



Ir a campo: contribuições do método etnográfico para o desenvolvimento da pesquisa em jornalismo

MARCIO NORBERTO

Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)
Graduado em Jornalismo com especialização na área cultural. Mestrando do PPG Jornalismo da
Universidade Estadual de Ponta Grossa. E-mail: marciob.norberto@gmail.com

KARINA JANZ WOITOVICZ

Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)
Jornalista, mestre em Ciências da Comunicação e doutora em Ciências Humanas. Professora do Curso de
Jornalismo e do PPG Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. E-mail:
karinajw@gmail.com

Resumo

O jornalismo tem buscado, nos últimos anos, seu reconhecimento como campo do saber científico. Alguns pesquisadores consideram que um dos entraves à constituição do jornalismo como lugar científico seria a ausência de metodologias específicas para desenvolvimento da pesquisa. Estudiosos debruçam-se neste percurso de elaboração e validação de métodos próprios capazes de interpretar fenômenos inerentes ao campo. O presente artigo contextualiza ligeiramente tal questão para, em seguida, dedicar-se à abordagem principal, voltada à metodologia etnográfica e suas contribuições para o desenvolvimento de pesquisas em jornalismo. Por fim, busca-se ainda demonstrar uma aproximação entre o trabalho etnográfico e a prática profissional do jornalista na produção de reportagens, tensionando um diálogo entre o discurso acadêmico e a prática social do jornalismo.

Palavras-chave

Jornalismo, etnografia, metodologia, pesquisa científica.

Abstract

The Journalism search, in recent years, its recognition as a field of scientific knowledge. Researchers believe that one of the obstacles to the establishment of journalism as a scientific place would be the lack of specific methodologies for research development. Scholars pore in this path of development and validation of methods themselves can interpret phenomena inherent to the field. This article briefly contextualizes this question to then devote themselves to the main approach, focused on ethnographic methodology and its contributions to the development of research in journalism. Finally, we seek to further demonstrate a connection between the ethnographic work and professional practice of journalists in the production of reports, tensing a dialogue between academic discourse and social practice of journalism.

Keywords

Journalism; ethnography; methodology; scientific research.

1. Introdução

Pode-se considerar que, a partir da década de 1990, com o aumento do número de cursos de pós-graduação em nível de mestrado e de doutorado, tem elevado também a investigação e a formulação de teorias acerca das áreas da Comunicação e do Jornalismo. Os trabalhos desenvolvidos comumente têm buscado delinear métodos próprios para efetivação das pesquisas.

Para o desenvolvimento do presente artigo, que terá como perspectiva principal a abordagem etnográfica como possibilidade de metodologia de investigação empírica para o Jornalismo, faremos ligeiras inferências acerca da Comunicação e do Jornalismo como lugares do saber científico. Ainda que de maneira superficial, a discussão em torno da cientificidade é inevitável, pois esbarra no preceito metodológico, o que nos leva a verificar que o jornalismo recorre a outras áreas científicas para formular seu arcabouço metodológico de investigação empírica.

Há, nos estudos empíricos em Jornalismo, demasiada dependência de metodologias advindas de outras áreas das Ciências Sociais para encaminhamento do trabalho. Mas o jornalismo precisaria de uma metodologia própria para desenvolver pesquisa empírica e ser reconhecido como campo científico? O método de pesquisa etnográfica seria válido para desenvolver pesquisa empírica na área? O que diferencia esta metodologia em relação a outras inclusive já utilizadas em estudos sobre jornalismo?

O trabalho etnográfico exhibe certa relação com a prática social jornalística, portanto, no presente artigo, como proposta secundária, porém relevante e complementar à abordagem metodológica, faremos uma breve incursão acerca deste diálogo entre etnografia e trabalho de campo do jornalista. Considera-se significativa esta abordagem porque, ainda que sejam lugares diferentes de produção do conhecimento, a troca contribuiria para aproximar o discurso produzido na academia e a prática profissional.

2. Por uma metodologia de pesquisa

Silva (2009) reconhece que o Jornalismo como campo científico vem ganhando força, sobretudo nos últimos anos, no Brasil, com a criação, por exemplo, da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), publicações da academia e também com a criação de programas de pós-graduação e grupos de pesquisa com linhas voltadas para o Jornalismo.

