

# FÓRUNS VIRTUAIS COMO ESPAÇOS DE PESQUISA NA PERSPECTIVA DO MÉTODO DE BOURDIEU

**Belo Horizonte – MG – Abril - 2012**

Carlos Alberto Gonçalves – FUMEC - Carlos@face.ufmg.br – Tel.(31) 88231122

Cleonice Azevedo de Oliveira – FUMEC – cleoabyan@yahoo.com.br – (31) 94577052

Soraya Cardoso Pongelupe Lopes – PUC MINAS – sorayacardoso@pucminas.br  
(31) 87592366

**Categoria: Pesquisa e Avaliação**

**Setor Educacional: Educação Universitária**

**Classificação das Áreas de Pesquisa em EAD**

**Macro: E/ Meso: I /Micro: N**

**Natureza: A**

**Classe: 1**

## **RESUMO**

*Esse estudo apresenta um ensaio teórico sobre a adequação dos conceitos e o método de pesquisa elaborado por Pierre Bourdieu à ferramenta do fórum de discussão virtual, tendo em vista a sua aplicação em pesquisas acadêmicas da área das ciências gerenciais. Os resultados da análise apontam para a utilização do fórum de discussão virtual, demonstrando no seu funcionamento os conceitos preconizados por Bourdieu e evidenciando a oportunidade de ampliação do método de pesquisa; bem como outras aplicações a serem pesquisadas.*

**Palavras-chaves: Comunidades Virtuais; Métodos de Pesquisa/ Bourdieu; Fórum de Discussão Virtual.**

## 1. INTRODUÇÃO

Com a constante revolução tecnológica e a globalização, os hábitos de consumo foram alterados, os meios de distribuição tornaram-se mais complexos. Empresas "sem teto" se instalaram e fazem a realidade do *ecommerce*, tal como a Amazon e Submarino e de outros canais de vendas que não exigem meio físicos (venda pela TV, por catálogo, dentre outros). Os pontos de vendas físicos, também, ganham uma nova perspectiva de marketing, devendo proporcionar aos clientes comodidade, agilidade, serviços de qualidade e experiências de compras inesquecíveis. É compreendido pelos teóricos que a estratégia de multicanal é necessária para gerar competitividade empresarial com alcance global.

Esse contexto empresarial, só faz sentido a partir da compreensão das mudanças dos hábitos e do estilo de vida dos consumidores que são os indutores permanentes e indicativos para a atuação das empresas. Essas mudanças impõem a necessidade de avançar nas estratégias centradas nos produtos. Muitas empresas praticam a segmentação de mercado, atendendo-se, cada vez mais, as preferências e necessidades dos clientes, demandando por um marketing mais direcionado e levando à extinção do Marketing de massa. Crescem as estratégias do marketing de relacionamento e do marketing *one to one*, que enfatiza interações personalizadas com os clientes (PEPPERS e ROGERS, 1994).

Dentre as diversas ferramentas virtuais utilizadas para estabelecer uma comunicação entre os clientes e as empresas, utiliza-se do fórum de discussão. Segundo Domingues (2006), o fórum é um espaço, que tem por objetivo debate temas e idéias referentes a um determinado conteúdo.

Este estudo buscou compreender a releitura de Thiry-Cherques sobre o método investigativo proposto por Pierre Bourdieu, uma vez que ela trouxe uma contribuição à discussão epistemológica na construção do conhecimento científico, ampliando a temática das ciências sociais e humanas. No entendimento de Thiry-Cherques (2006) o estudo Bourdieu não propõe a separação entre o objeto e o lugar de realização da pesquisa, o que vem ao encontro dos novos cenários do advento das ferramentas virtuais. Busca-se,

neste trabalho, investigar o fórum de discussão virtual, respondendo a indagação: *O fórum virtual pode ser utilizado como instrumento de pesquisa na perspectiva de Bourdieu?*

Para tanto, relaciona construtos teóricos sobre o contexto organizacional na era informacional, aprendizagem on-line por comunidades virtuais de aprendizagem, conceitos e funcionalidades do fórum de discussão virtual. Vale ressaltar, ainda, que se trata de um ensaio teórico e que instiga a continuidade de outras pesquisas científicas aplicadas às ciências gerenciais.

