

---

# A PERTINÊNCIA DA ETNOGRAFIA EM ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO

Letícia Conceição Martins Cardoso & Márcio Leonardo Monteiro Costa\*

---

## Índice

Introdução . . . . .	1
1 A abordagem etnográfica: quando o contato com <i>outro</i> é indispensável . . .	2
1.1 Trilhas metodológicas da pesquisa etnográfica . . . . .	3
1.1.1 Diário e inserção no campo . . . . .	4
1.1.2 Observação participante e entrevistas	5
1.1.3 Observação participante e entrevistas	5
1.1.4 Observação participante e entrevistas	5
1.1.5 A escrita . . . . .	6
2 Uma nova etnografia? . . . . .	6
3 Etnografia para a comunicação . . . . .	7
Considerações finais . . . . .	8
Referências . . . . .	8

*As sociedades, como as vidas, contêm suas próprias interpretações. É preciso apenas descobrir o acesso a elas.*  
(Clifford Geertz)

## Introdução

A COMUNICAÇÃO sempre fez parte de nossa essência antropológica. Mas, nas sociedades contemporâneas, a formação de nossas identidades e as relações que estabelecemos com os outros e com o mundo estão cada vez mais associadas às tecnologias da informação e da comunicação. Jenkins (2009) denomina este momento de cultura da convergência, um novo modo de representar a mente dos consumidores individuais e que pode ser percebido em suas interações sociais,

\*Universidade Federal do Maranhão

© 2018, Letícia Conceição Martins Cardoso & Márcio Leonardo Monteiro Costa.

© 2018, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo deste artigo está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa auto-

nas formas de consumo e nas relações dos usuários com a tecnologia contemporânea.

Neste contexto societário, o campo da Comunicação está se convertendo num espaço estratégico, a partir do qual se podem pensar as relações sociais, bem como os conflitos, as tensões e as contradições que nos constituem.

Hoje é quase impossível se fazer o estudo de um grupo social sem considerar a relação deste segmento com as mídias e outras tecnologias comunicacionais, o que vem despertando já há algum tempo o interesse dos cientistas sociais, como é o caso do sociólogo Manuel Castells e do antropólogo Néstor Garcia Canclini, que, dentre vários outros pesquisadores, são referência de pesquisa no campo da Comunicação.

No mesmo movimento interdisciplinar, a Comunicação vem tecendo um diálogo com a Antropologia, compartilhando seus interesses, objetos de estudo e métodos. Essa aproximação pode ser constatada desde a experiência da Escola de Chicago<sup>2</sup>, que, a partir de 1920, despertou o olhar da antropologia para os centros urbanos e sua (inevitável) relação com os veículos midiáticos. E, como indica Silveira (2006), especialmente, a partir da década de 1980, com os estudos culturais ingleses e os estudos latino-americanos da recepção, que procuram salientar a natureza comunicacional da cultura e a natureza cultural da comunicação. Um dos traços que passam a ser compartilhados é justamente o método clássico da disciplina antropológica, a etnografia, tema deste trabalho.

rização do editor e do(s) seu(s) autor(es). O artigo, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es).

<sup>2</sup> Escola de pesquisas sociológicas fundada nos Estados Unidos em 1910 que desenvolveu estudos em comunicação cuja tendência metodológica aliou pesquisa quantitativa e qualitativa (abordagem etnográfica), visando entender as interações simbólicas dos sujeitos no contexto social.

O método de pesquisa de campo por excelência da Antropologia<sup>3</sup> tem se mostrado promissor nas pesquisas comunicacionais, especialmente no que diz respeito aos estudos de recepção. Diante disso, o objetivo deste artigo é tratar a pertinência da abordagem etnográfica enquanto método para investigar objetos de comunicação. Para isso, revisitamos autores de referência na área, apresentamos as características deste método de pesquisa qualitativo e empírico, seus procedimentos de coleta de dados e descrevemos apropriações etnográficas bem sucedidas pelo campo da Comunicação.

## 1 A abordagem etnográfica: quando o contato com *outro* é indispensável

Tradicionalmente, Franz Boas (1858-1942) e Bronislaw Malinowski (1884-1942) são apontados como os fundadores da etnografia (Laplantine, 2003). Foram esses antropólogos que primeiro advogaram a necessidade de o pesquisador ir além de relatos de segunda mão feitos por viajantes e missionários e efetuar, ele próprio, sua pesquisa no campo, dando a esta etapa um valor significativo ao constituir parte integrante da pesquisa<sup>4</sup>.