Silva alerta para a falta de cuidado no que se refere à classificação descritiva e metodológica das pesquisas em jornalismo. “Vemos nesses levantamentos sobre a produção científica em jornalismo um elenco de grupos que mistura tema, metodologia, técnica de coleta de dados e suporte tecnológico, sem distingui-los como categorias que são” (SILVA, 2009, p. 205).

É necessário diferenciar estes aspectos, pois esta mistura, conforme enfatiza a autora, dificulta a compreensão do objeto de investigação. “Essa não distinção – um emaranhado de categorias não misturáveis como temas, objetos de trabalho, paradigmas teóricos, opções metodológicas, especificidade tecnológica – dificulta a compreensão problemática da investigação no campo do Jornalismo” (SILVA, 2009, p. 205).

O argumento da dependência de metodologias de outras áreas reside na conformação de que o jornalismo seria um campo interdisciplinar no qual percorrem outras ciências. Não se nega a possibilidade de o jornalismo buscar experiências metodológicas de áreas já consolidadas como campo científico. O que se reivindica é autonomia para levar a efeito uma metodologia própria capaz de interpretar fenômenos inerentes e próprios ao campo.

Alinhar pesquisa teórica e investigação de campo é um debate bastante presente entre os pesquisadores da área da Comunicação e, por consequência, do Jornalismo. Esta problemática perpassa, sobretudo, a questão do reconhecimento da Comunicação como campo científico, reconhecimento este que também alcança o Jornalismo.

Acentua-se a questão da cientificidade quando entra em debate o aspecto metodológico das áreas que tensionam o lugar de ciência. Segundo Lopes (2009), no Brasil e na América Latina o campo da Comunicação é cercado de imaturidade teórica e falta de legado científico. “A abordagem crítica das metodologias em uso ainda é rara e feita de forma assistemática e não-cumulativa” (LOPES, 2009, p.89). Esta mesma autora diz que no contexto científico é imperativo que a metodologia seja o lugar da

reflexão, da síntese do conhecimento em relação ao próprio conhecimento, e como “prática-teórica”.

Isabel Ferin Cunha (2010) diz que para se alcançar credibilidade e confiabilidade científica é fundamental que os estudos jornalísticos estejam respaldados por procedimentos metodológicos validados universalmente por investigadores do próprio campo e de outras áreas. “Ao mesmo tempo, a credibilidade, confiabilidade e re-aplicabilidade da pesquisa empírica depende da enunciação, de forma clara e objetiva, dos pressupostos teóricos adotados e das metodologias que lhe dão sustentação” (CUNHA, 2010, p.168).

Pesquisadores do campo jornalístico reivindicam ser necessário e urgente o desenvolvimento de metodologias próprias para a pesquisa em jornalismo. Além dos objetivos científicos, que demarcariam e ao mesmo tempo consolidariam o jornalismo como “campo do saber científico”, parece-nos que a demanda por metodologia de pesquisa reflete também interesses que estabeleceriam um diálogo mais próximo entre o discurso acadêmico e o jornalismo como prática profissional.

O distanciamento entre campo teórico de investigação científica e desenvolvimento prático do jornalismo é bastante notório. No Brasil, por exemplo, verifica-se que as escolas de Jornalismo voltam-se para o ensino técnico, preparando profissionais para atuação no campo prático da profissão. A constituição de uma metodologia própria que emergisse, portanto, do lugar do jornalismo, poderia oferecer condições para ultrapassar os entraves à pesquisa na área.

A pesquisa na área amadureceu muito desde sua institucionalização. No entanto, ainda não conseguimos estabelecer um diálogo entre nossas pesquisas e o mercado jornalístico profissional. Não há dúvida de que estamos tratando de dois espaços distintos de construção do conhecimento – o campo da pesquisa em jornalismo e o campo do jornalismo em si. O desenvolvimento de ambos, porém, exige interação contínua, troca, contato. O pesquisador que pensa o jornalismo sem olhar o jornalista e o jornalista que executa sua função sem refletir sobre ela, estão contribuindo, igualmente, para o perigoso alargamento da distância entre a teoria e a prática (STRELOW, 2009, p.4).

De acordo com esta pesquisadora, durante os anos de 1970 estudiosos começaram a delinear uma metodologia própria para a área. De lá para cá, outros tantos pesquisadores têm se dedicado a aplicações metodológicas nos programas de pós-graduação.