## **2. OBJETIVOS DA PESQUISA**

Este estudo objetiva apontar como o fórum virtual constitui um instrumento de pesquisa na perspectiva de Pierre Bourdieu.

Os objetivos específicos para o alcance do objetivo geral foram os seguintes: (i) compreender os pressupostos metodológicos elaborados por Pierre Bourdieu; (ii) contextualizar o ciberespaço cultural e suas implicações na gestão organizacional atual; (iii) compreender a construção do conhecimento a partir das redes, interações sociais e colaborações no ciberespaço; (iv) compreender o conceito e identificar as funcionalidades e as aplicações do fórum virtual; (v) correlacionar as características e funcionalidades do fórum virtual com os fundamentos metodológicos elaborados por Pierre Bourdieu.

## **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **3.1. Conceitos, tipos, características e aplicações do Fórum Virtual**

O fórum de discussão, de natureza assíncrona, ou seja, cada membro do grupo participa em momentos diferentes, permite que o debate se prolongue no tempo, além de possibilitar consultas às mensagens já postadas. O fórum ocorre pela escrita, podendo ser postados imagens e vídeos complementares.

Existem dois tipos de fórum: o público, no qual o acesso e a participação é livre, sem limite de tempo ou espaço para a troca de mensagens escritas, em espaços disponibilizados pelas empresas ou instituições, e o privado, onde uma organização, ou instituição cria espaço para discussão sobre temas

específicos relacionados à área de interesse, durante um período de tempo determinado entre usuários cadastrados para obtenção da senha competente.

O desenvolvimento do fórum depende de alguns procedimentos importantes que Domingues (2006) destaca: (i) definir o assunto e a leitura que orientarão a discussão; (ii) iniciar o fórum por uma questão ou afirmativa que suscite a discussão; (iii) elaborar questões abertas e provocativas que possam ser facilmente interpretadas pelos participantes.

Em geral, a organização e o funcionamento dos fóruns de discussão virtuais dependem de moderadores, que podem editar apagar ou mover tópicos e mensagens indesejadas e expulsar participantes do grupo por não possibilitar a discussão reservada no seu âmbito.

O moderador tem o papel importante na dinâmica e no gerenciamento do Fórum de discussão, pois, segundo Prado (2001), ele participa como um provocador à participação e a interação, tendo que selecionar o tema adequado ao perfil dos participantes, elaborar questões provocativas, utilizar uma linguagem clara e objetiva, intervir de forma equilibrada para que os participantes interajam, cuidar para que as discussões não percam o foco principal, potencializar as participações e resultados do fórum, por meio regulamentações e orientações antes da realização (GONZÁLES, 2006).

### **3.2 Pressupostos metodológicos elaborados por Pierre Bourdieu**

Segundo Thiry-Cherques (2006:31), o método de Bourdieu compreende o fenômeno da ação social como uma trama, portanto não fatorável, não suscetível a separação de suas partes sem comprometer o todo (BOURDIEU *et al.*, 1990). Para tanto, ele o trata como “estruturalismo genético” ou construtivista, onde as ações individuais são fruto do sistema completo de relações nas quais e pelas quais elas se realizam (BOURDIER *et al.*, 1990:32).

Thiry-Cherques (2006: 30), ele parte de um construtivismo fenomenológico, que compreende a interação do indivíduo e os grupos dentro de uma estrutura “*historicizada*”, impondo sobre pensamentos e ações. Bourdieu acredita que a formação do indivíduo está na prática social, onde as

relações entre as condições de existência, a consciência, as práticas, as ideologias são determinantes na constituição do indivíduo (BOURDIEU et al., 1992b: 188-190).

