

O Problema de Pesquisa – como começar

**(José Luiz Braga)**

[http://72.14.203.104/search?q=cache:yt99ssc-](http://72.14.203.104/search?q=cache:yt99ssc-7UAJ:www.comunica.unisinos.br/pos/_apoio/item1/7.pdf+problema+de+pesquisa&hl=pt-BR&gl=br&ct=clnk&cd=12&lr=lang_pt)

[7UAJ:www.comunica.unisinos.br/pos/\\_apoio/item1/7.pdf+problema+de+pesquisa&hl=pt-BR&gl=br&ct=clnk&cd=12&lr=lang\\_pt](http://72.14.203.104/search?q=cache:yt99ssc-7UAJ:www.comunica.unisinos.br/pos/_apoio/item1/7.pdf+problema+de+pesquisa&hl=pt-BR&gl=br&ct=clnk&cd=12&lr=lang_pt) acesso em 15/04/2006

Fazer uma pesquisa solicita uma diversidade de reflexões e gestos, mais ou menos complexos. É por isso que não vamos diretamente “a campo” para investigar – fazemos antes um cuidadoso planejamento da pesquisa. Esse planejamento se expressa no que se costuma chamar de um “projeto de pesquisa”.

Como o projeto vai se desenvolvendo ao longo do próprio trabalho de investigação (não paramos nunca de planejar), podemos chamar as fases iniciais de “pré-projeto” – ou, mais inicialmente ainda, de uma “proposta de pesquisa”. Esse jargão não precisa ser rigoroso, são apenas hábitos localizados, mas vamos ficar com a idéia de que uma “proposta” é uma espécie de primeiro passo no planejamento da pesquisa. articularmente o planejamento inicial – a proposta. \* \* \*

Quero assinalar a particular centralidade, nesse planejamento, do problema de pesquisa. O historiador Lucien Febvre afirma: “sem pergunta não há pesquisa”. O que é bem razoável: só pesquisamos porque temos dúvidas a respeito de alguma questão da realidade. É lógico portanto que as dúvidas que temos (e que serão expressas no problema da pesquisa a realizar) devem comandar todo o trabalho de investigação – da busca das teorias e conceitos relevantes à observação da realidade (coleta de dados), ao tratamento desses dados e às conclusões ou inferências – que correspondem ao conhecimento desenvolvido a partir do problema que nos moveu a investigar.

### ***Problema x Hipótese de Pesquisa***

Geralmente os manuais de metodologia de pesquisa enfatizam como ponto de partida para investigação a “hipótese de pesquisa”. Não é errado afirmar isto, mas infelizmente é uma meia-verdade, por isso mesmo levando a equívocos.

É razoável dizer que uma pesquisa se caracteriza como “um trabalho de investigação para confirmar ou infirmar uma hipótese”. Essa descrição simplificadora esquece, entretanto, as seguintes ressalvas, que deveriam sempre ser feitas:

- hipóteses relevantes geralmente aparecem em estágios avançados de reflexão, de formulações de corpo teórico e de conhecimento parcialmente estabelecido sobre uma determinada questão complexa da realidade. Dificilmente, então, poderíamos cobrar a presença de hipóteses genuínas em projetos de pesquisadores iniciantes;
- mesmo aquelas hipóteses “de estágio avançado” derivam de problemas de pesquisa, longamente elaborados, geralmente por toda uma linha de pesquisa e por diferentes pesquisadores, trabalhando em conjunto ou em sucessividade, mais do que pela iniciativa de um pesquisador individual;
- muito freqüentemente, nas ciências socioculturais e interpretativas (como é o caso da Comunicação), trabalhamos com pesquisas qualitativas – em que as hipóteses de pesquisa são muitíssimo mais raras que nas ciências naturais (como a Física, a Geologia, a Biologia, a Química), que têm um tratamento preferencial quantitativo.

Como os manuais, por definição, são dirigidos ao pesquisador iniciante, não prestam, portanto, bom serviço quando insistem sem ressalvas na presença de hipóteses de pesquisa como ponto central de toda e qualquer investigação.