Desde então, a abordagem etnográfica é concebida como uma investigação de fenômenos sociais em que o pesquisador participa do contexto pesquisado com o objetivo de entender os significados das ações e dos comportamentos dos sujeitos que vivem e se relacionam numa dada sociedade. Esses significados são expressos na linguagem ou nas próprias ações dos nativos, denominados pelos antropólogos de informantes. Em suma, fazer etnografia implica um trabalho de descrição de uma cultura a partir da visão de mundo dos nativos dessa cultura.

<sup>3</sup> Cabe aqui uma breve distinção entre Etnografia, Etnologia e Antropologia: Os três termos são muitas vezes empregados em convergente sentido quando se trata de campos distintos. A definição de etnografia exige trabalho no próprio terreno, observação direta e a participação do investigador constantemente à procura das melhores vias de acesso. Ela fica ao nível da descrição e visa a uma apresentação tão completa quanto possível de um grupo (e de uma cultura) cuja extensão restrita parece permitir um apanhado total. A Etnologia constitui uma segunda etapa. Sem excluir a observação direta, tende para a síntese e não pode contentar-se unicamente com os materiais recolhidos em primeira mão. É um ramo da Antropologia cultural que faz o estudo comparativo sistemático da variedade de povos. Já a Antropologia, diz Lévi-Strauss: “tem por objetivo um conhecimento global do homem, abarcando o que lhe diz respeito em toda a sua extensão histórica e geográfica; aspirando um conhecimento aplicável ao conjunto do desenvolvimento humano (...) e tendendo a conclusões positivas ou negativas, mas válidas para todas as sociedades humanas, desde a grande cidade moderna, até a mais pequena tribo melanésia”. Ver mais em: Balandier (1977).

De acordo com Malinowski (1986), as fontes na pesquisa etnográfica têm características conflitantes: são ao mesmo tempo acessíveis, disponíveis, complexas e enganosas. Para ele, isto se explica porque as informações não estão armazenadas em documentos materiais, mas no comportamento e na memória dos pesquisados. A meta da pesquisa etnográfica seria, então, captar o ponto de vista do nativo. Ou seja, captar “sua relação com a vida, apreender a *sua* visão do *seu* mundo. Temos que estudar o homem e devemos estudar o que lhe diz respeito mais intimamente, ou seja, a influência que a vida exerce sobre ele” (Malinowski, 1986, p. 48).

Assim surge a prática etnográfica no fim do século XIX, rompendo com uma tradição determinista e evolucionista nos estudos das ciências humanas e sociais, cujos métodos de pesquisa se orientavam – para garantir a legitimidade científica – pelas ciências exatas e da natureza (baseadas na prova, na “neutralidade”, na “verdade”, no quantitativo). Um primeiro princípio que se contrapõe às noções positivistas então vigentes é que a etnografia passa a reconhecer as subjetividades do pesquisador e dos pesquisados como elementos fundamentais da experiência de levantamento de dados, desmontando a ideologia da neutralidade nas ciências sociais. Este reconhecimento, como se observa, vem se estendendo gradualmente a outras disciplinas e inspirando novas práticas metodológicas, a exemplo da história oral, da pesquisa-ação, análise hermenêutica, entre outras.

Em segundo lugar, a etnografia inova (e choca) ao introduzir o esforço de estranhamento dos pesquisadores em relação ao objeto, num movimento de compreender, aproximando o que está distante e tornando familiar o que é estranho. Sobre isso,

<sup>4</sup> Franz Boas formulou o conceito de etnocentrismo e a necessidade de se estudar cada cultura singularmente por seus próprios termos, o que influencia a Antropologia até hoje. A partir do estudo dos índios do Peru e da América Central, criticou severamente os determinismos biológicos e geográficos, além da crença no evolucionismo cultural, defendendo, a então inédita noção de cultura como fruto de um desenvolvimento histórico peculiar. Para Boas, o objetivo da pesquisa antropológica está em compreender qual sentido os membros de uma cultura atribuem às suas práticas, ao invés de estabelecer leis gerais (evolucionistas). Malinowski, por sua vez, atribui a incoerência da vida primitiva relatada por antropólogos da época à falha das técnicas de observação. Sua principal contribuição para a Antropologia foi a formulação de um novo método de investigação de campo, descrito em obras como o célebre “Argonautas do Pacífico Ocidental”. Também rejeitou a especulação evolucionista e considerou em sua análise não só a ação, mas também a representação da ação, buscando os significados dos fenômenos culturais, a partir da extensa vivência com o povo Mailu e os nativos das Ilhas Trobriand, na Austrália. Ver mais em: Laplantine (2003).

