tradição do País, e não fique apenas quantificando quantas pessoas leem jornais e livros [...]”.

Neste cenário, o incentivo para o desenvolvimento de pesquisas nos cursos de graduação em Comunicação Social pode se somar ao debate crítico sobre os processos e fenômenos contemporâneos comunicacionais, amparados em teorias e metodologias que sustentem um estudo científico quantitativo e qualitativo, abrangente, mais crítico e relevante.

2.1.1 A pesquisa em comunicação: um campo em construção

A pesquisa em comunicação no Brasil é marcada por uma trajetória curta de um campo que se encontra ainda na sua “juventude” e, portanto, carecendo de uma tradição e de um amadurecimento tanto científico quanto epistemológico (MALDONADO, 2006).

Como todo campo em construção, ele é permeado por tensões e embates; trata-se de um “espaço em transformação constante, mas historicamente constituído” (PRADO, 2003: 136). Isso porque a própria ciência se estrutura no embate entre a mudança e a tradição; portanto, está em permanente construção, modificando-se, reestruturando-se, transformando-se na medida em que avançam novas reflexões em confrontação com sua história e tradição.

Prado (2003: 133) sinalizou que qualquer discussão sobre o campo da comunicação no Brasil deve considerar esse “[...] campo emergente como espaço em que inúmeras correntes, com definições discordantes do que seja a própria “comunicação”, bem como do que seja e deva ser o campo, estão em disputa” (grifo do autor).

Certamente que um dos principais debates contemporâneos sobre pesquisa em comunicação focaliza-se sobre o lugar ocupado pela Comunicação nas Ciências Sociais Aplicadas.

Convém ponderar que estes debates dividem posturas sobre a constituição da comunicação como campo de conhecimento, que basicamente estão polarizadas em duas vertentes: uma que caminha no sentido de considerar a comunicação como ciência e outra “[...] como um campo de interseção de vários saberes” (GOBBI, 2010: 19).

Esta polarização reforça uma condição intrínseca ao campo da comunicação e seus estudos, especialmente no que se refere à sua relação com as Ciências Sociais e, em função disso, sua autonomia, sua legitimidade, suas fronteiras, seu caráter interdisciplinar etc.

Esta condição sinaliza, na atualidade, uma revisitação das diversas tradições teórico-metodológicas, resultando na “multiplicação de propostas de reformulação teórica dos estudos da comunicação”, que reflete “[...] uma insatisfação generalizada com o estado atual do campo e a urgência de repensar seus fundamentos e de reorientar o exercício de suas práticas” (LOPES, 2003: 283).

Lopes (2003) apontou que as atuais análises que estão convergindo para uma reorganização do campo comunicacional vêm revelar a complexidade e a multidimensionalidade dos fenômenos comunicativos diante do mundo globalizado, multicultural e tecnológico.

Para a autora em destaque, não se trata de análises que simplesmente juntam saberes fragmentados, como uma colcha costurada de retalhos, mas sim de uma intersecção de saberes especializados sobre a comunicação. Ou seja, uma pesquisa em comunicação constituída de múltiplos saberes comunicacionais que sistemicamente convergem para formar um campo científico.

Nesta mesma linha, Barbosa (2000: 2) defendeu a transdisciplinaridade da comunicação, uma vez que representa “[...] um saber que se vale de outros objetos, outros métodos, novas abordagens e, sobretudo, novos olhares, para construção de um campo em permanente processo de mutabilidade”.

Em vista disso, fica evidente que a pesquisa em comunicação no Brasil vem avançando no sentido de romper com a compartimentalização de saberes, ao enfrentar sistematicamente a complexidade dos processos e dos fenômenos comunicativos no século XXI. Por outro lado, buscase um lugar em que se pensem as variadas contribuições de diferentes campos do conhecimento.

Barbosa (2000) afirmou que não se trata de situar o campo da comunicação numa espécie de interdisciplinaridade, mas de verificar que a compreensão da realidade social se estrutura de conhecimentos transdisciplinariamente construídos.