Os caminhos metodológicos para o desenvolvimento de pesquisa em jornalismo apresentam dificuldades para a realização de um percurso próprio, construído a partir de metodologias específicas deste campo de investigação. Isto quer dizer que os projetos de pesquisa científica no campo do jornalismo e também na área de comunicação recorrem às metodologias de outras ciências. Em Ciências Sociais e, conseqüentemente, no jornalismo, há uma complexidade que cerca o objeto de estudo, instaurando, portanto, uma diversidade de paradigmas teóricos e metodológicos.

O postulado de autonomia relativa da pesquisa funda então a pertinência da Metodologia como domínio de reflexão sobre os processos e procedimentos desenvolvidos no interior da investigação. Isso faz com que, do ponto de vista metodológico, o campo de pesquisa seja concebido como a articulação dinâmica de diferentes instâncias e de diferentes fases que determinam um espaço no qual a pesquisa é apanhada num campo de forças, submetida a determinados fluxos, a determinadas exigências internas (LOPES, 2009, p.95).

Em jornalismo, justamente por se tratar de um lugar em que há dissonâncias sobre sua posição: área, campo ou disciplina, e porque os estudos são recentes, seria congruente que as pesquisas levadas a efeito neste lugar se apoiassem em referências vindas de outras áreas das Ciências Sociais e Humanas, como a Sociologia, a História, a Linguística, a Antropologia, entre outras.

3. Contribuições da etnografia para a pesquisa em jornalismo

O método etnográfico diz respeito ao trabalho de campo: ato de descrever e interpretar determinada cultura. Para alguns autores, trata-se de se despir da própria cultura para se apropriar da cultura do outro. Os primeiros estudos etnográficos voltavam-se para o exótico, trazendo à luz práticas culturais distantes das construções sociais comumente conhecidas. A concepção e a intenção dos trabalhos etnográficos se transformaram bastante e hoje é possível considerar a seguinte definição, segundo Winkin (1998, p.132): “arte de ver, arte de ser, arte de escrever, são estas três competências que a etnografia evoca”.

De acordo com Peirano (1995), a base do trabalho etnográfico é a pesquisa de campo. Segundo esta autora, a pesquisa pode ser:

Concebida como “método” por excelência da disciplina, como “rito de passagem” na formação dos especialistas ou, ainda, como meramente a “técnica” de coleta de dados, a pesquisa de campo é o procedimento

básico da antropologia há um século. A forma como ela é vista hoje, isto é, como uma imersão no universo social e cosmológico do “outro” (PEIRANO, 1995, p. 4).

Nesta mesma linha teórica, Travancas (2006) complementa que a metodologia etnográfica tem características específicas e exige do pesquisador que a utiliza passar por etapas de preparação muito antes de ir a campo. O pesquisador precisa ter informações prévias sobre o que já foi produzido, precisa se munir de referências prévias, pois não sabe o que vai encontrar.

Esta concepção de Travancas acerca do trabalho etnográfico nos faz observar uma ligeira aproximação com o exercício prático do jornalista. Este ir ao campo para desenvolver uma reportagem também precisa de certa preparação, pesquisa, e conhecer o cenário sobre o qual se fará inferências.

E é entendida como um método de pesquisa qualitativa e empírica que apresenta características específicas. Ela exige um “mergulho” do pesquisador, ou seja, não é um tipo de pesquisa que pode ser realizada em um período muito curto e sem preparo. É fundamental, como etapa anterior à etnografia propriamente dita, um levantamento bibliográfico sobre o tema, a partir da leitura de clássicos e de outros estudos contemporâneos sobre o assunto e afins. Isso porque o pesquisador precisa estar minimamente “iniciado” no seu tema. Precisa saber o que já se disse e escreveu sobre o grupo escolhido antes de “entrar” nele. Saber quais as dificuldades e os riscos que vai encontrar (TRAVANCAS, 2006, p.04).

Historicamente, a parceria entre antropologia e jornalismo vem de longa data, é possível afirmar que o encontro se deu a partir do momento em que a Escola de Chicago passou a olhar para a relação entre mídia e espaço urbano. Esta escola compreendia a cidade como um “laboratório natural”.