Beaud e Weber (2007, p.10) dizem que a etnografia não julga, nem condena em nome de um ponto de vista “superior”. Este novo modo de pesquisar sociedades consideradas “exóticas” e “primitivas” (tribos indígenas isoladas, povos em extinção) contribuiu para denunciar a tendência ao etnocentrismo nas ciências e para uma nova concepção de cultura, percebida de forma singular e relativizada, evitando a comparação evolucionista entre culturas. Em outras palavras, cada sociedade, cada cultura passa a ser vista com sua importância, com seu próprio sistema lógico e coerente.

Mas a etnografia não ficou restrita à necessidade de se conhecer as sociedades “exóticas”. Como veremos adiante, essa perspectiva metodológica continua atual, na medida em que se adaptada aos problemas comuns do mundo contemporâneo. Assim, é um método que se baseia no contato intersubjetivo entre o pesquisador e o seu objeto, seja ele uma tribo indígena do Xingu ou qualquer outro grupo social (os fãs de um cantor pop, um grupo de bumba-meu-boi, a comunidade de uma favela do Rio de Janeiro, os vizinhos do nosso bairro, os empresários de multinacional etc), tudo depende do recorte analítico que será feito.

### 1.1 Trilhas metodológicas da pesquisa etnográfica

Ao analisar a prática de pesquisa de Malinowski, Durham (1986) elenca alguns procedimentos-chave do antropólogo que ajudam a compreender a abordagem etnográfica e que podem servir como recomendação para novas pesquisas de campo.

Primeiro, o pesquisador não deveria se contentar com uma única informação obtida de uma fonte ou de um informante, por mais privilegiado que este pareça ser. Em seguida, seria importante comparar as informações obtidas, ou seja, o relato, com aquilo que se observa diretamente, no comportamento das pessoas em situações específicas. Este último passo seria a forma mais coerente de entender se o comportamento observado está de acordo com os comentários feitos sobre estes comportamentos.

Sobre este aspecto, Peirano (1995, p. 135-136) aponta que:

[...] a pesquisa etnográfica é o meio pelo qual a teoria antropológica se desenvolve e se sofisticava quando desafia os conceitos estabelecidos pelo senso comum no confronto entre a teoria que o pesquisador leva para o campo

e a observação da realidade ‘nativa’ com a qual se defronta.

De acordo com Oliveira (2000), o trabalho do antropólogo – embora seja necessário admitir que não apenas o trabalho do antropólogo – consiste em realizar três tarefas: olhar, ouvir e escrever. O autor salienta que é necessário “disciplinar” o *olhar* e o *ouvir*, isto é, estas duas primeiras etapas devem ser orientadas por um aporte teórico específico. O objeto, deste modo, não poderia ser apreendido fora de um esquema conceitual de uma disciplina. O autor diz que as duas primeiras etapas também não podem ser tomadas como independentes, mas como complementares. A etapa do escrever seria, então, a da sistematização do que fora observado. Em suma, a etnografia seria um trabalho rigoroso de observação, escuta e descrição.

Mas qual a origem da autoridade etnográfica? Esta é a questão posta por Clifford (2002), em uma análise sobre o que chama de etnografia profissional. Para o autor, a partir da década de 1920, a etnografia pode ser pensada como uma descrição cultural baseada na observação participante que obedeceria a, pelo menos, seis “regras”. Primeiro, ocorreu a legitimação da *persona* do pesquisador de campo. Entre os padrões normativos a serem considerados, temos que “o pesquisador de campo deveria viver na aldeia nativa, usar a língua nativa, ficar um período de tempo suficiente (mas raramente especificado), investigar temas clássicos, e assim por diante” (Clifford, 2002, p. 28). Esta profissionalização entra em oposição direta com os escritores como missionários, comerciantes e viajantes que anteriormente apenas relatavam a vida dos observados, sem obediência à cientificidade ou neutralidade.

O etnógrafo profissional, considerando o pouco tempo em que iria permanecer no campo, poderia “usar” a língua dos nativos, mas não necessariamente precisava dominá-la. A ênfase maior estava no poder da observação. Uma vez que tivesse sido devidamente treinado, o observador poderia não apenas registrar, mas explicar a cultura de um determinado povo. Estas explicações eram mais facilmente alcançadas pelos etnógrafos acadêmicos visto que estes faziam uso do que Clifford (2002, p. 29) chama de “poderosas abstrações teóricas”. E já que se tratava de pesquisas de curta duração, era importante focar em instituições específicas. As partes eram concebidas, aponta o autor, como analogias do todo. Por último, temos que os todos representados no traba-

lho dos etnógrafos profissionais eram sincrônicos. Ou seja: “Introduzir uma pesquisa histórica de longa duração teria complicado e tornado impossível a tarefa do novo estilo de trabalho de campo” (Clifford, 2002, p. 30).

