

## **Metodologia Qualitativa Discursivo-Imagética: do contexto da produção às possibilidades de recepção da imagem**

**Christiane Kleinübing Godoi** (UNIVALI) - chriskg@univali.br

**Antonio Giovanni Figliuolo Uchoa** (UNIVALI) - uchoag@yahoo.com.br

### **Resumo:**

*Uma multiplicidade de objetos audiovisuais - imagéticos -, tais como fotografias, desenhos, pinturas, filmes, apresentações teatrais, publicações comerciais, programas televisivos, videoclipes, revistas femininas, jornais, ilustrações variadas, contos, plataformas virtuais, esculturas vêm sendo também recentemente incorporados pela área de Estudos Organizacionais. Com o objetivo de iniciar a criação de um espaço profundo e permanente de debate, discussão, sistematização de uma Metodologia de Análise Qualitativa Discursivo-Imagética no interior dos Estudos Organizacionais, este estudo teórico-metodológico está subdividido em duas etapas sequenciais: a) delimitação do contexto sociocultural em que emerge a inserção de metodologias ligadas à análise de imagens, ou seja, o cerne da cultura material-visual contemporânea; b) abertura de possibilidade de construção de uma perspectiva integradora, com base em diferentes níveis de aproximação das imagens, múltiplas possibilidades metodológico-epistêmicas do investigador, que seja destinada exclusivamente à análise discursiva direta do material imagético e, por fim, passível de ser utilizada com diferentes objetos imagéticos em si.*

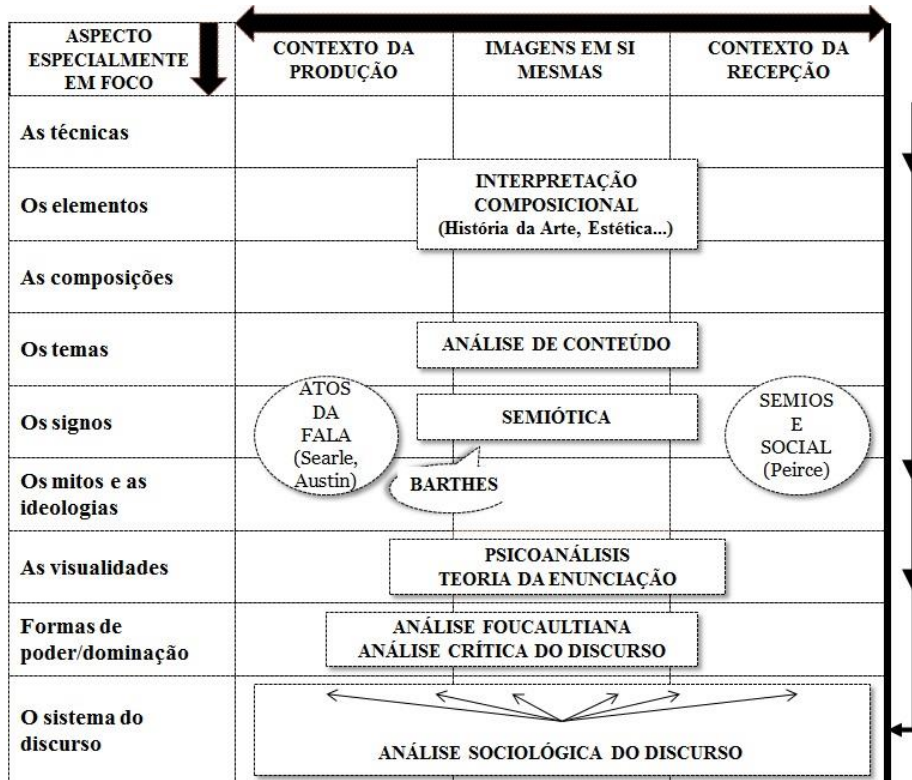
**Palavras-chave:** *Análise de Imagens; Análise Discurso-Imagética; Análise Qualitativa.*

