

CONSIDERAÇÕES E APONTAMENTOS ACERCA DA METODOLOGIA DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO: O TRILHAR CARTOGRÁFICO

EDUARDA SCHNEIDER LEMES¹; RICARDO ZIMMERMANN FIEGENBAUM²

¹Universidade Federal de Pelotas – eduarda.lemes@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – ricardoziifi@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende trazer à tona a discussão acerca da cartografia como metodologia de pesquisa a ser empregada nos estudos em comunicação.

A pesquisa científica, de modo geral, se fundou a partir de uma perspectiva racionalista associada ao progresso, trazendo o método como um modelo organizador do modo de agir do cientista na sua pesquisa (ROSÁRIO, 2008, p. 198).

Essa perspectiva também alcançou muitos trabalhos na área da comunicação, em estudos referentes à produção e recepção/consumo de produtos midiáticos, os quais, em muitos casos, adotam um ponto de vista instrumentalista, isolando o objeto estudado. Esse isolamento, acaba por desconsiderar os processos e as singularidades que envolvem o cenário da pesquisa na área.

Muitas das metodologias aplicadas às pesquisas em comunicação se assemelham a receitas que moldam os objetos a partir de certa visão, atribuída pelo método. Deste modo, considerando o panorama metodológico da pesquisa científica em comunicação, este estudo tem como objetivo problematizar a concepção instrumentalista dos métodos de análise do campo, entendendo que a comunicação é uma prática que compreende aspectos culturais, econômicos, políticos e sociais que pedem uma abordagem metodológica que ultrapasse aquelas com os métodos rígidos, isolados e sem relação com o todo, que caracteriza a pesquisa científica tradicional.

Neste sentido, motivado pelas pesquisas de autores como MARTÍN-BARBERO (2004), ROSÁRIO (2008) e FISCHER (2008), este texto propõe a utilização da cartografia social como processo metodológico para os estudos em comunicação.

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa trata-se de um recorte do projeto de Trabalho de Conclusão de Curso, pre-intitulado *O processo de leitura crítica da mídia nas oficinas do programa Mais Educação: uma perspectiva cartográfica do sistema de resposta social*. Para tanto, foi realizada pesquisa bibliográfica em autores da comunicação que transitam por outras áreas do conhecimento, como filosofia, psicologia e antropologia (MARTÍN-BARBERO, CANCLINI, ROSÁRIO, FISCHER). A hipótese da eficiência da utilização de procedimentos cartográficos para metodologias em comunicação está sendo empiricamente verificada na análise das oficinas do Mais Educação para apresentação no TCC.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Considerando a complexidade do campo da comunicação evidenciada em seus processos de raízes culturais, históricas, sociais, econômicas e políticas, pressupõe-se que a pesquisa científica na área, que pretende representar o campo em palavras e interpretações, carece do entendimento desta mesma complexidade.

A pesquisa científica exige o isolamento, tanto do objeto pesquisado como do pesquisador em relação à pesquisa, a fim de representar objetos (BARROS e KASTRUP, 2009, p. 53). Os usos exigidos do racional, de acordo com ROSÁRIO (2008), resultaram num exagero que fez da racionalidade a única via para a ciência. De acordo com a autora “isso gerou a falácia de que o cientista não se deixaria afetar por nenhum outro ponto de vista ou por qualquer sentimento” (ROSÁRIO, 2008, p. 197). Porém, esse distanciamento entre pesquisador e objeto não exclui os processos aos quais eles estão implicados.

Esses processos são compostos pelo conjunto de subjetividade¹ que atravessam as vivências em sociedade, em que a comunicação tem papel fundamental nessa produção subjetiva. Segundo GUATTARI e ROLNIK (1986, p. 42), a ordem capitalística² de produção de subjetividade fabrica os modos de relação do ser humano com o mundo e consigo mesmo. Portanto, se faz importante o estudo dessas engrenagens produzidas que permeiam as relações entre sujeitos e diferentes formas de comunicação.

Para tanto, MARTÍN-BARBERO (2004), em *Ofício de Cartógrafo*, publica uma pesquisa a fim de ir “contra a crescente tendência ao autismo tecnicista e à hegemonia gerencial que tomaram conta dos estudos em comunicação na América Latina”, produzida a partir da óptica da cartografia social.

A Cartografia Social é um procedimento metodológico pensado por DELEUZE e GUATTARI, que traz os estudos dos mapas para as Ciências Sociais e Humanas a fim de acompanhar processos. A cartografia não visa isolar o objeto de suas articulações históricas e de suas conexões com o mundo, nem se pretende como método fechado e estanque. Trata-se de um trilhar metodológico que visa construir um mapa nunca acabado do objeto (ROSÁRIO, 2008, p. 207).

O caminho da pesquisa cartográfica é constituído de passos que se sucedem sem se separar. Como o próprio ato de caminhar, onde um passo segue o outro num movimento contínuo, cada momento da pesquisa traz consigo o anterior e se prolonga nos momentos seguintes (BARROS e KASTRUP, 2009, p. 59).