A crítica do autor concentra-se na ideia de que tais “regras” teriam servido para validar o que chama de “etnografia eficiente”, baseada na observação participante científica. Porém, para Clifford (2002, p. 33), a observação participante seria uma fórmula para uma espécie de vaivém entre o interior e o exterior dos acontecimentos: “[...] de um lado, captando o sentido de ocorrências e gestos específicos, através da empatia; de outro, dá um passo atrás, para situar esses significados em contextos mais amplos”. Precisa haver, reivindica o autor, um tratamento dialético entre experiência e interpretação, sob o risco de reduzir a observação participante numa fórmula paradoxal e enganosa.

Um dos aspectos centrais para a autoridade etnográfica está na tradução da experiência de pesquisa em texto. Clifford (2002, p. 41) apresenta a questão nos seguintes termos:

Se muito da escrita etnográfica é produzido no campo, a real elaboração de uma etnografia é feita em outro lugar. Os dados constituídos em condições discursivas, dialógicas, são apropriados apenas através de formas textualizadas. Os eventos e os encontros da pesquisa se tornam anotações de campo. As experiências tornam-se narrativas, ocorrências significativas ou exemplos.

Nesta mesma direção aponta Geertz (1989, p. 10), para quem fazer etnografia é mais que “estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, assim por diante”. Segundo o autor, essas são técnicas importantes do trabalho de campo, mas não são a etnografia propriamente dita. Para ele, a etnografia é uma “descrição densa”, resultado de um esforço e um investimento intelectual.

Segundo Travancas (2011), a descrição densa é uma interpretação que pretende dar conta das estruturas significantes que estão por trás e dentro do menor gesto humano numa determinada cultura. Assim, o pesquisador que opta pelo trabalho etnográfico deve ultrapassar a descrição superficial dos fatos e compreender como estes são produzidos, percebidos, interpretados pelos “nativos” da sociedade estudada.

Assim, a abordagem etnográfica expõe a complexidade das práticas sociais mais comuns dos pesquisados, aquelas tão espontâneas que passam despercebidas e que se acredita serem “normais” ou “naturais”, mas foram naturalizadas pela ordem social como práticas econômicas, escolares, culturais, midiáticas, políticas, religiosas.

Para fins didáticos, tomamos como referência a sistematização feita por Travancas (2011) e as orientações de Beaud e Weber (2007) sobre as etapas e os procedimentos do trabalho etnográfico:

### 1.1.1 Diário e inserção no campo

É necessário preparação para a pesquisa etnográfica. O pesquisador precisa se municiar, prover-se com diversos tipos de leituras. De acordo com Beaud e Weber (2007), existem quatro razões para que o pesquisador faça um trabalho prévio de leitura antes de ir, de fato, ao campo. Em primeiro lugar, as autoras apontam para o conhecimento acumulado. A leitura evitaria, neste sentido, que erros ou preconceitos fossem reproduzidos. Depois, a leitura teria a função de refinar as questões da pesquisa. A seguir, permitiria que o pesquisador tivesse uma visão correta a respeito do campo. E por último, que tivesse ideias para a condução da pesquisa na relação com os pesquisados.

Após o levantamento bibliográfico e leitura, é preciso fazer um diário ou caderno de campo (de papel ou digital, podendo-se usar gravadores, *smartphones*, *tablets* etc), em que o pesquisador registrará as questões sobre o tema e grupo pesquisado, além de descrever tudo o que observar e presenciar no campo. Beaud e Weber (2007, p. 67) defendem:

Só o diário de campo transforma uma experiência social ordinária em experiência etnográfica, pois não só restitui os fatos marcantes que sua memória corre o risco de isolar e de descontextualizar mas, especialmente, o desenrolar cronológico objetivo dos eventos.

O diário ajudará também na explicitação das nossas das “pré-noções”: na medida em que as anotamos, caminhamos para um processo de ruptura e autoanálise.

Outro ponto é que o pesquisador deve estar preparado para negociar sua inserção no grupo a ser pesquisado, uma vez que é impossível prever as condições e exigências de acesso, tendo uma “infinitude de possibilidades e variáveis que na reali-

dade estão mais relacionadas ao universo pesquisado que ao método propriamente dito” (Travancas, 2011, p. 101).

### 1.1.2 Observação participante e entrevistas

A etnografia é uma pesquisa de caráter qualitativo, que até pode se apropriar de questionários ou dados estatísticos como informações complementares, mas uma vez que o objetivo principal do trabalho etnográfico consiste em entender “o ponto de vista dos nativos”, o mais importante é observá-los e ouvi-los, o que requer paciência e tempo. Assim, na condução da pesquisa, observações e entrevistas são complementares. Sobre este aspecto, Beaud e Weber (2007, p. 93) afirmam: “[...] uma observação sem entrevistas arrisca-se a ficar cega aos pontos de vista nativos; uma entrevista sem observações corre o risco de ficar prisioneira de um discurso descontextualizado”.