A pretendida necessidade da hipótese leva a um esforço do pesquisador para apresentar alguma coisa que seja aceita como hipótese. Como nós sempre temos idéias, impressões e propostas referentes aos temas que nos interessam (e que nos interessa pesquisar) é fácil decidir que uma dessas proposições é “nossa hipótese”. Tipicamente, entretanto, trata-se de premissas ou de “sacações”

Estas últimas correspondem àquelas idéias explicativas ou interpretativas que acabamos “descobrimos” simplesmente por nos envolvermos continuamente com um tema, por experiência prática ou por leituras.

Entre as Ciências Sociais encontramos também tratamento quantitativo, particularmente na Sociologia, na Demografia e na Psicologia – quando se procura determinar causalidades e expressar “leis”.

Dicionário Houaiss: “regionalismo – uso informal – ato ou efeito de sacar (“resolver”). Achado, criação, descoberta, idéia, invenção, lampejo”. O processo do lampejo seria o

seguinte. Trabalhamos com um assunto qualquer (por exemplo, questões referentes à estética publicitária, ou à violência na TV, ou...). Observamos o que as pessoas fazem e dizem, lemos a respeito. De repente percebemos perspectivas que aparentemente ninguém parece ter – é a nossa “sacação”. Como estamos pretendendo fazer uma pesquisa, a forte tendência é tomar essa idéia como nossa “hipótese” – propomos “pesquisar para ver se é ou não verdadeira”.

Difícilmente seria uma boa hipótese de pesquisa. Trata-se talvez de um bom ponto de partida. Mas se o final da investigação nos levar de volta a ele, não chegamos a lugar nenhum, apenas fizemos um círculo para chegar ao lugar de onde saímos.

Seria possível dizer (e os pesquisadores nessa situação efetivamente o dizem): “mas talvez a gente acabe provando que a hipótese não é verdadeira e, portanto, há realmente alguma coisa a investigar”. Fora ser frustrante fazer uma pesquisa apenas para provar que estamos errados, isso dificilmente ocorrerá. Primeiro, porque, motivados por nosso insight, trabalharemos tendencialmente para “provar” essa idéia – gerando uma cegueira involuntária para todos os dados que a contrariem. Segundo, porque provavelmente uma idéia gerada por forte envolvimento com a coisa é mesmo “verdadeira” (isto é – válida para o espaço e conjuntura em que foi proposta) – e se sustenta pela própria constatação “ao vivo”, sem precisar de pesquisa para o demonstrar.

Não estou sugerindo que se jogue fora aquela “idéia brilhante” (seria frustrante, não é?) – mas apenas que ela não seja usada como hipótese de pesquisa. Mais adiante faremos sugestões de bom uso para as sacações (se elas existirem) – mas desde já assinalamos que não é preciso ter idéias brilhantes iniciais, fulgurações conceituais ou propostas salvadoras.

Outro tipo de afirmação que às vezes se faz passar por “hipótese de pesquisa” são formulações propositivas. Propõe-se, diante de uma situação de realidade, um determinado encaminhamento como modo de resolver limites e dificuldade aí percebidas. Como esse encaminhamento ainda não foi testado, parece poder ser adotado como hipótese.

Efetivamente, na sugestão de ação experimental, pode-se perceber um componente hipotético (tentativo). Mas nesse caso, corre o risco de ser apenas uma hipótese de solução” e não de pesquisa. Por exemplo, propor táticas de comunicação comunitária para desenvolver uma produção televisual educativa.

Assim como no caso dos lampejos, não se trata de descartar tais propostas – mas apenas de organizar em torno delas uma busca de conhecimentos que posteriormente facilitarão sua experimentação. Ou então, propor uma experiência concreta de realização para descobrir lógicas e processos relacionados, para entender o funcionamento da coisa (e descrevê-lo em termos teóricos), seus limites e suas potencialidades – e não para “verificar se a proposta é válida” ou “confirmar/infirmar a hipótese”. Ou seja: a proposta não será “hipótese de pesquisa” (ponto final pretendido da pesquisa); e sim ação prática (ou ponto de partida, ou meta posterior à pesquisa) para gerar conhecimento.