Apesar de evidentes avanços sobre a pesquisa em comunicação no Brasil, a “[...] dificuldade de delimitar com precisão o domínio de estudos da comunicação parece ser o centro sobre o qual gira a problemática da epistemologia dessa área” (MARTINO, 2001).

Não obstante, não há sinal, pelo menos aparente, de que esta discussão esteja em esgotamento, nem poderia. Para Martino (2003: 100), antes de tomar esta questão como acabada e até de abandonar definitivamente a discussão sobre uma epistemologia da comunicação, “[...] é preciso entrar nela, trabalhar e levantar seus principais pontos de discussão, seus obstáculos e também seus avanços”.

Reflexões sobre metodologia aplicada na construção de pesquisas científicas na área de comunicação social

A epistemologia da comunicação leva os pesquisadores e estudiosos a indagarem sobre a realidade dos fenômenos comunicacionais, assegurando-lhes conhecê-la com profundidade teórica, com pressupostos científicos nítidos e critérios de investigação definidos, a partir de uma “[...] reflexão crítica, a objetividade, a produção da verdade pela argumentação e comprovação” (MARTINO, 2003: 70).

Entende-se a epistemologia como uma crítica do conhecimento, ou melhor, como “[...] uma forma de indagar a realidade” (DUARTE, 2003: 41). Dessa maneira, ela leva à compreensão clara de que fazer pesquisa separadamente de uma reflexão epistemológica é minimamente correr um risco em relação à sua cientificidade e qualidade. Isso porque “a epistemologia de uma ciência apresenta os passos seguros que levam a caracterizar não só um objeto científico, mas sobretudo os elementos que permitem conhecê-lo” (FERRARA, 2003: 55).

A epistemológica da comunicação deve exercer uma função de vigilância crítica na pesquisa em comunicação, na medida em que, ao longo de todo o seu desenvolvimento, ela se “[...] traduz em movimentos ou operações destinadas à explicitação dos obstáculos epistemológicos da pesquisa e sua autocorreção e à construção do objeto científico” (LOPES, 2010: 121).

Portanto, permeada por etapas, operações, passos, processos e procedimentos, a pesquisa em comunicação deve respeitar certas condições epistemológicas inerentes ao trabalho científico de qualidade, uma vez que elas incidirão sobre as tomadas de posições metodológicas que darão consistência científica à pesquisa, ou melhor, usando as palavras de Martino (2003: 71), que fundamentarão um saber comunicacional.

Por sua vez, as tomadas de posição necessárias ao processo de investigação científica, implicaram opções metodológicas que, ao serem feitas em cada etapa e fase da pesquisa, deverão refletir uma estratégia de conjunto, cujos desdobramentos incidirão sobre questões de ordem interna, quais sejam, “[...] epistemológicas, metódicas, teóricas, técnicas, e de ordem externa, que são de conjuntura (contexto institucional e social da pesquisa)” (LOPES, 2010: 101). Ademais, essas opções, na visão da autora citada, “dizem respeito propriamente à prática metodológica na pesquisa” (LOPES, 2010: 101).

Finalmente, considera-se o campo da comunicação ainda em construção; portanto, o mesmo se constitui no embate de discursos e ideias; posicionamentos e concepções sobre comunicação. E é no desenvolvimento da pesquisa em comunicação e nas articulações, contradições, aproximações e ponderações entre as teorias e as práticas, das perspectivas epistemológicas e métodos aplicados, que concei-

tos podem ser formados e, principalmente, debatidos, discutidos à luz de um arcabouço epistemológico concreto, capaz de “[...] alcançar o uso mais consciente de métodos e técnicas e que possibilita fundamentar e legitimar as opções concretas dentro da pesquisa” (LOPES, 2010: 101).