Quanto à observação participante, não há uma regra ou código rígido de comportamento, mas o pesquisador deve saber observar tendo consciência de que também é observado e de que sua presença pode modificar as atividades cotidianas do grupo. Ele pode participar e se envolver nas práticas do grupo, sem negligenciar, no entanto, o seu compromisso profissional e ético. É preciso ter cuidado com o engajamento para não perder o foco da pesquisa e transformar-se apenas num portavoze do grupo.

No caso das entrevistas, a preferência é pelas entrevistas abertas e em profundidade, que costumam ser longas e podem ser realizadas em vários encontros, em dias e locais diferentes, para explorar novas percepções. Geralmente partem da biografia do entrevistado e novas questões podem ser levantadas na ocasião por qualquer uma das partes. Nelas, o pesquisador pode pedir esclarecimentos, mostrar contradições, mas sem pressionar ou julgar o informante; seu dever é escutar, pois não está em busca de uma resposta verdadeira ou objetiva. Os silêncios e as lacunas também devem ser considerados dados valiosos a serem interpretados.

### 1.1.3 Observação participante e entrevistas

É necessário preparação para a pesquisa etnográfica. O pesquisador precisa se municiar, prover-se com diversos tipos de leituras. De acordo com Beaud e Weber (2007), existem quatro razões para que o pesquisador faça um trabalho prévio de leitura antes de ir, de fato, ao campo. Em primeiro lugar, as autoras apontam para o conhecimento acu-

mulado. A leitura evitaria, neste sentido, que erros ou preconceitos fossem reproduzidos. Depois, a leitura teria a função de refinar as questões da pesquisa. A seguir, permitiria que o pesquisador tivesse uma visão correta a respeito do campo. E por último, que tivesse ideias para a condução da pesquisa na relação com os pesquisados.

Após o levantamento bibliográfico e leitura, é preciso fazer um diário ou caderno de campo (de papel ou digital, podendo-se usar gravadores, *smartphones*, *tablets* etc), em que o pesquisador registrará as questões sobre o tema e grupo pesquisado, além de descrever tudo o que observar e presenciar no campo. Beaud e Weber (2007, p. 67) defendem:

Só o diário de campo transforma uma experiência social ordinária em experiência etnográfica, pois não só restitui os fatos marcantes que sua memória corre o risco de isolar e de descontextualizar mas, especialmente, o desenrolar cronológico objetivo dos eventos.

O diário ajudará também na explicitação das nossas das “pré-noções”: na medida em que as anotamos, caminhamos para um processo de ruptura e autoanálise.

Outro ponto é que o pesquisador deve estar preparado para negociar sua inserção no grupo a ser pesquisado, uma vez que é impossível prever as condições e exigências de acesso, tendo uma “infinitude de possibilidades e variáveis que na realidade estão mais relacionadas ao universo pesquisado que ao método propriamente dito” (Travancas, 2011, p. 101).

### 1.1.4 Observação participante e entrevistas

A etnografia é uma pesquisa de caráter qualitativo, que até pode se apropriar de questionários ou dados estatísticos como informações complementares, mas uma vez que o objetivo principal do trabalho etnográfico consiste em entender “o ponto de vista dos nativos”, o mais importante é observá-los e ouvi-los, o que requer paciência e tempo. Assim, na condução da pesquisa, observações e entrevistas são complementares. Sobre este aspecto, Beaud e Weber (2007, p. 93) afirmam: “[...] uma observação sem entrevistas arrisca-se a ficar cega aos pontos de vista nativos; uma entrevista sem observações corre o risco de ficar prisioneira de um discurso descontextualizado”.

Quanto à observação participante, não há uma regra ou código rígido de comportamento, mas o pesquisador deve saber observar tendo consciência de que também é observado e de que sua presença pode modificar as atividades cotidianas do grupo. Ele pode participar e se envolver nas práticas do grupo, sem negligenciar, no entanto, o seu compromisso profissional e ético. É preciso ter cuidado com o engajamento para não perder o foco da pesquisa e transformar-se apenas num portavo do grupo.