Nessa perspectiva, existe uma relação direta entre as “estruturas mentais” dos agentes sociais e as estruturas objetivas em que são realizados os fatos. Essas relações são dinâmicas e estabelecem uma reciprocidade que é entendida como *habitus*, ou seja, um sistema de disposições, modo de perceber, de sentir, de fazer, de pensar, que nos levam a agir de determinada forma, em uma circunstância. (THIRY-CHERQUES, 2006, p.33).

Outro conceito primário que Bourdieu formulou e ampliou foi o de *campo*. Esse é compreendido como sendo um segmento específico, um espaço de relações objetivas entre indivíduos, coletividades ou instituições, microcosmos sociais com valores (capitais, cabedais) objetos e interesses específicos. Um conjunto de forças que constrange os agentes envolvidos estabelece uma luta, que define as posições relativas e que conserva ou transforma a sua estrutura. Para tanto, a posição em um *campo* determina a forma como consumimos - coisas, idéias e ideologias.

O *campo* é resultado de diferenciação social, da forma de ser e de conhecer o mundo; e é capaz de criar o objeto (artístico, educacional, empresarial, político e etc.). Todo *campo* se caracteriza por agentes dotados de um mesmo *habitus* (BOURDIEU, 1996).

Essa relação estabelecida gera interesses que Bourdieu nominou de *capital*, seja econômico, cultural, social, simbólico etc. Inconscientemente, os agentes utilizam de estratégias que lhes permite conservar ou conquistar posições. A forma como o *capital* é constituído e distribuído se dá de acordo com as relações internas e estabelece a estrutura do *campo* (BOURDIEU et al., 1984:114).

O conceito de *capital* por Bourdieu é derivativo da noção econômica, que parte da acumulação, transmissão de herança e se reproduz de acordo com habilidade do detentor. O *capital* cultural compreende o conhecimento, as

habilidades e informações; o *capital* social é o conjunto de acessos sociais – relacionamentos e a rede de contatos; o *capital* simbólico é o conjunto de rituais que gera reconhecimento e prestígio.

Cada *campo* é regido por interesses específicos de seus agentes que, por sua vez, também seguem a *doxa*, ou crenças e práticas coletivas. Mas, interpenetração dos *campos* torna possível, pois a produção cultural influencia a hierarquia simbólica do *campo*, seja por efeitos dos conflitos; bem como por contaminação das ideias (BONNEWITZ, et al., 2002:55).

Na concepção de Bourdieu, o trabalho científico é empírico, dinâmico e sistêmico, não seguindo uma ordem linear de operação, podendo ao longo da pesquisa alterar a problemática, modificar as hipóteses e variáveis.

#### **4. METODOLOGIA DE PESQUISA**

Para abordar de forma associada às questões de pesquisa apresentadas, adotou-se nesse trabalho a pesquisa bibliográfica, em que utilizou-se principalmente livros e artigos. Adotou-se também o método de abordagem comparativo, correlacionando as experiências disponibilizadas pelas empresas (Nike, FIAT, Cacau Show e empresas de software) vivenciadas autores e as teorias adotando um caráter experimental e processual, o que propicia ao leitor a visualização dos conceitos em aplicações da realidade atual.

#### **5. ANÁLISE DE DADOS**

Atualmente, as organizações já realizam fórum como instrumento de pesquisa de avaliação de serviços, satisfação, transformação e criação de produtos/ serviços, bem como outras ações, definindo previamente quem serão os participantes. Esses fóruns ocorrem em espaços próprios e fechados.

Por outro lado, vale ressaltar que o fórum com participação aleatória não será objeto de estudo desse trabalho, tendo em vista sua complexidade.

O método definido por Bourdieu pode ser classificado em estruturalista genético, que parte de um construtivismo fenomenológico; buscando, nas interações entre agentes/instituições, encontrar estruturas “*historizadas*” sobre

as percepções, pensamentos e ações (gênese social) (THIRY-CHERQUES, 2006:30).