No artigo *A construção da notícia sob a ótica etnográfica: contribuições da antropologia para os estudos de jornalismo*, Gláucia da Silva Mendes ratifica que a Antropologia sempre se interessou pelos fenômenos comunicacionais, muito embora tenha havido certa demora na sistematização de estudos. Na visão desta pesquisadora, a antropologia urbana, sobretudo a partir dos anos de 1990, momento em que a comunicação se torna seu objeto de estudo, tem buscado produzir cada vez mais investigações acerca da comunicação.

Enquanto a antropologia pouco se dedicava ao estudo dos meios de comunicação, outras áreas o faziam, valendo-se de seus procedimentos. Na década de 1970, a sociologia da cultura propiciou um salto qualitativo aos estudos de jornalismo a partir da incorporação da etnografia (MENDES, 2013, p. 292).

Mateus (2015) considera que a etnografia é uma metodologia de investigação empírica com “versatilidade”, o que a torna significativa para ser aplicada em estudos de fenômenos sociais, como a área da Comunicação. Esta metodologia de pesquisa seria também passível de aplicação aos estudos empíricos sobre jornalismo.

Segundo o pesquisador, "é devido à dimensão pragmática da comunicação humana que a antropologia se revela especialmente relevante ao fornecer-nos um modelo de análise perfeitamente adaptado à pesquisa empírica das interações quotidianas: a etnografia" (MATEUS, 2015, p. 84).

Buscando tensionar este estudo do lugar da Comunicação para o do Jornalismo, Cláudia Lago (2010) registra que a relação - no campo da pesquisa - entre jornalismo e etnografia se intensifica quando o método etnográfico passa a embasar as pesquisas sobre o newsmaking, isto é, sobre a rotina de produção da notícia. A autora considera que os procedimentos etnográficos de investigação colocam o pesquisador e a descrição densa dos fatos como forma humanizada de encontrar respostas na observação participante.

Os primeiros trabalhos de investigação da rotina de produção da notícia a partir de uma abordagem etnográfica datam dos anos de 1950 e se relacionam ao Gatekeeping, que depois deu origem ao trabalho investigativo de Gaye Tuchman, em 1978.

Segundo Mendes (2012), a socióloga Gaye Tuchman é considerada uma das principais pesquisadoras que adotaram os procedimentos etnográficos em trabalhos de investigação da prática jornalística. “Tuchman tem contribuído para a compreensão do modo como se estruturam tais histórias sobre o real. Em uma de suas observações participantes, foca um elemento-chave da notícia: a objetividade ” (MENDES, 2012, p. 292). A ideia da objetividade como procedimento estratégico do jornalismo, por exemplo, permitiu dar notoriedade aos constrangimentos organizacionais e às dificuldades práticas vivenciadas pelos jornalistas durante a sua rotina profissional.

Utilizar a metodologia etnográfica em pesquisas cujo objeto seja o jornalismo proporciona ao pesquisador conhecer e mesmo revelar certas características muito

singulares ao campo jornalístico como, por exemplo, questões culturais e deontológicas que determinam a prática. A metodologia etnográfica, conforme descreveu Malinowski (1978), dizia que o trabalho de campo, em razão da convivência intersubjetiva entre etnógrafo e cultura estudada, poderia ajudar a desvendar aspectos muito específicos da comunidade, revelando sua lógica cultural.

O trabalho de etnografia aplicado ao jornalismo centra-se, sobretudo, em conhecer a rotina de produção de uma redação de jornal e a cultura da comunidade profissional. Por meio da etnografia é possível tornar visíveis e materializados aspectos anteriormente invisíveis. Este método insere o investigador no contexto da prática profissional.

O método etnográfico levado a efeito nas pesquisas empíricas em jornalismo permite coletar (pela descrição densa dos fatos) e interpretar dados que através de outras técnicas não seria possível aferi-los. Descer a campo significa colocar o pesquisador de frente para o objeto de pesquisa sem mediações. O acesso se dá a uma informação genuína. Busca-se conhecer o contexto, a rotina, o comportamento do grupo. As impressões, a apreensão de significados conforme assevera Geertz (1989) e, ainda, o ato de descrever, a normatização e o registro do imponderável segundo a construção de Malinowski (1978) são procedimentos etnográficos que corroboram com as investigações acerca do jornalismo.