No caso das entrevistas, a preferência é pelas entrevistas abertas e em profundidade, que costumam ser longas e podem ser realizadas em vários encontros, em dias e locais diferentes, para explorar novas percepções. Geralmente partem da biografia do entrevistado e novas questões podem ser levantadas na ocasião por qualquer uma das partes. Nelas, o pesquisador pode pedir esclarecimentos, mostrar contradições, mas sem pressionar ou julgar o informante; seu dever é escutar, pois não está em busca de uma resposta verdadeira ou objetiva. Os silêncios e as lacunas também devem ser considerados dados valiosos a serem interpretados.

### 1.1.5 A escrita

A última etapa do processo é a elaboração do texto, que é escrito para a comunidade acadêmica. “O pesquisador não é apenas um transmissor de falas ouvidas (...), seu papel fundamental é interpretar”, ou seja, atribuir sentido a ações, comportamentos, falas que podem parecer caóticas, obscuras e até mesmo naturais. É uma tarefa de desconstrução e reconstrução da cultura a partir da produção textual. Evocando as palavras de Geertz (1989, p.7):

é como tentar ler (no sentido de “construir uma leitura de”) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escritos não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamentos modelados.

Neste processo, o trabalho final do antropólogo – seu texto – acaba sendo fruto de muitas vozes: das vozes nativas, das vozes dos autores com quem dialoga e da sua própria voz, num discurso polifônico.

## 2 Uma nova etnografia?

Numa perspectiva mais atual da pesquisa etnográfica, Flick (2009) argumenta que a etnografia tem sido utilizada em substituição à observação participante. Isto porque visaria não apenas a uma compreensão de eventos e processos sociais a partir de relatos, mas de um ponto de vista interno ao processo. “A participação prolongada – em vez de entrevistas e observações isoladas – e o uso flexível de diversos métodos (incluindo entrevistas mais ou menos formais ou análise de documentos) caracterizam essa pesquisa” (Flick, 2009, p. 31). Entrevistas e análise de documentos são técnicas de coletas de dados que, integradas à pesquisa, forneceriam informações complementares, sugere o autor. “Enquanto, no começo, a etnografia estudou culturas remotas em seu caráter de não-familiaridade, a etnografia atual começa sua pesquisa por perto e quer mostrar determinados aspectos daquilo que parece familiar a todos nós” (Flick, 2009, p. 215).

Na perspectiva de Beaud e Weber (2007), existem muitos sentidos para o que se costuma chamar de pesquisa de campo. O campo do etnógrafo seria caracterizado pela presença demorada no local, estabelecimento de relações de proximidade e confiança com os pesquisados, escuta atenta e paciência para a execução de um trabalho que pode durar meses ou mesmo anos. Tudo isso para dar a palavra àqueles que normalmente seriam negligenciados no processo de pesquisa. As vantagens da utilização desta abordagem são descritas pelas autoras nos seguintes termos:

A etnografia, graças à imersão do pesquisador no meio pesquisado, reconstitui as visões da base mais variadas do que se imagina; permite o cruzamento de diversos pontos de vista sobre o objeto, torna mais clara a complexidade de práticas e revela sua densidade (Beaud; Weber, 2007, p. 10-11).

Para as autoras, a pesquisa etnográfica permitiria uma mudança completa de ponto de vista, ao permitir que questões nas quais se esbarra no cotidiano sejam realmente vistas. Isto é, o trabalho do etnógrafo seria o de descobrir uma história subjacente a fatos considerados banais, naturais e evidentes não somente em sociedades distantes e consideradas exóticas.

A partir da tradição de estudos denominada Escola de Chicago, ainda nos anos 1920, os métodos de observação utilizados para estudar a vida e

os costumes dos índios da América do Norte passam a ser aplicados de maneira ainda mais eficiente ao estudo dos costumes, das crenças, das práticas sociais e das concepções gerais de vida que permeiam as cidades. Assim, é construído o caminho da Antropologia Urbana, em que o “outro” torna-se o “próximo”<sup>5</sup>.

Contrapondo-se à sociologia especulativa da Europa, caracterizada pela abstração para produção de sistemas gerais, a Escola de Chicago opta por realizar pesquisas a partir de “situações concretas, suscetíveis de ajudá-los a forjar ferramentas para a análise das atitudes e dos comportamentos” (Mattelart, 1999, p. 30), com enfoque microssociológico e empírico.

Assim, de forma pioneira, o grupo de pesquisadores de Chicago toma o meio urbano como seu foco de análise principal, numa abordagem etnográfica. Concentram suas investigações no surgimento de favelas, na proliferação do crime e da violência, no aumento populacional, entre outros temas marcantes no início do século XX. “A cidade como ‘laboratório social’, com seus signos de desorganização, de marginalidade, de aculturação, de assimilação; a cidade como lugar da ‘mobilidade’” (Mattelart, 1999, p.30) é o terreno privilegiado de observação da Escola.