E o fórum de discussão permite o diálogo interativo entre diversos atores - independe do local/tempo, uma vez que os participantes não necessitam estar conectados online, para que o diálogo aconteça no momento exato.

A *NIKE*, por exemplo, vem desenvolvendo com os clientes do “*Nike Plus*”, espaços onde os consumidores disponibilizam os registros de seu treino de corrida no site, por meio de um sensor acoplado ao tênis. Isso permite acompanhar e comparar o seu desempenho, participar de fórum de discussão e relacionar com outros corredores do mundo. Também nas empresas de softwares, os clientes participam, contribuindo com dúvidas, ponderações e questionamentos sobre a utilização, performance e aplicações dos produtos.

Bourdieu tem como pressuposto a não separação entre a realização da pesquisa e o local que é empregada, sem perder a sua sistematização e objetivação. Isso reforça o fato do fórum de discussão ser compatível ao seu método, uma vez que ele é um espaço de integração e permite, virtualmente, congrega pessoas com características ou vivências semelhantes; além de possibilitar ao pesquisador ir ao *campo* e levantar elementos para construção de hipóteses e delimitação de problemas como parte do processo investigativo.

No Brasil, as iniciativas de pesquisas são incipientes e sem cunho científico, porém o interesse é crescente. Algumas propostas têm sido colocadas pelo setor de marketing/desenvolvimento de produto e pesquisa/ inovação, onde o consumidor é estimulado a participar e cooperar.

Essa tendência iniciou-se nos produtos e serviços relacionados ao mercado tecnológico, porém os produtos de consumo diário, como alimentação, vestuário, automóveis e outros estão apresentando algumas iniciativas, que combinam uma proposta de entretenimento, com informação e a possibilidade de fazer parte de uma rede de contato. Uma experiência já utilizada no mercado é um site de simulação de direção de um automóvel da FIAT, onde o participante depois continua a interação com a empresa por fóruns, ações promocionais e outras atividades de relacionamento.

Para maior aprofundamento nos processos de investigação elaborado por Bourdieu a análise seguirá as etapas sugeridas por ele:

a) Marcação de um segmento social com características sistêmicas (*campo*) - Nessa etapa, o pesquisador define seus objetivos e o arcabouço conceitual que lhe dará suporte no decorrer de sua pesquisa.

b) Construção prévia do esquema das relações dos agentes e instituições como objeto do estudo- Essa etapa é de fundamental importância para a condução dos fóruns de discussão, pois o pesquisador levanta previamente o perfil e as relações de poder entre os agentes e instituições, com a finalidade de construção de estratégia de condução do fórum que dependerá dessa leitura antecipada.

Faz parte dessa etapa, o planejamento da aplicação da pesquisa, que se compõe das seguintes atividades: a estruturação do roteiro de condução, a elaboração das regras e material de apoio, bem como a construção de instrumentos de avaliação e de acompanhamento da pesquisa.

Os sistemas tecnológicos permitem à ferramenta de fórum a adoção de mecanismos de acompanhamento de acesso, postagem de palavras chaves, quantificações de respostas de enquetes agregadas, dentre outros, o que possibilita os controles estatísticos previstos no método de Bourdieu. (THIRY-CHERQUES, 2006:48).

O fórum de discussão abre possibilidades de realização da pesquisa quantitativa e qualitativa, cabendo ao pesquisador traçar as estratégias metodológicas a serem utilizadas para responder ao problema de pesquisa.

c) Decomposição de cada ocorrência significativa, característica do sistema de posições do *campo* - nessa etapa, são estabelecidas as interações e as relações entre os participantes do grupo. No fórum de discussão virtual o papel do moderador é imprescindível para o sucesso da coleta de dados. Ele acolhe e integra o agente ao grupo e ao ambiente de participação e colaboração, estimulando o participante a integrar-se no grupo. O moderador tem a função de mediar os diálogos, conduzindo o grupo por meio de questões, imagens, provocações e reflexões.