\* \* \*

Relevante, então: evitar ter a impressão de que nossa idéia ou nossas premissas são “hipóteses de pesquisa”. Para ter certeza disso, considere como “premissa” ou “pressuposto” (isto é – como afirmação que é colocada logo no começo. Veja no Houaiss ou no Aurélio) todas as proposições de que você está convencido – ou pelo menos acha que está convencido.

Se você não está tão convencido assim, pode até dizer que é uma “hipótese” (uma vez que hipótese é isso mesmo – “menos do que tese”, ou seja, uma afirmação da qual não estamos muito convictos). Mas tenha bem em mente que não se trata de uma hipótese de pesquisa, que vá gerar investigação para confirmar ou infirmar a afirmação.

Você deve considerar que tem em mãos (se tiver – mas não é necessário) uma hipótese de trabalho. Esta, diferente da hipótese de pesquisa, é usada como base para organizar a observação. A questão (ou problema da pesquisa) pode tomar então a seguinte forma: Se esta hipótese é verdadeira (e trabalharemos como se fosse), o que poderemos descobrir sobre os processos em pauta, estando munidos de tal afirmação? Note que aqui não vamos investigar a

hipótese – vamos tomá-la de antemão como verdadeira e usá-la como modo ou instrumento para direcionar as observações.

Assim, uma primeira tática é distinguir claramente premissas e descobertas prévias por um lado; e “hipóteses de pesquisa” por outro. As primeiras são passos iniciais, com os quais damos encaminhamento à investigação – enquanto as hipóteses (de pesquisa) seriam a prefiguração do ponto de chegada.

Uma segunda tática (complementar à primeira) para evitar, em uma proposta de pesquisa, confundir premissas, insights e hipóteses de trabalho com hipóteses de pesquisa, é mais radical: não apresente nenhuma hipótese de pesquisa. Em vez disso, apresente diretamente seu problema de pesquisa.

### **A dúvida e a curiosidade como base**

Dissemos acima que ter lampejos e idéias brilhantes iniciais não é necessário. Outra coisa, entretanto, é fundamental: curiosidade. É preciso estarmos curiosos a respeito de uma situação ou tema. Ou seja: é preciso ter dúvidas, reconhecer que não sabemos alguma coisa sobre a questão de nosso interesse.

É por isso que um problema de pesquisa toma, freqüentemente, a forma de uma pergunta. “O que será que...?” “Como tal coisa se caracteriza?” “Que sentido tem...?” “Por que tal processo acontece?” “Que diferenças existem entre...?” “Quais as formas diversificadas e variações de tal processo comunicacional?”

Ora, não é qualquer “não saber” que pode gerar diretamente pesquisa. Vamos afastar alguns “não saberes”, para evitar riscos. Primeiro, aqueles que, para serem supridos, basta uma ida à biblioteca. Eu não sei uma porção de coisas que posso prever, entretanto, que alguém sabe (tipicamente: o especialista, o professor, os livros). Nossas dúvidas, aí, não levam à pesquisa, mas ao estudo. Claro que, em uma pesquisa, aparecem também estas dúvidas – que serão resolvidas na biblioteca ou em consulta a especialistas. Mas não formam o eixo da pesquisa. São complementares.

Depois, vamos afastar as questões que decorrem apenas de uma “falta de prática”. Se não sei escrever uma reportagem apesar de ter aprendido “as regras”, resolverei essa dúvida, essa curiosidade legítima sobre “como se faz” simplesmente praticando, e não pesquisando para aprofundar o conhecimento das regras. Junto com esta exclusão vamos também afastar os problemas práticos concretos (“como obter uma solução para organizar melhor a comunicação em nosso ambiente de trabalho?”). Sobre estes problemas “da prática”, voltaremos adiante.

Finalmente, vamos excluir também um conjunto importante de não-conhecimentos: aqueles que realmente solicitam busca de conhecimento novo – entretanto (nas condições atuais do

avanço metodológico e/ou nas nossas condições pessoais de pesquisa) não permitem entrever modos de obter, concretamente, por investigação, a superação da ignorância.