Robert Park (1864-1944), experiente jornalista e pesquisador de destaque de Chicago, deu importantes contribuições ao campo da Comunicação, com o estudo de comunidades de imigrantes na sociedade americana, questionando a função assimiladora dos jornais. Park identifica sua problemática com o conceito de “ecologia humana”<sup>6</sup>, em que o nível social/cultural “é assumido pela comunicação e pelo consenso (ou ordem moral), cuja função é regular a competição, permitindo aos indivíduos, desse modo, partilhar uma experiência, vincular-se à sociedade”. (Mattelart, 1999, p. 32). A metodologia etnográfica, com monografias de bairro, observação participante, análise das histórias de vida, mostrou-se útil e necessária para Park nos estudos das interações sociais com a mídia, construindo uma verdadeira etnografia da comunicação urbana.

Mattelart (1999) observa que antes de Park, Cooley (1864-1929) já criticava as interpretações

<sup>5</sup> Nos casos em que se abordam grupos culturalmente próximos, deve-se buscar produzir a distância que permite a desnaturalização dos lugares comuns, ensinam Beaud e Weber (2007).

<sup>6</sup> Referência ao conceito do biólogo alemão Ernest Haeckel (1859), que define a ecologia como ciência das relações do organismo com o ambiente, compreendendo em sentido amplo todas as relações de existência. Além de Park, Spencer e Burgess também se apropriam dessa categoria como uma tentativa de implica-

unilaterais do processo de urbanização, tendências uniformizantes que não representavam o efetivamente vivido pelos habitantes das cidades. Assim, a etnografia torna-se uma opção para estudos em comunicação que entendem o indivíduo não apenas como receptor (depositário de mensagens ou número estatístico), mas como sujeito capaz de uma experiência singular, que traduz sua história de vida, sendo ao mesmo tempo submetido às forças de nivelamento e homogeneização do comportamento.

### 3 Etnografia para a comunicação

Com a popularização dos estudos de etnografia urbana, cada vez mais a abordagem etnográfica vem sendo apropriada pelos estudos em Comunicação. Numa tentativa de sistematizar e compreender os usos da etnografia neste Campo, Silveira (2006) realizou um mapeamento das produções acadêmicas da área, chegando a identificar vertentes que incorporam a pesquisa etnográfica<sup>7</sup>. São elas:

a) *Etnografia da comunicação urbana*: é desenvolvida a partir da Escola de Chicago, tratada anteriormente, figurando um conjunto de estudos de direcionamento etnográfico dedicados à sociabilidade urbana, à comunicação urbana ou à comunicação visual urbana. Benjamin, Simmel e Robert Park são os autores de referência. Não há um foco midiático mais estrito, mas a comunicação é vista como um elemento que integra o social, no espaço vivido da cidade. Os estudos de Janice Caiafa representam essa tendência no Brasil;

b) *A etnografia nos estudos de produção e de rotinas produtivas*: tem o objetivo de descrever etnograficamente as lógicas produtivas e as culturas profissionais que impactam sobre (e moldam) as ofertas midiáticas, sobretudo a produção jornalística. Representantes: Juana Gallego e Gaye Tuchman;

c) *Etnografia do consumo e da comunicação*: constitui uma etnografia da indústria cultural, em que o universo descrito é o universo ficcional vivido/performatizado no interior do filme ou da tevê. Neste caso, o campo passa a ser o próprio material midiático. Representante: Everardo Rocha.

ção sistemática do esquema teórico da ecologia vegetal e animal ao estudo das comunidades humanas. (Mattelart, 1999, p. 31).

<sup>7</sup> O autor justifica que essas vertentes não são formalizadas nem organizadas numa corrente de estudo específica, são na verdade tendências pulverizadas, ainda que aferíveis e localizáveis, modos ainda difusos de aparição do método etnográfico na Comunicação.

d) *Multimeios e documentações etnográficas*: os trabalhos que, com uma orientação antropológica, têm por objeto os mecanismos de registro fotográfico e videográfico e se interessam também por arte e multimídia, por fenômenos de representação e narrativa do real, por estratégias de documentação. Silveira (2006, p. 29) destaca que “cabe reconhecer a importância de tal perspectiva, ainda que tais estudos não ocupem o centro (ou o núcleo duro) da área, mas justamente o espaço fronteiro ou de trânsito entre Antropologia, Comunicação e Arte”. Representam essa tendência Március Freire e Etienne Samain; e

e) *Netnografias*: usam a etnografia como método empírico para a coleta de dados em pesquisas ligadas à internet, dedicadas ao exame de *chats*, listas de discussão e do espaço interacional da web. O foco são as experiências de sociabilidade dadas na (ou em função da) internet. Esta vertente vem ganhando destaque nos estudos contemporâneos de recepção. De acordo com Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 171), a internet e suas características permitem um tipo de transformação em relação à abordagem etnográfica na medida em que “[...] o deslocamento, o estranhamento e o ‘ir ao campo’ tão decisivos na formação do olhar interpretativo pareciam ter se esvaído frente a uma possível dissolução espaço-temporal advinda das tecnologias de comunicação e informação”. Entre outros, representam esta vertente Suely Fragoso, Raquel Recuero, Adriana Amaral e Simone Pereira de Sá.