**Área temática:** *GT-19 Metodologias e Práticas Qualitativas de Produção e Análise de Material Audiovisual*

Ainda que a presença de imagens como objeto de estudo no interior de determinadas ciências sociais e humanas date de décadas, o que se assiste hoje, em grande parte dos estudos, é um conjunto de tentativas isoladas empreendidas por pesquisadores originários de diversas orientações disciplinares, como a antropologia, a sociologia, a história, a psicologia social, a comunicação de dar conta de debruçar-se sobre objetos imagéticos diversos para explicar e compreender fenômenos sociais, revelando um crescente interesse por métodos de análises audiovisuais (García-Vera & Maillo, 2011; Menéndez & Rodríguez, 2012; Pauwels, 2011; Rebollo, 2002; Rose, 2012; Serrano, 2012; Wagner, 2011a). Uma multilicitude de objetos audiovisuais – imagéticos -, tais como fotografias, desenhos, pinturas, filmes, apresentações teatrais, publicações comerciais, programas televisivos, *videoclipes*, revistas femininas, jornais, ilustrações variadas, contos, plataformas virtuais, esculturas vêm sendo também recentemente incorporados pela área de Estudos Organizacionais. Entretanto, na crítica de Flick (2004) e García-Vera e Maillo (2011), o que se tem feito até o momento é, diante da imagem, transcrever sob a forma de relações discursivas para, posteriormente, fazer uma análise do discurso (ou do conteúdo) sobre o texto gerado na transcrição. Os autores críticos destas práticas são enfáticos em afirmar que as codificações, categorizações e interpretações deveriam ser feitas *diretamente* sobre o material imagético. Neste sentido, até o momento, não surgiu nenhum método de interpretação que se ocupe direta e exclusivamente do nível visual, sem transcrições antecedentes. No entender de renomado metodólogo Flick (2004), é necessário, portanto, que a análise do discurso deva fazer-se diretamente sobre o material audiovisual a fim de evitar esquecer componentes não verbais contidos neles. A carência de emprego de metodologias especificamente audiovisuais de maior aprofundamento e rigor, envolvendo considerações sobre o entendimento da própria pesquisa empírica, o impacto da imagem sobre a vida social, suas origens ao cruzar as fronteiras disciplinares na construção de diálogo com diferentes pensamentos acadêmicos, também é alvo da crítica de metodólogos como Wagner (2011a); Arroyo Menéndez e Rodríguez (2012); Arroyo Menéndez (2012). Com o objetivo de iniciar a criação de um espaço profundo e permanente de debate, discussão, sistematização de uma Metodologia de Análise Qualitativa Discursivo-Imagética no interior dos Estudos Organizacionais, este estudo teórico-metodológico está subdividido em duas etapas sequenciais: a) delimitação do contexto sociocultural em que emerge a inserção de metodologias ligadas à análise de imagens, ou seja, o cerne da cultura material contemporânea; b) abertura de possibilidade de construção de uma perspectiva integradora, com base em diferentes níveis de aproximação das imagens, múltiplas possibilidades metodológico-epistêmicas do investigador, que seja destinada exclusivamente à análise discursiva direta do material imagético e, por fim, passível de ser utilizada com diferentes objetos imagéticos em si. Serrano historiciza que o termo cultura visual foi usado pela primeira vez por Alpers, em 1983, referindo-se à sociedade holandesa do século XVII. Recentemente, na análise de Rose (2012), o termo foi retomado e retornou a ser utilizado por estudiosos da sociedade contemporânea para explicar a forma como as tecnologias visuais passaram a desbancar os textos escritos e, além de terem-se convertido em uma das principais formas de comunicação, passaram a constituir um dos marcos fundamentais da sociedade pós-modernas, ou também chamadas, “sociedades iconocentradas” (Serrano, 2008). Inserir a discussão neste cenário dos estudos da cultura da material da imagem tem como missão buscar não incorrer em mais uma forma proposta de “pseudoanálise de imagem”, uma vez que concordamos com Serrano e Zurdo (2012) em que o objetivo não é alcançar o que está abaixo da superfície da imagem, mas sim ampliá-la, enriquecê-la, dar-lhe definição e tempo. Entendemos que imagens são – assim como o discurso o é – “práticas culturais” (Serrano & Zurdo, 2012) que carregam os valores daqueles que as criam, manipulam e consomem. No entender de Serrano e Zurdo (2012), não existe, portanto, um olhar inocente, mas sempre condicionado por pressupostos culturais, ideologias, estereótipos, modas, deformações