Apenas para dar um exemplo desta última exclusão (que é talvez a mais delicada). Seria muito relevante, para a área da Comunicação, conhecer “os efeitos sociais da violência ficcional televisiva”. Entretanto, essa curiosidade legítima, assim posta, esbarra em duas dificuldades para a pesquisa: ausência de métodos rigorosos para separar a variável “violência ficcional televisiva” de outros estímulos à violência no ambiente social; e necessidade de uma tal amplitude e complexidade de coleta de dados que a investigação não poderia ser feita com validade em um número reduzido de anos por um pesquisador isolado.

Assim, se um problema com este perfil for colocado como proposta para um Mestrado ou Doutorado, provavelmente gerará um ensaio (talvez até com boas “sacações” – afinal, todos temos explicações sobre os efeitos da “violência ficcional televisiva”). Mas não vai gerar uma pesquisa.

Muito bem – até aqui, tivemos exclusões (tipo “não faça isto”). O que não faz avançar muito, porque a questão não é o que não fazer – mas sim o que fazer sobre o que não sabemos, sobre a nossa curiosidade, que deve se expressar em um “não saber” especificado, para gerar pesquisa.

### **Problemas “de conhecimento”**

No espaço da Comunicação não é difícil encontrar problemas, situações problemáticas, dificuldades, estímulos à curiosidade. Esse “espaço da Comunicação”, para você, pode estar relacionado a uma formação na área (jornalismo, publicidade, relações públicas, audiovisuais); a uma área de interface (outras formações sociais/culturais com percepção de questões comunicacionais); a uma experiência profissional correlata; a leituras sobre questões pertinentes; ou até mesmo à simples situação de usuário interessado da mídia (espectador de programas de TV, leitor de jornal, usuário da Internet, aficionado de filmes cinematográficos, etc.).

Faça uma primeira triagem: distinga problemas de conhecimento de problemas práticos. São os primeiros que direcionam à pesquisa. Um problema prático pede uma solução. As soluções são geralmente desenvolvidas por meio de interferências no ambiente mesmo das

situações problemáticas, tipicamente profissionais (O que fazer para que...?"; "Como obter mais qualidade em tal processo?"; "Como evitar equívocos de tal tipo?"; "Como resolver com mais eficiência este processo?").

Quando tais problemas "de situação" são mais complexos, pode ser necessário mais do que "agir diretamente" – e aí queremos trazer aportes "científico-tecnológicos". Podemos então escrever elaboradas propostas, bem baseadas em conhecimento acadêmico, para o encaminhamento de soluções. Ainda assim, não se trata de pesquisa.

Ficaremos, então, com os "problemas de conhecimento": "o que é preciso saber sobre tal situação?"; "O que deveremos descobrir sobre ela para que nosso conhecimento da realidade em foco seja ampliada?".

Como se percebe, podemos derivar um problema de pesquisa de um problema prático. Dada uma situação-problema na realidade, se essa situação é suficientemente complexa, em vez de procurar e propor soluções concretas imediatas, tentaremos direcionar a reflexão para: como aprofundar meu conhecimento sobre essa situação antes de buscar soluções? O trabalho de aprofundar conhecimentos seria a pesquisa acadêmica. No caso de um Mestrado, resultará em uma dissertação. As soluções concretas podem ser decorrentes da dissertação, mas já não fazem parte dela. Serão, se for o caso, expectativa para depois; e resultado de aplicações posteriores dos conhecimentos obtidos sobre a realidade social. Por outro lado, não precisamos partir diretamente de situações problemáticas da realidade. Podemos começar com preocupações e curiosidades mais abstratas ou conceituais, com dúvidas "sobre o sentido das coisas". Neste caso, porém, não esqueça – em algum momento na elaboração de seu projeto – de relacionar estas questões com uma realidade específica. Pois não se investiga abstrações. Salvo nas pesquisas especulativas (mais próprias do trabalho em Filosofia ou nos espaços mais rarefeitos das fronteiras epistemológicas das Ciências Humanas e Sociais - que exigem longa formação e experiência prévia em pesquisa) trabalharemos tipicamente com investigações sobre questões relacionáveis diretamente à realidade social/expressional da Comunicação.