### Considerações finais

A abordagem etnográfica é útil para acrescentar, à análise dos processos comunicativos, as vozes dos vários sujeitos envolvidos e as mais diversas percepções. Ao pesquisador, cabe a responsabilidade de proceder eticamente em relação àqueles a quem observa, preservando, quando for o caso, nomes ou qualquer outro dado que leve à identificação do informante. O pesquisador deve apresentar-se como tal, e precisa planejar bem a sua pesquisa. Cada passo deve ser previamente estudado, para que o pesquisador não perca o acesso às suas fontes. E considerando a importância dos aspectos não verbais das respostas dadas às questões das entrevistas, é fundamental que entrevistador e entrevistado possam estar cara a cara.

São muitas as possibilidades de aplicação e apropriação da etnografia no campo da Comunicação. No entanto, é preciso entender qual a vocação desta metodologia. Dito de outra maneira, a opção

pela abordagem etnográfica deve levar em consideração o objeto sobre o qual repousa o interesse do pesquisador. Saber que ela não satisfaz toda sorte de investigações, tendo em vista seu caráter necessariamente focal, estreitamente circunscrito, experimental, detalhista e descritivo, que exige negociação entre pesquisadores e pesquisados. Deve ser evitada por quem visa obter abstrações ou resultados gerais.

Desta maneira, considerando os usos contemporâneos da abordagem etnográfica, concordamos com Sá (2010, p. 299) quando afirma que a grande contribuição da etnografia para os debates comunicacionais da sociedade contemporânea, convergente e conectada em redes, é que “passamos da discussão macrossocial *das* redes a análises concretas *nas* redes”, consideradas como parte da realidade social.

### Referências

- Balandier, G. (1977). *Etnografia, Etnologia, Antropologia, Sociologia, Etnologia e Etnografia*. In G. Gurvith (org.), *Tratado de Sociologia*, vol. 1. Martins Fontes: São Paulo.
- Beaud, S. & Weber, F. (2007). *Guia para a pesquisa de campo: produzir e analisar dados etnográficos*. Petrópolis: Vozes.
- Clifford, J. (2002). *A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Durham, E. R. (1986). Uma nova visão da antropologia. In E. R. Durhan (org.), *Bronislaw Malinowski: Antropologia*. São Paulo: Editora Ática.
- Fíguro, R. (2000). Estudos de recepção para a crítica da comunicação. *Comunicação & Educação*, (17): 37-42, jan./abr. São Paulo.
- Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Artmed.
- Fragoso, S.; Recuero, R. & Amaral, A. (2011). *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Geertz, C. (1989). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- Guedes, O. (1998). Os estudos de recepção, etnografia e globalização. In A. A. C. Rubim, I. M. G. Bentz & M. J. Pinto, *Produção e recepção dos sentidos midiáticos*. Petrópolis: Vozes.



- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Laplantine, F. (2003). *Aprender antropologia*. São Paulo: Brasiliense.
- Leal, O. F. (1995). Etnografia de audiência: uma discussão metodológica. In M. W. S. (org.), *Sujeito: o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense.
- Malinowski, B. (1986). Introdução: o assunto, o método e o objetivo desta investigação. In E. R. Durhan (org.), *Bronislaw Malinowski: Antropologia*. São Paulo: Editora Ática.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1999). *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola.
- Oliveira, R. C. (2000). *O trabalho do antropólogo*. Brasília: Paralelo 15; São Paulo: Editora UNESP.
- Peirano, M. (1995). *A favor da etnografia*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará.
- Sá, S. P. & Carvalho, O. B. M. (2010). Em defesa da etnografia: sociabilidade e inclusão digital em lan houses e telecentros. In J. L. Braga, et al. (orgs.) *Pesquisa empírica em comunicação*. Livro Compós 2010. São Paulo: Paulus.
- Silveira, F. (2006). Experiências etnográficas no campo da Comunicação. *Unirevista*, 1(1): 23-31, janeiro.
- Travancas, I. (2011). Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In J. Duarte & A. Barros (orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.