profissionais, representações inconscientes, experiências e motivações. Cultura material – formada por objetos e imagens – condiciona, por duas vezes as hermenêuticas do sujeito ator e receptor dessa cultura imagética. Até aqui, poderíamos afirmar que, tal como em análises discursivas, o sujeito do olhar é também um sujeito social. Não existe, por este motivo, a ilusão de uma “linguagem de imagens” (Banks & Zeitlyn, 2015) ou componentes de imagem que seguem algum tipo de regras quase gramatical, universal, mas ao contrário tais componentes só fazem sentido ou em contextos socialmente mais específicos. A cultura visual-material da contemporaneidade postula que a imagem substitui a realidade, criada de forma espetacular, um simulacro, para ser materialmente consumida (Serrano & Zurdo, 2012). Sabemos que o sujeito auto referencial da pós-modernidade que perdeu suas grandes instituições e narrativas referenciais vive em um mundo de “informações tecnologizadas” (Serrano & Zurdo, 2012) criadas para serem consumidas. Esta é, no fundo, a finalidade última das imagens produzidas pela cultura material, ainda que (Felstead, Jewson, & Walters, 2004) considerem-nas como sempre ambíguas, com significados múltiplos e incertos. Explanado o contexto contemporâneo em que se inserem as investigações sociais imagéticas, iniciamos por abordar especificamente uma pré-sistematização da abordagem metodológica discursivo-imagética aqui pretendida. Existem diferentes *Níveis de Aproximação do Material Audiovisual* (fig. 1), para os quais Rose (2012) estabelece, principalmente, a seguinte classificação em ordem de profundidade: a) interpretação composicional (por vezes, utilizada para compreender texturas, cores, etc.); b) análise do conteúdo; c) semiologia/semiótica; d) psicanálise; e) análise crítica do discurso; análise sociológica do discurso (acerca deste último a nomenclatura atribuída por Rose é relativamente diferente). Em virtude da influência sobre os autores deste artigo da proposta de análise audiovisual construída por Serrano (2008) – principal mentora da abordagem espanhola, no que tange à análise das imagens utilizadas como fontes, nossos estudos vêm sendo atravessados por um ir e vir na *Hierarquia de Níveis de Aproximação da Imagem* traçada por Rose (2012), no entanto, desde logo assumimos estar imprimindo uma ênfase, e diferenciação na nomenclatura de Rose, na denominada pela autora simplesmente de Análise do Discurso II – aqui designada como *Análise Sociológica dos Sistemas de Discurso* (Conde, 2009; Godoi, 2010; Godoi, Coelho, & Serrano, 2014), abordagem a qual Serrano (2008) é também vinculada. Prosseguiremos a descrição dos *Níveis de Aproximação das Imagens*, narrando-os de forma bastante sintética e considerando, além do entender de Rose (2012) acerca destas grandes perspectivas – preexistentes, em sua maioria, no campo textual-discursivo –, também contribuições de outros autores, como: Ball e Smith (2011); Bock, Isermann, & Knieper (2011); Nörth (2011); Serrano (2008); Serrano e Zurdo (2012). Faz-se necessário – a fim de compreender as abordagens e práticas de análise de imagens – entendê-las como sendo nada mais do que trabalhar com distintos *Níveis de Aproximação* do material discursivo-imagético, considerar os “focos” tradicionalmente tratados e enfatizados pelos pesquisadores de diferentes linhas metodológicas e suas ênfases nos seguintes elementos (fig 1): as técnicas (ex: pictóricas, fotográficas, cinematográficas, ou seja, ênfase na tecnologia de geração de efeitos); os elementos (personagens, lugares ou relações); as composições (cores, enfoques, luminosidades, planos, ritmo, etc); os temas (ênfase no conteúdo explícito e manifesto, agrupando categorias temáticas ou de codificação); os signos (conectam combinações de significante e significado, com ênfase em signos icônicos ou linguísticos, considerando o sentido da relação entre os signos); os mitos e as ideologias (considera que a articulação entre os signos revela estruturas ocultas do social); as visualidades (ênfase nos modos de ver resultantes de processos individuais e sociais complexos em parte inconscientes e com efeitos emocionais); as formas de poder e dominação (ênfase em conceitos derivados de Foucault e inerentes a chamada Análise Crítica do Discurso); os sistemas de discurso (foco este que emerge da Análise Sócio Hermenêutica e Pragmática do Discurso, também denominada Análise Sociológica do Discurso vinculada à

Tradição Espanhola de Pesquisa Social Qualitativa. Permaneceremos aqui, com a narrativa destas seis escolhas metodológicas de Serrano contidas no centro da (Fig 1), ainda que a própria Rose (2012) e demais autores referenciados acima tenham ido além ou aquém em suas tentativas de transformar o “foco enfatizado” em *Nível de Aproximação da Imagem*.