A etnografia consiste em descrever práticas e saberes de sujeitos e grupos sociais a partir de técnicas como observação e conversações, desenvolvidas no contexto de uma pesquisa. Interagindo-se com o Outro, olha-se, isto é, "ordena-se o visível, organiza-se a experiência" conforme propõe Régis Debray. O etnógrafo descreve, tradicionalmente em diários, relatos ou notas de campo, seus pensamentos ao agir no tempo e espaço histórico do Outro-observado, delineando as formas que revestem a vida coletiva no meio urbano. (ROCHA; ECKERT, 2003, p. 3).

Lago (2010) faz também referência à essência do trabalho etnográfico no que concerne ao “diário de campo”. É uma ferramenta na qual o pesquisador materializa toda a experiência apreendida do cotidiano do pesquisado, que depois será transcrita para o que se chama de “descrição densa”, na concepção de Geertz.

No artigo *Etnografia e reportagem jornalística: aproximação possível para uma metodologia de pesquisa empírica*, Mara Ferreira Rovida (2015) diz que o trabalho de

campo no modelo etnográfico coloca o pesquisador no lugar do acontecimento, caracterizando uma observação participativa. “A pesquisa de campo nos moldes da etnografia implica em ir ao mundo, ouvir as pessoas e, principalmente, observar para compreender aquilo que se passa” (2015, p. 78).

De acordo com Geertz (1989), fazer etnografia é proceder ao estabelecimento de relações, selecionar fontes, realizar transcrições textuais, mapear campo, é o que o autor chama de descrição densa. As concepções de Roviada e de Geertz trazem elementos que também se pode observar no trabalho de reportagem do jornalista em campo.

O que o etnógrafo enfrenta, de fato - a não ser quando (como deve ser naturalmente) está seguindo as rotinas mais automatizadas de coleta de dados - é uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e implícitas, e que ele tem que, de alguma forma, primeiro apreender e depois apresentar. [...] Fazer etnografia é como tentar ler (no sentido de “construir uma leitura de”) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado. (GEERTZ, 1989, p. 20).

Uma análise significativa construída por Geertz, segundo Roviada, é que os estudos já existentes em relação a aqueles em curso não podem ser desprezados pelo etnógrafo. Ainda segundo Roviada, nenhum estudo é totalmente original no sentido de ter sido criado do nada.

Para Geertz, não é necessário se desfazer de um conhecimento anterior, novas teorias não são produzidas do nada; uma produção sempre parte de algum lugar, até para contestar aquela já existente. É importante que o pesquisador forme um repertório teórico para então garimpar outros percursos.

Os estudos constroem-se sobre outros estudos, não no sentido de que retomam onde outros deixaram, mas no sentido de que, melhor informados e melhor conceitualizados, eles mergulham mais profundamente nas mesmas coisas. Cada análise cultural séria começa com um desvio inicial e termina onde consegue chegar antes de exaurir seu impulso intelectual. Fatos anteriormente descobertos são mobilizados, conceitos anteriormente desenvolvidos são usados, hipóteses formuladas anteriormente são testadas, entretanto o movimento não parte de teoremas já comprovados para outros recém-provados, ele parte de tateio desajeitado pela compreensão mais elementar para uma alegação comprovada de que alguém a alcançou e a superou (GEERTZ APUD ROVIDA, 2015, p. 80).

A teoria etnográfica aplicada aos estudos jornalísticos é, portanto, um instrumento de análise dos fenômenos que cercam o jornalismo e suas conexões com o mundo. Esta metodologia pressupõe certa envergadura que abarca a complexidade do jornalismo. Trata-se de uma metodologia que impele o pesquisador a se apropriar das manifestações culturais para além de explicações descritivas e exige, portanto, análise por parte do observador.

4. Etnografia na prática jornalística

Na prática, a aproximação destas duas formas de discurso social (jornalismo e etnografia) no que se refere à reconstrução de práticas culturais difusas na realidade poderia também ser chamada, segundo o sociólogo francês Erik Neveu, de “jornalismo etnográfico”. Este autor, referenciado por Taís Seibt (2013), no artigo: *Filho da Rua: jornalismo etnográfico ou reportagem de ideias?*, remete a uma forma de fazer jornalismo que se atenta para uma intervenção em questões sociais.