2.2 Metodologia da pesquisa em comunicação: modelo metodológico da pesquisa empírica em comunicação, de Lopes (2010), e modelo espiral do conhecimento, de Takeuchi & Nonaka (2008)

Recorreu-se a Lopes (2010: 89) para compreender a metodologia em uma ciência “[...] como teorização do processo de produção do conhecimento e como ‘investigação da investigação’” (grifo da autora) constituindo um “[...] espaço por excelência da reflexão de um campo de conhecimento sobre si mesmo, enquanto prática teórica”.

Parte-se do entendimento de que a prática da metodologia na pesquisa deva ter um caráter reflexivo, uma vez que permitirá maior conscientização e apropriação dos métodos e técnicas que irão legitimar as opções metodológicas (LOPES, 2010). Além disso, a metodologia poderá fortalecer pesquisas em comunicação com profundidade epistemológica “[...] histórica/genética/construtiva/política que problematiza os paradigmas e modelos teóricos, explicitando-os na sua configuração interna [...] e vinculando-os às suas fontes de conhecimento precedentes e contemporâneas” (MALDONADO, 2003: 206).

Por meio do ensino e da prática metodológica, é possível construir percursos essenciais para a realização de uma pesquisa, considerando-se desde questões epistemológicas da comunicação, a estruturação teórica e sua relação com os métodos e técnicas de pesquisas empregadas que sustentarão toda investigação científica, bem como o resultado final de uma produção científica que contribua significativamente para a construção do saber comunicacional.

Entretanto, o ambiente de ensino da Metodologia Científica é notadamente permeado de muitos desafios e problemáticas. Convém evidenciar Lopes (2010), quando afirmou ter a metodologia nos cursos de graduação um lugar inexpressivo¹, por mais que essa seja uma disciplina que “trata das formas de se fazer ciência” (DEMO, 1987: 19), portanto essencial para a formação do alunado.

¹ A afirmação da autora está fundamentada em uma pesquisa da Federação Latino-Americana de Faculdades de Comunicação Social – Felafacs sobre a formação dada aos profissionais de comunicação em que a disciplina de Metodologia nos currículos da América Latina aparecia em penúltimo lugar na distribuição da carga horária (LOPES, 2010: 74).

Reflexões sobre metodologia aplicada na construção de pesquisas científicas na área de comunicação social

investigação científica é a apreensão empírica do sujeito sobre o objeto. Enquanto que o conhecimento explícito ou “codificado” refere-se ao conhecimento que é transmissível na linguagem formal, sistemática (TAKEUCHI & NONAKA, 2008). Nesta esfera, o conhecimento explícito no processo de investigação científica refere-se à transformação da percepção empírica em construção do objeto científico, sua confrontação, interpretação, conclusão e publicização.

Para se criar o conhecimento inovador, é necessário, na visão de Takeuchi & Nonaka (2008), converter o conhecimento tácito em conhecimento explícito num movimento de espiral em que esses conhecimentos são integrados, somados e complementares, formando uma espiral de conhecimento. Segundo os autores em referência, “[...] a criação do conhecimento está ancorada no pressuposto crítico de que o conhecimento humano é criado e expandido através da interação social entre conhecimento tácito e conhecimento explícito” (TAKEUCHI & NONAKA, 2008: 59).

Essa conversão é possível em uma constante e dinâmica interação entre esses conhecimentos, formada pelas transferências entre diferentes modos de conversão do conhecimento, quais sejam: socialização, externalização, combinação e internalização, conforme representado na Figura 2.

O primeiro modo de conversão do conhecimento é a **socialização**. Este modo inicia-se com a construção de um campo de interação (TAKEUCHI & Nonaka, 2008), em que a troca de ideias e de percepções sobre o objeto de pesquisa em comunicação é facilitada pela socialização. Esse momento pode ocorrer de forma intencional, por meio de reuniões em grupo e seminários avançados, trocas de informações e experiências entre os alunos participantes. Partindo do conhecimento tácito enriquecido pelas experiências e vivências no campo da comunicação, o aluno, por meio de reuniões, as compartilharia com outros alunos, desenvolveria novos estágios de cognição sobre o objeto de pesquisa e articularia novas proposições sobre ele.