**Figura 1. Níveis metodológico-epistêmicos de aproximação da imagem**

Fonte: Rose, G. (2012). *Visual methodologies: an introduction to resourcing with visual materials*. (3, Ed.) London: Sage. Serrano, A e Zurdo (2012); Serrano, A. (2008). *El análisis de materiales visuales en la investigación social: el caso de la publicidad*. In A. Gordo, & A. Serrano, *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Madrid: Pearson Prentice Hall.

A fig 1, portanto, conecta dois elementos fundamentais para a construção e evolução futura de uma proposta integradora para o campo dos Estudos Organizacionais (prática parcialmente iniciada por Coelho, Godoi, e Coelho (2015): os enfoques sobre elementos tradicionalmente enfatizados pela maior parte das abordagens de tratamento da imagens e tendências metodológico-epistemológicas já preexistentes no “campo discursivo”, ou seja, no âmbito da análise textual ou discursiva (situadas ao centro da figura). Explicitar de que forma, por exemplo, um analista do conteúdo (que tem como concepção visual uma rede de mensagens trocadas por emissores e receptores) ou um praticante de semiótica visual (caso das próprias práticas de Serrano - abordagem preocupada com o que significa sinais dentro de contextos socioculturais e à forma pela qual alguns códigos se tornam ideologias dominantes), podem fazer uso desta proposta integradora escaparia ao objetivo e espaço deste *resumo*. Com base no trabalho de Gillian Rose (2012), Serrano (2008) advoga as diferentes formas de analisar o material visual, a partir de três lugares ou contextos sociais simultâneos: o *Contexto de Produção da Imagem* (diríamos, de que lugar social provém a imagem construída), o lugar da *Imagem em Si mesma* e, por último, o *Contexto da Recepção da Imagem* (ou seja, quem é o sujeito social de onde provém o olhar sobre a imagem). Ao delimitar estes três contextos (fig. 1), Serrano considera que as abordagens/epistemologias de análise de imagens elegidas têm implicações inclusive na seleção de materiais (imagem *itself* – objeto – tipo de material

imagético produzido). É preciso interpretar (no contexto da recepção) considerando sentido social, ideológico, cultural, códigos e a capacidade de significar dos documentos texto-audiovisuais. O lugar da *Produção da Imagem* envolve a intencionalidade, o “para que” (Serrano, 2008), o processo de criação e difusão. A autora explica que este contexto envolve relações econômicas, sociais, políticas, instituições e práticas que circunscrevem a imagem, de forma que a compreensão deste meio auxilia no entendimento posterior do impacto e efeito a ser produzido pela imagem. O lugar da *Imagem da Imagem em Si Mesma*, do objeto imagético não é de fácil compreensão pelo pesquisador iniciante na temática. Desde o interior da sua abordagem epistemológica há que se considerar a materialidade, o significado e a organização espacial de inúmeros elementos que compõem a imagem: signos e símbolos que a compõe, o lugar onde se situam os tipos de planos, o ritmo das sequências, o que chama atenção nos objetos, formas, cores, recursos utilizados (icônicos, linguísticos, sonoros), os personagens, relações que exibem e também as que não explicitam, em síntese, as “cosmovisões” (Serrano, 2008) implicadas. O *Contexto de Recepção da Imagem* é o lugar, a identidade, a posição, a expectativa e os interesses dos diferentes tipos de audiências, incluindo o analista. Em síntese, o contexto sócio histórico concreto da recepção. (Serrano, 2008; Rose, 2012). O prosseguimento da abordagem integradora de análise discursivo-imagética aqui iniciada prolonga-se no campo dos Estudos Organizacionais por múltiplos caminhos, mas essencialmente por descrever e destrinchar – o foco – a partir das visualidades (como a visão é construída de várias formas), tendo em mente que um analista interessado no nível mais superficial das técnicas composicionais incorre em equívoco e incoerência epistemológica, ao atravessar, num vai e vem aleatório, todos os níveis intermediários e sair a fazer, por exemplo, análise discursiva. O que a proposta de uma metodologia discursivo-imagética integradora traz à tona é não apenas a necessidade de compreensão do todo (e inclusive possibilidade de integração entre níveis), mas resguardadas as devidas intencionalidades (visualidades por vezes inconscientes) concretas do pesquisador e suas influências metodológico-epistêmicas no que tange a prática de interpretação de imagens como discurso. Entendemos por *perspectiva metodológica integradora*, aqui iniciada, aquela capaz de reunir e viabilizar: a) a escolha de diferentes objetos imagéticos em si; b) diferentes *correntes e orientações epistemológicas* do analista de imagens; c) diferentes *níveis de aproximação das imagens* – tratadas como discurso - (abordagens decorrentes dos pressupostos epistemológicos do pesquisador); d) garantias de que tais múltiplas possibilidades metodológico-epistêmicas do investigador (abordagens), sejam destinadas exclusivamente para a análise direta (discursivo-imagética) – sem intermediação descritiva - de material textual e, por fim, e) garantias de que, a porta de entrada do pesquisador nesta seara não ignore o *contexto social de produção* e de *recepção da imagem* tratada. Trata-se de criar um cenário sobre o qual o conjunto de abordagens e práticas sobre análise de imagem possa transitar e dialogar.