¹ A subjetividade, segundo GUATTARI e ROLNIK (1986), tem natureza industrial, maquínica. Os autores não falam em ideologia, mas sim em produção de subjetividade. Entendem que é essencialmente fabricada, modelada e consumida no tecido social. Para os autores a produção de subjetividade é a “matéria-prima da evolução das forças produtivas (...) do próprio movimento que anima a crise mundial atual”. Numa metáfora, dizem que “assim como se fabrica leite em forma de leite condensado, com todas as moléculas que lhes são acrescentadas, injeta-se representações nas mães, nas crianças – como parte do processo de produção subjetiva” (GUATTARI e ROLNIK, 1986, p. 25).

² “Guattari acrescenta o sufixo ‘ístico’ à ‘capitalista’ por lhe parecer necessário criar um termo que possa designar não apenas as sociedades qualificadas como capitalistas, mas também setores do ‘3º mundo’ ou do capitalismo ‘periférico’ assim como as economias ditas socialistas dos países do leste, que vivem numa espécie de dependência e contra-dependência do capitalismo. Tais sociedades, segundo Guattari em nada se diferenciam do ponto de vista do modo de produção da subjetividade. Elas funcionaríamos segundo uma mesma cartografia do desejo no campo social, uma mesma economia libidinal-política” (GUATTARI e ROLNIK, 1986, p. 15).

A pesquisa cartográfica se propõe a construir um³ mapa de paisagens “aberto, conectável em todas as suas dimensões, desmontável, reversível, suscetível de receber modificações constantemente” (AGUIAR, 2010, p. 9), assumindo que o pesquisador e o objeto são conectados, indissociáveis e que, portanto, se transformam com o decorrer do processo de pesquisa.

O procedimento metodológico cartográfico, portanto, se apresenta como alternativa para a pesquisa em comunicação, pois considera o movimento e o contexto em que se encontra o objeto, podendo, desta forma, entender a complexidade que é o campo comunicacional, levando em consideração que

La comunicación, como quiera que la definamos, implica sistemas e y prácticas socioculturales, cognoscitivas, económicas u políticas, y dimensiones psicológicas, biológicas y físicas de las que necesariamente participamos. La construcción de objetos de conocimiento sobre ella no puede ignorar que como sujetos estamos implicados en esos objetos (NAVARRO apud AGUIAR, 2010, p. 5).

Nas pesquisas em comunicação, portanto, é necessário que o objeto de estudo não seja visto separadamente do contexto em que se encontra, pois é esse contexto que o molda e define.

Alguns conceitos da cartografia social como procedimento metodológico serão utilizados na pesquisa que está sendo realizada para o Trabalho de Conclusão do curso de Jornalismo. Pretende-se usar a cartografia como complemento das entrevistas, realizadas com os coordenadores do programa Mais Educação nas escolas e com monitores das oficinas, e também dos grupos focais, que serão feitos com os estudantes que participam das atividades. A análise cartográfica irá permear todo o processo de pesquisa, desde a definição dos conceitos utilizados, objetos estudados e atenção às relações de poder e sentido que atravessam o andamento das oficinas do programa nas escolas.

4. CONCLUSÕES

Com os levantamentos bibliográficos acerca da metodologia científica de pesquisa em comunicação realizados até o momento, nota-se certa limitação do olhar do pesquisador, ocasionada pela rigidez da ciência moderna. Métodos pautados na racionalidade, no distanciamento e na falta de interpretação sensível sobre os processos cerceiam a atuação do cientista, sua criatividade e seus movimentos, resultando numa “matança de mentes” (ROSÁRIO, 2008, p. 198).

A partir dessas observações, entende-se a relevância da adoção, pelo campo da comunicação, de métodos mais abertos e dinâmicos, que valorizem as multiplicidades e as singularidades do objeto de pesquisa.

Pretende-se dar continuidade a essa pesquisa, examinando a eficácia da hipótese com a realização de pesquisa empírica na observação de processos de leitura crítica da comunicação.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, L.M. As potencialidades do pensamento geográfico: a cartografia de Deleuze e Guattari como método de pesquisa processual. In: **XXXIII**

³ Usa-se o termo “um” por considerar que toda pesquisa científica é diferente e múltipla. Portanto, será construído um olhar sobre o objeto pesquisado, o que não exclui a existência de outros olhares acerca do mesmo objeto a partir da mesma metodologia.

CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Caxias do Sul, 2010.

BARROS, L.P.; KASTRUP, V. Cartografar é acompanhar processos. In: PASSOS, E.; KASTRUP, V.; ESCÓSSIA, L. **Pistas do método da cartografia**. Porto Alegre: Editora Meridional Ltda, 2009. Pista 3, p. 52–75.

FISCHER, M.E. O Cartógrafo e sua bagagem. In: MALDONATO, A.E.; BONIN, J.A.; ROSÁRIO, N.M. **Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios da prática investigativa**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008. Parte III, p. 221–238.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica: Cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 1986.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de Cartógrafo**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

ROSÁRIO, N.M. Mitos e Cartografias: novos olhares metodológicos na comunicação. In: MALDONATO, A.E.; BONIN, J.A.; ROSÁRIO, N.M. **Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios da prática investigativa**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008. Parte III, p. 195–220.