O segundo modo de conversão do conhecimento é **externalização**, considerado o modo de conversão mais importante, pois, nesse momento, o conhecimento novo é criado. Essa conversão é desencadeada pelo diálogo ou reflexão coletiva. Aquele conhecimento tácito agora passou a ser articulado com conceitos explícitos, traduzido e externalizado em conhecimento novo.

Essa conversão poderá ser facilitada pelo estudo e apreensão, pelos alunos, dos modelos de Lopes (2010) e do próprio modelo de espiral do conhecimento, de Takeuchi

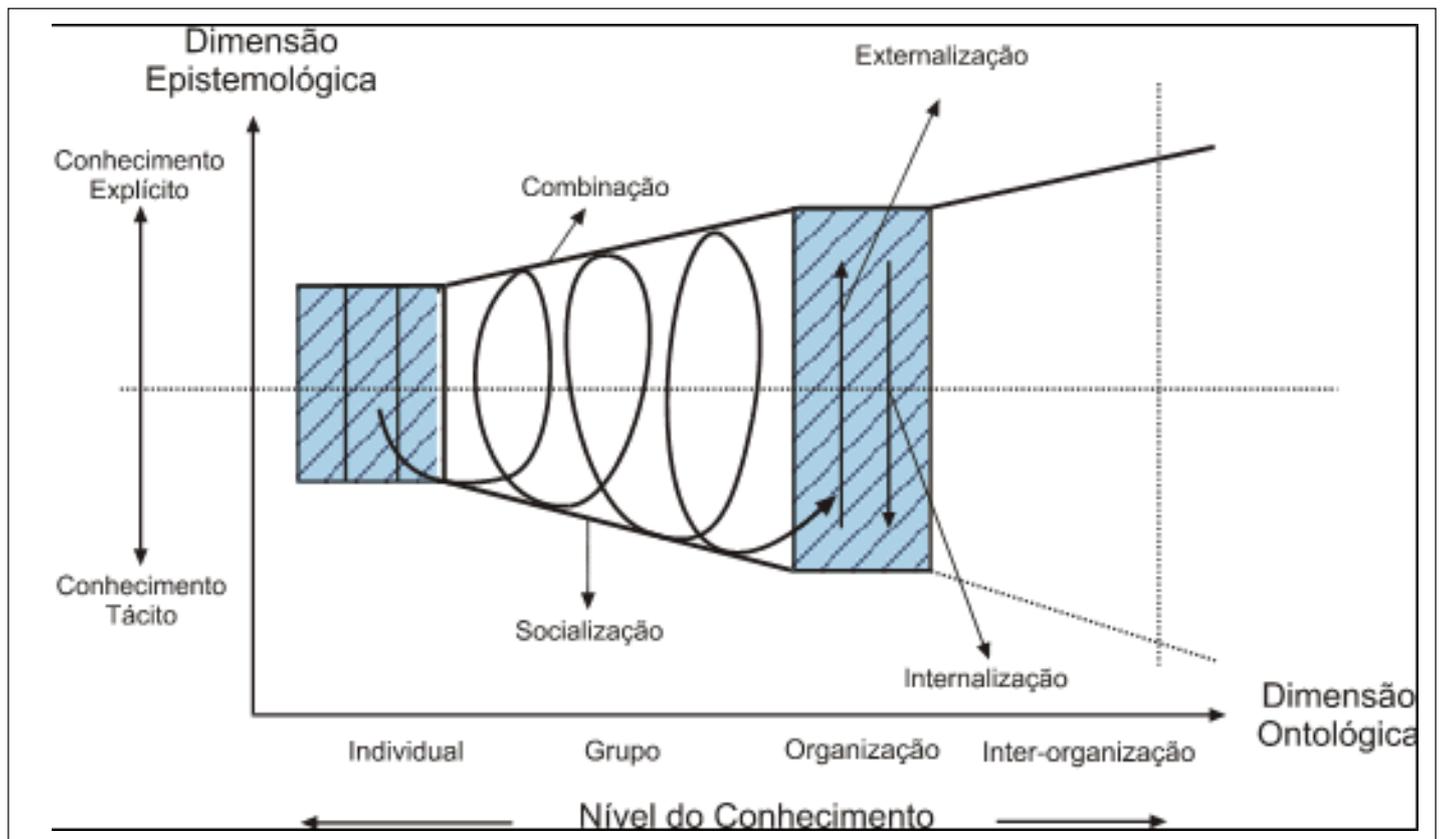


Figura 2: Espiral do conhecimento de Takeuchi & Nonaka
Fonte: Terra (2000: 69).