Para o autor, a percepção de que há uma expectativa de uma informação mais próxima e mais concreta no cotidiano se traduz no aumento deste dito jornalismo etnográfico – primeiramente, um jornalismo de reportagem, que se fixa em pessoas comuns, utiliza-se de técnicas de encenação de estilos de vida e inverte as formas convencionais de cobertura da atualidade. (SEIBT, 2013, p.104)

A lógica das práticas sociais e a observação de um determinado contexto fazem com que o trabalho jornalístico de reportagem encontre correspondência no modelo de trabalho etnográfico. Winkin (1998) descreve experiências do trabalho etnográfico que muito se aproximam de investigações jornalísticas.

Um dos procedimentos etnográficos, conforme já descrevemos neste artigo, é ir a campo. E, como Winkin pontua, não é necessário aquele campo exótico observado e transcrito pelos primeiros etnógrafos. Muitas vezes, do lugar comum é que sairão “as questões mais complexas”. Um segundo plano descrito por este autor é que a observação seja sistematizável. É o que ele chama de “controlar o olhar”. Por fim, o pesquisador precisa ir e vir quantas vezes forem necessárias a este campo. “Pode-se dizer que tudo o que descrevi até agora qualquer bom jornalista seria capaz de fazer. E é

verdade que muitas investigações jornalísticas se parecem muito, afora alguns matizes, com pesquisas etnográficas” (WINKIN, 1998, p.135).

Para jornalistas e etnógrafos o que interessa é o incomum: as narrativas sociais que estejam camufladas nas histórias.

Como é fácil concluir pelos próprios valores-notícia do jornalismo, a nossa análise do ambiente que nos rodeia está condicionada aquilo que constitui a exceção, o raro, o escândalo. Está preparado para detectar as diferenças, as transgressões as regras mas não para coligir as regularidades, para avaliar o trivial, para perceber a “utilidade do fútil” e do excesso. (MATEUS, 2015, p. 85)

O que seria da prática social do jornalismo se ignorasse o trabalho de ir a campo? É isso que impulsiona a atividade de apuração. A observação *in loco* e a produção de uma reportagem em profundidade coaduna-se com a perspectiva etnográfica de pesquisa, valorizando significativamente a narrativa jornalística.

Produzir uma reportagem é tangenciar lugares diferentes, é aprofundamento, é contextualizar, é apresentar personagens, é desdobramento, é descrever, é interpretar. Segundo Pena (2007), é um gênero que deixa de lado a prática cotidiana da cultura jornalística, como o *deadline*, para valorizar outros recursos da prática jornalística e potencializá-los.

O trabalho etnográfico e a práxis comunicacional jornalística registram aderência também num outro lugar, estamos a nos referir à técnica de entrevista. Ao descer a campo, jornalista e pesquisador estabelecem com seus interlocutores o que Medina chama de relação dialógica por meio da qual a polifonia de vozes leva a outras descobertas que não estavam previstas inicialmente no plano de trabalho (roteiro de entrevista), até porque não se pode prever tudo num roteiro e executá-lo de forma imperativa.

O trabalho de campo do etnógrafo se assemelha à prática jornalística no sentido da construção de uma determinada realidade apreendida. Conforme Mendes (2013, p.287), “o etnógrafo constrói explicações sobre as explicações dos outros a partir da análise de suas formas simbólicas”. Da mesma forma o jornalista, em seu contexto de atuação, observa, apura, interpreta e constrói significados sobre o mundo. O ingrediente da subjetividade entra na conta do jornalista e do etnógrafo.

A significação das coisas representa muito de como o jornalista vê o mundo. Uma construção apreendida e interpretada para voltar em forma de notícia ao mundo social. Tudo isso tem muita relação com o trabalho etnográfico que opera com a subjetividade, com a razão interpretativa.

Olhar e enxergar coisas que o senso comum não consegue perceber; é dessa forma jornalistas e etnógrafos observam o mundo. São investigadores que captam indícios e interpretam fontes. O contato com a fonte, aliás, é elemento-chave. Ao selecionar o que é relevante e significativo, jornalista e etnógrafo trabalham com aquilo que não é óbvio. A atuação destes profissionais busca descrever a forma como as coisas se organizam, a experiência e a ação humana por meios simbólicos.