**Para começar a elaborar o Problema da Pesquisa**

Sabemos, então (aproximadamente) o tipo de problema que nos interessa para fazer pesquisa, em torno de um tema de nosso interesse. Mas ainda não temos a certeza de como elaborar e expressar um problema de pesquisa.

Naturalmente, não há receitas para isso. Constrói-se um problema de pesquisa de muitas e muitas formas diferentes. Além disso, construir um problema de pesquisa não corresponde simplesmente a “descobrir a questão” e a escrever. É um processo de elaboração que pode se desenvolver em várias fases diferentes da própria pesquisa – evoluindo na medida em que estudamos autores, fazemos pré-observações e pensamos metodologicamente sobre como abordar nosso “objeto”.

Mas nossa questão aqui – felizmente – é bem mais simples. Trata-se apenas de prefigurar um problema de pesquisa – em “dar a partida”, em ter um questionamento inicial em que se agarrar para poder posteriormente, já na pesquisa, dar outros passos.

Façamos então o seguinte. Primeiro, escreva tudo o que você já sabe sobre o tema de seu interesse. Inclua aí dados de experiência prática, observações casuais que tenha feito sobre o objeto que lhe chama a atenção, leituras recentes, leituras ad-hoc (ou seja – feitas já em decorrência de estar pretendendo elaborar uma proposta sobre esse tema). Não se esqueça de incluir, é claro, aquelas idéias fulgurantes, as “sacações” referidas acima (se existirem – mas lembrando que não são necessárias).

Lembre-se também de identificar estas diferentes origens do que você já sabe (leituras, experiência, etc.). No caso de leituras, não esqueça de citar os autores, livros, número de página.

Note: este texto não é ainda o seu “projeto”. É apenas um documento preparatório, uma peça para ficar nos bastidores e que não virá à cena. Sinta-se livre, portanto, para escrever o que queira, da forma que prefira, Nenhum professor vai ler isso – você estará escrevendo para você mesmo.

Só o fato de ter alinhado estas proposições, se você tem sorte, já lhe terá deixado cheio de dúvidas. Supere as dúvidas existenciais, as referentes a sua competência para tratar do assunto e para fazer pesquisa – e selecione apenas aquelas que dizem respeito ao próprio objeto.



Passemos então a uma segunda fase da elaboração – sempre nos bastidores, sempre escrevendo apenas para você. Utilize as dúvidas percebidas, mobilize sua curiosidade e comece a escrever perguntas. Tudo o que você consiga perguntar. Nesse momento, não se preocupe se as perguntas são relevantes ou não, se são brilhantes ou simples. É uma fase de brainstorming (se não sabe o que é, que tal ir ao dicionário?). O prêmio aqui não é para as boas perguntas, mas para a maior diversidade.

Você poderá então passar à terceira fase, que é, naturalmente, a crítica das perguntas. Distinga as perguntas que expressam apenas falta de informação e de maiores estudos. Você desconfia que esse conhecimento já existe em algum lugar e que precisará dele para fazer avançar a pesquisa, mais tarde. Guarde cuidadosamente estas perguntas para que lhe ajudem a procurar estas informações – mas perceba que elas não comporão diretamente seu problema de pesquisa.

Separe ainda as perguntas práticas – isto é, aquelas que pedem soluções concretas, ações, propostas diretas sobre “o que fazer”. Esse conjunto não tem uso central para a construção do problema de pesquisa. Mas reserve-as para uma segunda rodada de brainstorming. Verifique aí se não é possível derivar delas questões “de conhecimento”.

Além disso, se são perguntas práticas complexas e relevantes, podem servir como meta posterior à pesquisa – ou seja: a pesquisa buscará conhecimentos que sejam depois úteis para encaminhar soluções para esses problemas “de realidade”.