Reflexões sobre metodologia aplicada na construção de pesquisas científicas na área de comunicação social

& Nonaka (2008), e da articulação dos mesmos com leituras direcionadas ao aprofundamento do seu objeto de pesquisa. A partir desse momento em que o conhecimento do indivíduo ou tácito se articula com o conhecimento explícito – leituras e outras fontes –, o aluno poderá externar o seu resultado por meio de seminários, em trocas sinérgicas com outros alunos e professores, com o objetivo do debate para trazer à tona as ambiguidades e dúvidas que suas reflexões poderiam gerar. As observações e os “olhares” externos podem clarear ainda mais o objeto de pesquisa e o percurso epistemológico do pesquisador.

O terceiro modo de conversão do conhecimento é a **combinação**, no qual são sistematizados os conceitos em um sistema de conhecimento. “Este modo de conversão do conhecimento envolve a combinação de diferentes corpos de conhecimento explícito. Os indivíduos trocam e combinam o conhecimento através de meios como documentos, reuniões [...]” (TAKEUCHI & NONAKA, 2008: 65). Este é o momento em que se materializa o conhecimento por intermédio de projetos de pesquisa e outras produções científicas.

Finalmente, a quarta e última forma de conversão do conhecimento, a **internalização**. Esta conversão está intimamente ligada ao “aprender fazendo”, em que as outras

formas de conversão já vistas passam a incorporar o patrimônio cognitivo do aluno. É quando ocorre a incorporação do conhecimento explícito em conhecimento tácito acumulado. Entretanto, para que a pesquisa científica tenha relevância social, é necessário que o conhecimento tácito acumulado seja coletivizado na sociedade e entre a comunidade acadêmica. Desse modo, inicia-se uma nova espiral de criação do conhecimento.

Na interação dinâmica e sistêmica dos quatro modos de conversão do conhecimento, aquele conhecimento tácito criado e acumulado no nível individual, por meio de leituras, das disciplinas do curso, dos debates e discussões em sala de aula, da participação em eventos científicos, da experiência profissional, enfim, internalizado através das vivências deste indivíduo, pode ser ampliado para um nível de conhecimento explícito no momento em que elas se organizam para a construção do objeto científico que gerará projetos e produções científicas.

Essas quatro formas de conhecimentos que se desenvolvem em espiral, ao serem adaptadas ao modelo de Lopes (2010), criam uma dinâmica sistêmica entre ambos os modelos, conforme representados na Figura 3.