## Referências

- Arroyo Menéndez, M. (2012). Los análisis de imagen y de percepciones sociales. In: M. A. Arroyo Menéndez, & I. Sábada Rodríguez, *Metodología de la investigación social: técnicas innovadoras y sus aplicaciones*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Ball, M., & Smith, G. (2011). Ethnomethodology and the Visual: Practices of Looking, Visualization, and Embodied Action. In: T. S. Methods, *Margolis, Eric; Pauwels, Luc*. London: Sage.
- Banks, M., & Zeitlyn, D. (2015). *Visual methods in social research* (2ª ed.). Sage.

- Bock, A., Isermann, H., & Knieper, T. (2011). Quantitative Content Analysis of the Visual. In: E. Margolis, & L. Pauwels, *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. London: Sage.
- Coelho, A. L., Godoi, C. K., & Coelho, C. (2015). Análise Sócio-hermenêutica do Discurso da Sustentabilidade a Partir de Materiais Visuais. *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, 19(05).
- Felstead, A., Jewson, N., & Walters, S. (2004). Images, interviews and interpretation: making connections in visual research. (C. Pole, Ed.) *Studies in Qualitative Methodology*, 7, pp. 105 - 121.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- García-Vera, A. B., & Maillo, H. M. (2011). *Antropología audiovisual: medios e investigación en educación*. Madrid: Ed. Trotta.
- Godoi, C. K. (2010). Perspectivas de análise do discurso nos estudos organizacionais. In: C. K. Godoi, R. Bandeira de Mello, & A. B. Silva, *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e técnicas* (pp. 375-401). São Paulo: Saraiva.
- Godoi, C. K., Coelho, A. L., & Serrano, A. (2014). Elementos epistemológicos e metodológicos da análise sociológica do discurso: abrindo possibilidades para os estudos organizacionais. *Organizações & Sociedade*, 21(70), pp. 509-535.
- Menéndez, M. A., & Rodriguez, I. S. (2012). *Metodología de la investigación social: técnicas innovadoras y sus aplicaciones*. Madrid: Síntesis.
- Nöth, W. (2011). Visual Semiotics: Key Features and an Application to Picture Ads. In: E. Margolis, & L. Pauwels, *The SAGE handbook of Visual Research Methods*. London: Sage.
- Pauwels, L. (2011). An Integrated Conceptual Framework for Visual Social Research. In: E. Margolis, & L. Pauwels, *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. London: Sage.
- Rebollo, J. (2002). *Antropología visual: fundamentos teóricos y metodológicos en inserción del audiovisual en diseños de investigación social*. Barcelona: Bellaterra.
- Rose, G. (2012). *Visual methodologies: an introduction to resourcing with visual materials*. (3, Ed.) London: Sage.
- Serrano, A. (2008). El análisis de materiales visuales en la investigación social: el caso de la publicidad. In: A. Gordo, & A. Serrano, *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Serrano, A. (2012). *Esquema de modalidades de análisis*. Asignatura: Cultura material y metodologías audiovisuales. Máster en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales: Innovaciones y Aplicaciones. Curso 2011-2012. Notas de aula, (2012a, enero).
- Serrano, A., & Zurdo, A. (2012). Investigación social com materiales visuales. In: M. A. Arroyo Menéndez, & I. Sábada Rodríguez, *Metodología de la investigación social: técnicas innovadoras y sus aplicaciones*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Wagner, J. (2011a). Seeing Things: Visual Research and Material Culture. In: E. Margolis, & L. Pauwels, *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. London: Sage.