Mas, nesse ponto percebe-se uma incoerência quando Bourdieu entende a dificuldade da inserção completa do entrevistador e entrevistado observador e observado, uma vez que todos se interagem no grupo, havendo uma relação direta entre “*campos*” e “*habitus*”, capaz de transformar ideias ou, até mesmo, contaminar as posições.

Thiry-Cherques (2006:48-49) chama a atenção para a inter-relação dos conceitos *campo*, *habitus*, *capital* e *doxa* propostos por Bourdieu, que são capazes de manter uma estrutura de poder vigente ou transformá-la em outra, onde o *capital* cultural, social e simbólico influenciam as relações de poder do grupo.

Por outro lado, o grupo está também subjugado a *doxa*, que são as normas e intervenções que o moderador pode atuar sobre o grupo. Além das próprias regras criadas pelo grupo.

d) As outras etapas propostas por Bourdieu - análises das relações objetivas entre as posições no campo; análise das disposições subjetivas (*habitus*); construção de uma matriz relacional, corrigida da articulação entre as posições dentro de uma estrutura lógica do campo; e síntese da problemática geral do campo - são comuns a qualquer outro tipo de técnica de pesquisa.

## **6. CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir desse estudo, conclui-se que a “ferramenta” de fórum de discussão virtual estruturado adotado pelas organizações pode ser considerada um espaço de pesquisa de opiniões e, identificação de informações como fonte de recomendações gerenciais e que a sua abordagem vis a vis o método de investigativo são desenhados pelos princípios propostos por Pierre Bourdieu.

A resposta positiva desse estudo sinaliza, para os pesquisadores da ciência da gestão empresarial, a importância do tema para futuras pesquisas, como fórum de participação aleatória, a estruturação de estratégias e métodos para utilização do fórum em pesquisas da área.

O estudo, também, demonstrou que a ferramenta de fórum de discussão virtual pode ser um instrumento de pesquisa a ser aplicado em outros métodos,

que tenham a mesma necessidade de interação com os participantes, mas que considere a possibilidade de transformação na ação dos agentes envolvidos.

Contudo, compreende-se que os métodos de procedimento de pesquisa precisam ser ampliados, de forma atender a uma nova ordem social e tecnológica que se coloca nos novos tempos.

## REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, P. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. São Paulo: Papirus, 1996.
- DOMINGUES, E. *Avaliação de fóruns de discussão*. Collaborate with wiki. 2006. Disponível em: <http://wiki.sintectus.com/bin/view/EaD/AvaliacaoDeForunsDeDiscussao>. Acesso em: 20. jul. de 2011.
- DORTIER, J. À propôs de Méditations Pascaliennes. *Sciences Humaines*, p. 54-57, 2002. (Número Spécial — Pierre Bourdieu).
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. *Questões de método: aspectos da prática de pesquisa em internet*. Porto Alegre: Sulina: 2011.
- GONZALES, M. (2006). <http://blog.eadsenacdf.com.br> - acesso em 15 dez.2011 [http://pt.wikipedia.org/wiki/Grupo\\_focal](http://pt.wikipedia.org/wiki/Grupo_focal) - acesso em 14 dez.2011 .
- GUMMESSON, E. *Marketing de relacionamento total*. São Paulo: Bookman , 2010.
- LITTO, F. M.; FORMIGA, M.(org.). *Educação à distância: o estado da arte*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.
- PEPPERS, Don; ROGERS, Martha. *Marketing um a um: marketing individualizado na era do cliente*. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- PRADO, M. E. B. B.; VALENTE, J. A. A. *Educação a distância possibilitando a formação do professor com base no ciclo da prática pedagógica*. Campinas: Unicamp/NIED, 2002.
- THIRY- CHERQUES, H. R. Pierre Bourdieu: A teoria na prática. *RAP*, Rio de Janeiro 40:27-55, Jan./Fev. 2006.