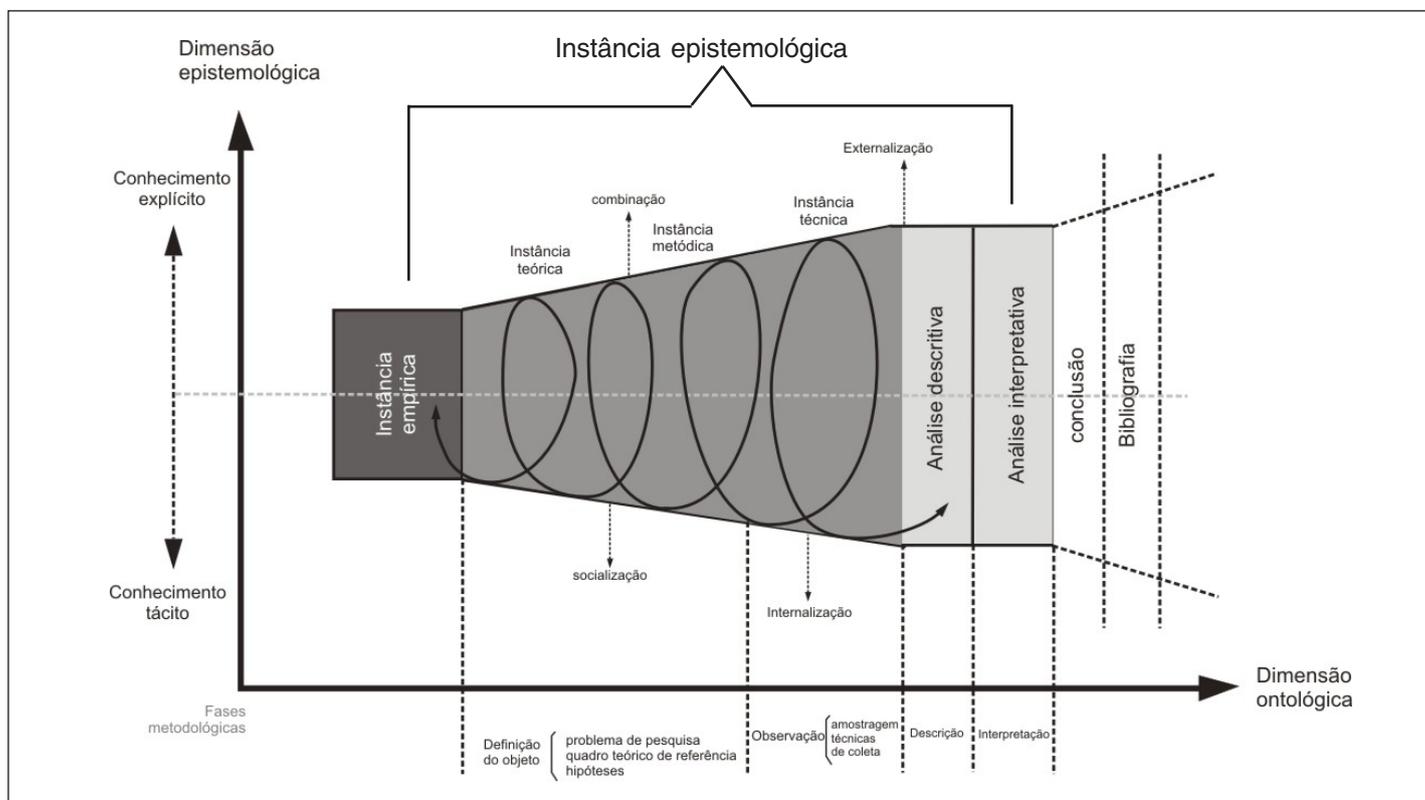


Figura 3: Esquema de adequação dos modelos de Lopes (2010) e Takeuchi & Nonaka (2008)

Fonte: adaptado de Lopes (2010) e Takeuchi & Nonaka (2008).

Reflexões sobre metodologia aplicada na construção de pesquisas científicas na área de comunicação social

A ideia é a articulação de ambos os modelos como proposta para seu aproveitamento com os alunos de graduação, cujo benefício seja o incremento à aprendizagem de procedimentos metodológicos que envolvem a pesquisa científica em comunicação para projetos de iniciação científica junto a órgãos de fomento e outras produções científicas de ordem cotidiana e rotineira da vida acadêmica do aluno e da universidade.

3. Considerações finais

O trabalho de construção de pesquisa em comunicação é um campo de tensão em que se articulam elementos do conhecimento formal, com a experiência e vivência empírica do pesquisador, com o objeto de pesquisa e com a realidade social.

Na exposição contínua e sistemática do pesquisador a estes elementos, ele produz uma narrativa própria, “[...] um discurso particular que deve se pautar nas regras do método científico em geral” (LOPES, 2010: 158). O resultado desse discurso é sempre uma proposta nova de se pensar o objeto de pesquisa. Um conhecimento novo, produzido e articulado pelas confrontações, articulações, aproximações e por distanciamentos de teorias, epistemologias, dos métodos e técnicas que permeiam todo o seu desenvolvimento. Obviamente que essa trajetória não é simples; ao contrário disso, é repleta de dúvidas, anseios e incertezas que o pesquisador, ao se lançar para uma experiência científica, terá que percorrer.