Distinga também as perguntas para as quais você já tem resposta. É fundamental aí ser muito sincero com você mesmo. Essa resposta pode ser aquela sacação, que você gostaria muito que pudesse ser a conclusão da pesquisa – mas aí não vale, porque a pesquisa já estaria feita antes de ser começada. Pode ser, ainda, que a resposta seja uma proposição argumentativa que estaria sendo elegantemente encaminhada pela pergunta. Nesse caso, trata-se do que chamamos de uma “pergunta retórica” – ou seja: ela não pede uma resposta, como uma pergunta comum, apenas encaminha um argumento. Exemplo: “Seriam os usuários de TV passivos diante da programação que recebem?” – encaminhando a resposta: “Não, pois percebemos que cada espectador reage diferentemente aos programas, gerando variadas interpretações. Logo, estão ativamente fazendo interagir seus repertórios pessoais (variados) com o que diz e mostra a programação”.

Para o caso das perguntas que já têm ou presumem respostas, veja se as proposições feitas na primeira fase de nosso exercício (alinhar tudo o que você já sabe sobre o tema) mais ou menos coincidem com as respostas implícitas. Caso não, pense em transferir esse material para aquele documento preparatório, já agora na forma de proposições afirmativas e não mais interrogativas. Separe ainda as questões amplas demais, muito genéricas, muito vagas – que você não consiga relacionar a uma busca especificada de conhecimento. Lembre-se que você vai investigar (ou seja: vai “olhar” sistematicamente um pedaço da realidade) para procurar encaminhamentos para seu problema. Assim, perguntas muito amplas ou vagas não são interessantes – ou você não saberia o que olhar na realidade; ou teria que observar uma realidade muito ampla, diversificada e complexa (e não daria tempo). Por exemplo: “Como a comunicação mediática modifica os processos de aprendizagem tradicionalmente ancorados no livro?”. Interessantíssima questão. Entretanto, não é diretamente pesquisável. Se eu tiver suficiente experiência na área (interface Comunicação/Educação) e as leituras adequadas, poderei escrever um belo ensaio em, digamos, dois meses de trabalho. Mas não conseguirei investigar a questão diretamente neste nível de abrangência, nem mesmo em dez anos de pesquisa.

Distinga esse conjunto acima – mas por favor, não jogue fora estas perguntas. Elas podem ter forte utilidade para definir o horizonte em função do qual o problema pode ser ser questões relevantes. Você poderá então tentar derivar questões mais específicas a partir destas – nesse caso, mantenha as questões gerais como seu horizonte, e construa o problema em torno das específicas.

É possível que você tenha no seu elenco de perguntas algumas do tipo “sim/não”. São aquelas questões que oferecem apenas uma possibilidade binária exclusiva de resposta: ou uma coisa, ou outra. É raro (embora não impossível) que essas perguntas sejam bom eixo de pesquisa. Primeiro porque, quando as respostas são tão dramaticamente contrapostas, já temos uma preferência por uma das alternativas (o que nos remete às perguntas com respostas prontas). Depois, porque a realidade sociocultural e o sentido das coisas dificilmente são tão simplificados para permitir dualidades mutuamente excludentes. Alternativamente: ou a contraposição é justamente simples – e não exige pesquisa; ou é caso antes de tomada de posição que de busca de conhecimento – e não exige pesquisa.

O mais freqüente é que uma pergunta deste tipo na verdade esteja reduzindo uma realidade mais complexa, que não deveria portanto estar sendo apreendida em termos de “ou isso ou aquilo”. E aí, qualquer que seja a alternativa resultante da investigação – sim ou não – seria pobre ou claramente falseadora de uma situação mais complexa que isto.

Assim, se você tem alguma pergunta deste tipo, antes de jogar fora, procure derivar dela perguntas mais sutis ou complexas, perguntas de tipo “Como?” – que se mantêm abertas, pois podemos encontrar diversos “como” em vários níveis (ou seja, diferentes modos e formas de um processo ou fato). Ou ainda, tente perguntas como: “que diferenças podem ser percebidas [em alguma coisa que parece em geral monolítica]?”. E ainda: “que semelhanças podemos encontrar [em coisas que parecem diferentes ou isoladas entre si]?”. É claro que perguntas deste tipo dependem de que a gente já esteja desconfiado das diferencialidades (ou das similaridades, na segunda alternativa). Mas note que a questão não é “Há diferenças internas na situação dada como monolítica?” (resposta “sim ou não”). Procurar as diferenças decorre da prévia perspectiva do “sim” – e a busca será de “quais?”, questão aberta à descoberta.