É justamente neste percurso que tal proposta de refletir sobre dois modelos de organização do pensamento do conhecimento está buscando se enquadrar e, de certa forma, contribuir.

A motivação para a elaboração de um esboço em que dois modelos se fundem em um esquema metodológico de prática de pesquisa (Figura 3) foi reconhecer as dificuldades existentes do desenvolvimento de pesquisa em comunicação em nível de graduação dos cursos de Comunicação Social. Além disso, as considerações feitas por Lopes (2009 e 2010) estimularam estas reflexões acerca da importância da Metodologia na Pesquisa em Comunicação.

Enfatizou a autora:

A despeito de tudo quanto já foi escrito sobre a importância do ensino da Metodologia da Pesquisa na formação do comunicador, ela continua sendo considerada supérflua ou importante apenas na formação de quem vai ser “pesquisador”, ou seja, matéria de especialista. Sempre fomos contra essa visão elitizante de metodologia, apesar de defendê-la enquanto domínio específico e autônomo de saber especializado, pois, apesar da existência de

metodólogos ou estudiosos da matéria, todo profissional, ao exercer a prática da pesquisa, que, em essência, é uma prática metodológica, deve fazê-lo com o domínio e rigor que se exige (LOPES, 2009: 83).

Dessa mesma forma, alunos de graduação em Comunicação Social precisam ser estimulados desde o início de sua trajetória acadêmica para esse domínio e rigor que a prática de pesquisa – seja acadêmica, seja profissional – requer.

Não obstante, barreiras existentes entre o ensino e prática da metodologia nas atividades acadêmicas acabam impedindo esse avanço, especialmente porque persiste – em muitos casos – no meio acadêmico uma visão reducionista de pesquisa, ou seja, a de um ensino focalizado a um receituário de normas de “como fazer” (LOPES, 2009).

Obviamente ao concentrar o ensino de metodologia na graduação em normas e técnicas, a didática tende a tornar-se dura, inflexível e pouco entusiasmo os alunos para a pesquisa. Claro que não se desconsidera a importância desses estudos, entretanto, o ensino da metodologia deve ir muito além desse aspecto operacional e tecnicista.

Para Lopes (2009: 83), “[...] o ensino de Metodologia funda-se sempre sobre uma teoria da pesquisa, uma concepção da estrutura e do processo de construção do conhecimento”. Trata-se, portanto, de uma visão que avança sobre a pesquisa, “[...] rigorosa no sentido do domínio de saberes metodológicos e, ao mesmo tempo, aberta à sensibilidade do pesquisador, à consciência de sua prática intelectual, à responsabilidade social de sua atividade” (LOPES, 2009: 84).

Ao configurar a adequação do modelo metodológico proposto por Lopes (2010) e de espiral do conhecimento de Takeuchi & Nonaka (2008), pretendeu-se, a princípio, uma reflexão sobre a pedagogia da pesquisa, ou seja, uma reflexão sobre o ensino de metodologia para alunos de graduação em Comunicação Social, que remete invariavelmente ao processo do “como fazer pesquisa”.

Neste aspecto, essa reflexão resultou na adequação entre os dois modelos, como forma de apoiar o ensino de metodologia, sua aplicabilidade e possibilidades de uma melhor compreensão sobre a complexidade que o envolve.

Não se trata de um novo modelo, nem há pretensão disso, o esquema ainda carece de muitas investigações e estudos, mas a reflexão que apoiou sua construção pode revelar que o fazer científico na pesquisa precisa avançar no sentido de análises críticas da investigação, do exercício da criatividade, da rigorosidade e de responsabilidade que a pesquisa em comunicação e seus pesquisadores devem assumir inteiramente.

Reflexões sobre metodologia aplicada na construção de pesquisas científicas na área de comunicação social

Referências

- BARBOSA, Marialva. Comunicação: a consolidação de uma interdisciplina como paradigma de construção do campo comunicacional. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/associa/alaic/chile2000/17%20GT%202000Teorias%20e%20Metodologias/MarialvaBarbosa.doc>>. Acesso em: 12 de agosto de 2011.
- DEMO, Pedro. *Introdução à metodologia da ciência*. São Paulo: Atlas, 1987.
- DUARTE, Eduardo. Por uma epistemologia da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.
- DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- FERRARA, Lucrécia. A epistemologia da comunicação: além do sujeito e aquém do objeto. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.
- FÓRUM DE REFLEXÃO UNIVERSITÁRIA. Os desafios da pesquisa no Brasil. *Caderno Temático/Jornal Unicamp*, ano 1, n. 12, Campinas, fevereiro, 2002. Disponível em: <http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/jornalPDF/ju170tema_p01.pdf>. Acesso em: 14 de setembro de 2011.
- GOBBI, Maria Cristina. Panorama da produção de conhecimento em Comunicação no Brasil. In: CASTRO, Daniel; MELO, José M. de & CASTRO, Cosette. *Panorama da comunicação e telecomunicações no Brasil*. 3 volumes. Brasília: Ipea, 2010.
- LOPES, Maria Immacolata V. Sobre o estatuto disciplinar do campo da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.
- _____. Pesquisa e gestor: proposta de um modelo metodológico para pesquisa de intervenção. In: BACCEGA, Maria Aparecida & COSTA, Maria Cristina C. *Gestão da Comunicação: epistemologia e pesquisa teórica*. São Paulo: Paulinas, 2009.
- _____. *Pesquisa em Comunicação*. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2010.
- MACHADO, Elias; FOLETTO, Leonardo & VIRISSIMO, Vivian. O ensino de Metodologia de Pesquisa na graduação. Uma experiência no Curso de Jornalismo da UFSC. In: Fórum Nacional de Professores de Jornalismo – FNPJ. Grupo de Trabalho: Pesquisa na Graduação. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=526&cf=18>>. Acesso em: 08 de setembro de 2011.
- MALDONADO, Alberto E. Exploração sobre a problemática epistemológica no campo das ciências em Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.
- MALDONADO, Alberto E.; ALENCASTRO, Bruno S.; SILVA, Carmem Rejane A. P. D. R. P. da; BECKER, Fernanda D.; BIANCHI, Graziela; BONIN, Jiani Adriana; LACERDA, Juciano de S.; AGUIAR, Lisiane M.; MELÃO, Maria Lúcia P.; ROSÁRIO, Nísia M. do; FOLETTO, Rafael & BARRETO, Virgínia S. *Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos*. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- MARTINO, Luiz C. Cepticismo e inteligibilidade do pensamento comunicacional. *Ciberlegenda*, n. 5, Niterói, 2001. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/martino1.htm>>. Acesso em: 12 de setembro de 2011.
- _____. As epistemologias contemporâneas e o lugar da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.
- MELO, José M. de. *Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- _____. Falta uma pesquisa em comunicação genuinamente brasileira: depoimento. *Desenvolvimento/Ipea*, n. 6, São Paulo, outubro/novembro, 2010. Entrevista concedida a Bruno de Vizia. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/Entrevista/presi/rd63ent01.pdf>>. Acesso em: 20 de setembro de 2011.
- PRADO, José Luiz A. O campo da comunicação e a comunicação entre os campos na era da globalização. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.
- TAKEUCHI, Ikujiro & NONAKA, Hirotaka. Teoria da criação do conhecimento organizacional. In: TAKEUCHI, Ikujiro & NONAKA, Hirotaka. *Gestão do conhecimento*. São Paulo: Artmed, 2008.
- TERRA, José Cláudio C. *Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial: uma abordagem baseada no aprendizado e na criatividade*. São Paulo: Negócio, 2000.