Vamos ver o que restou das distinções acima. Se sobrou alguma coisa, você terá agora um conjunto (mesmo pequeno) de perguntas mais ou menos específicas, mais ou menos indicadoras para o trabalho de investigação (observação, trabalho de campo, exame de textos e materiais audiovisuais – obtenção de dados).

Se forem muito poucas e você sentir que estão ainda “fraquinhas”, tente uma segunda rodada de geração de perguntas – novas ou derivadas das perguntas amplas, das perguntas práticas e das sim/não. Ao final de um certo exercício nessa direção, tendo chegado a um conjunto de perguntas mais ou menos aceitas (por você mesmo, é claro) passamos ao exercício seguinte – que será nossa quarta fase, de sistematização das perguntas.

Note que não é preciso ter um grande número de perguntas para construir um problema de pesquisa. É melhor mesmo que sejam poucas – o importante é a consistência do conjunto e – particularmente – sua relevância e sua possibilidade de efetivamente demarcar acuriosidade que você tem sobre o assunto.

Procure então organizar as perguntas – mais relevantes e secundárias; mais amplas e mais específicas; independentes entre si ou relacionadas; relacionadas “em paralelo” ou por subordinação; mais “teóricas” ou mais voltadas para a busca de dados; etc., etc.

Os modos de organizar vão depender, é claro, do conjunto específico de perguntas que você gerou. O objetivo principal, aqui, é ultrapassar o nível de “perguntas soltas” e chegar a um padrão de consistência em que você perceba um conjunto integrado, internamente relacionado, de perguntas.

Faça isso como um jogo de armar – tente uma alternativa, um “desenho”, e depois outro e outro, até ficar satisfeito. Não fique satisfeito cedo demais: brinque um pouco com as possibilidades.

No decorrer do processo, é possível que você tenha a tendência de reformular algumas perguntas, de criar outras, de substituir alguma coisa. Sinta-se à vontade: as perguntas são suas.

Quinto passo - quando você tiver chegado a um conjunto mais ou menos consistente, veja se consegue escrever um pequeno texto para “explicar” o que é esse conjunto, por que ele é interessante, como ele efetivamente configura sua curiosidade sobre o tema.

Não é preciso insistir que esses exercícios são iterativos – isto é, que podem (e devem) ser reiterados, em um processo de ida e volta entre as proposições iniciais sobre o tema; as perguntas (em sua variedade de tipos); e o conjunto de construção de consistência no questionamento.

Os documentos elaborados nas diferentes fases do exercício não são ainda “a proposta de pesquisa” – são sempre aqueles documentos preparatórios, “de bastidores”. Mas tendo chegado ao ponto de ter obtido um conjunto consistente de perguntas (à sua satisfação); e tendo conseguido o texto explanatório sobre o seu questionamento – você terá então os materiais necessários para começar a escrever a proposta – faça então um texto claro, pensando em um leitor que você quer que compreenda o seu projeto. Use o que for possível e interessante, dos documentos preparatórios, no texto da proposta.

Não se preocupe excessivamente com o atendimento destes passos, como se fossem uma receita rígida. Tome suas próprias decisões. Estas indicações são genéricas – e a sua

construção de problema é específica. Você pode, então, se sentir mais produtivo deixando de lado alguma coisa e inventando outras táticas.

### **Relações entre Problema e Observação**

Em uma fase inicial, os desenvolvimentos teóricos e o planejamento da observação podem ser ainda bastante preliminares. Veja os demais textos sobre estas questões, para perceber configurações em direção às quais sua pesquisa deverá depois se encaminhar, quando já em realização. No momento – e com relação à construção do problema de pesquisa – quero apenas chamar-lhe a atenção para duas ou três idéias básicas.

Deve haver uma forte coerência entre o problema de pesquisa e a observação da realidade (investigação propriamente dita). Mesmo que o planejamento detalhado das observações a serem feitas corresponda a uma etapa posterior de planejamento, pensar desde já no que você pretende observar sistematicamente é importante.

Primeiro, para prefigurar o que será seu “trabalho de campo”. Você vai entrevistar pessoas? Quantas? Onde? Você vai examinar “produtos mediáticos” (programas de TV, sites de Internet, fotografias)? Quais, quantos, segundo que perspectivas? Você vai observar diretamente pessoas em atividade no mundo real (pessoas interagindo na Internet, o público de um festival de cinema, uma redação de jornal)? Que situações específicas interessam? Como vai observar – participando do grupo, apenas olhando, fazendo perguntas? Para obter que tipos de dados?

Como se vê, uma listagem seria infinda. Pensar nas suas alternativas específicas é relevante, porque esta vai ser a investigação propriamente dita. Você vai ocupar uma boa parte do seu tempo fazendo estas coisas – e não deve ser apanhado de surpresa, na hora da investigação, sem saber direito o que fazer, nem descobrir de última hora que aquele problema exige estas observações.

Mas há uma outra razão para pensar nisso desde o começo. Você deve decidir se as observações que está pensando em fazer são coerentes com o problema de pesquisa que começou a construir. Aquele problema, apresentado daquele modo, será adequadamente gerador de conhecimentos através destas observações? Prefigurar (mesmo preliminarmente) as observações é um bom teste para a qualidade da construção do problema. Caso as observações imaginadas não pareçam estar em boa articulação com o problema, tente

decidir que outras observações seriam melhores, mais ajustadas. Mas também é possível que as observações pretendidas sejam interessantes. Neste caso, faça uma boa revisão nas suas perguntas para ajustá-las ao trabalho investigativo que está querendo fazer. Elas serão então aperfeiçoadas como problema de pesquisa.

Adendo – O Campo da Comunicação Se você está pretendendo fazer uma pesquisa em Comunicação, observe que nem tudo é pesquisa válida para esta área. Todas as áreas da ação humana podem envolver questões comunicacionais – mas muitas delas serão melhor pesquisadas na “área de origem”. Assim, por exemplo, a questão didática referente à obtenção de boas interações em sala de aula envolve certamente questões comunicacionais – mas o ambiente mais adequado para uma pesquisa específica dentro desse horizonte é a Educação, em que os conhecimentos fundamentais foram desenvolvidos e em função de cujos objetivos e processos a pesquisa deve gerar sua relevância.

Veja também que, embora os processos mediáticos sejam um núcleo evidente dos estudos comunicacionais, não basta que o objeto empírico seja a mídia. Assim, um estudo sobre a rentabilidade financeira da televisão configurará antes uma pesquisa econômica do que uma pesquisa em comunicação. Embora, para nós, os resultados da pesquisa possam ser muito úteis, o melhor lugar para desenvolvê-la seria um departamento ou programa de pós-graduação em Economia.

Naturalmente, é possível (e freqüente) fazer pesquisa na interface entre a Comunicação e outro campo. Neste caso, é preciso assegurar que as perguntas envolvam as preocupações com os processos propriamente comunicacionais (interações), não bastando a presença de tecnologias e aparatos mediáticos. Ou seja: o que nos interessa são os processos interacionais (que estes se refiram mais de perto à produção, à recepção, aos programas e mensagens, aos sentidos produzidos ou à crítica e aos processos “de retorno”).

Você terá então – concretamente – começado seu projeto de pesquisa

<http://72.14.203.104/search?q=cache:yt99ssc->

[7UAJ:www.comunica.unisinos.br/pos/\\_apoio/item1/7.pdf](http://www.comunica.unisinos.br/pos/_apoio/item1/7.pdf)+problema+de+pesquisa&hl=pt-BR&gl=br&ct=clnk&cd=12&lr=lang\_pt acesso em 15/04/2006