Considera-se, com base nos aspectos mencionados, que a apropriação de técnicas oriundas da pesquisa etnográfica para fundamentar a prática jornalística pode oferecer ganhos qualitativos na observação dos fenômenos sociais. Desse modo, a valorização de abordagens interpretativas na descrição de ambientes e de personagens, a compreensão de elementos culturais do contexto social e as possibilidades de descoberta de pautas e angulações que ultrapassam o senso comum figuram como contribuições efetivas do conhecimento etnográfico para a prática jornalística qualificada.

5. Considerações finais

Ser reconhecido como campo científico é o desafio buscado pelo jornalismo, que tem revelado uma trajetória cada vez mais comprometida com a busca pela especificidade nos níveis prático e teórico. Para se configurar neste lugar, a definição de bases metodológicas continuará a ser um imperativo. Outro aspecto a ser considerado neste percurso seria a relação entre prática de campo e teoria, o que constitui o procedimento básico do conhecimento científico em geral. Vale ressaltar ainda a necessidade de uma aproximação entre teoria acadêmica e prática profissional, fundamental para construção de métodos que possam investigar os fenômenos inerentes ao jornalismo.

Em relação ao método etnográfico e suas contribuições para a pesquisa em jornalismo, que é o objeto principal deste artigo, consideramos como um dos pontos mais significativos desta abordagem é a possibilidade de contato direto com o contexto

de pesquisa, em outras palavras, ir a campo e desvendar o lugar, o ambiente, o simbólico da prática cultural como determinantes para se conhecer a prática social dos jornalistas. A descrição densa do método etnográfico torna possível ao pesquisador conhecer o conjunto de práticas e deontologias próprias do trabalho jornalístico.

A etnografia contribuiria ainda para os estudos em jornalismo no sentido de observar o jornalismo como uma prática que recebe influência de ordem social, política, estrutural e tecnológica, corroborando com a proposição de que a notícia não é resultado apenas do trabalho do jornalista. Há neste contexto outras implicações, conforme nos referimos. A etnografia colocaria luz nesses aspectos numa perspectiva de destacá-los.

O método etnográfico, portanto, se constitui como um instrumento para investigar os fenômenos que perpassam o universo da produção jornalística e sua conexão com o mundo. Um método que leva a efeito investigação interpretativa e descritiva, caracterizando-se por ser empírico e teórico ao mesmo tempo.

Por fim, pode-se dizer que as contribuições da etnografia abarcam, simultaneamente, as técnicas de produção jornalística - tais como a contextualização e interpretação dos fatos e a caracterização de ambientes - e as técnicas de investigação científica, com o exercício de ir a campo para decifrar aspectos culturais dos fenômenos sociais investigados. O contato com aportes teóricos que embasam pesquisas empíricas sobre comunidades específicas (como a “tribo jornalística”) caminha, portanto, para um diálogo produtivo entre a pesquisa etnográfica e os estudos do Jornalismo, conforme se procurou demonstrar nos limites deste texto.

Referências

CUNHA, Isabel. O SPSS e os estudos sobre os media e o jornalismo. (in) BENETTI, Marcia; LAGO, Claudia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 168-196.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

LAGO, Claudia. Antropologia e Jornalismo: uma questão de método. (in) BENETTI, M.; LAGO, C. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 168-196.

- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: Um Conceito Antropológico**. 14ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- LOPES, Maria I. V. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2009. p. 89 – 111.
- MALINOWSKI, Bronislaw. **Os argonautas do pacífico ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanésia**. 2ª ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- MATEUS, Samuel. A Etnografia da Comunicação. **Antropológicas**. n.13, p. 84 – 89, 2015. Disponível em: <http://revistas.rcaap.pt/antropologicas/article/view/2341/5114> Acessado em 22/07/2016.
- MENDES, Gláucia. A construção da notícia sob a ótica etnográfica: contribuições da antropologia para os estudos de jornalismo. **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, v. 34, n.2, p. 283 – 303, jan./jun. 2013.
- NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.
- PEIRANO, Mariza. **A Favor da Etnografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.
- PENA, Felipe. O jornalismo literário como gênero e conceito. **Contracampo**. Rio de Janeiro, v. 17, p. 43-58, 2007. Disponível em: <http://felipepena.com/wp-content/uploads/2015/03/jornalismo-literario-genero-conceito.pdf>. Acessado em 08/07/2016.
- ROCHA, Ana Luiza Carvalho da; ECKERT, Cornelia. Etnografia de rua: estudos de antropologia urbana. **Illuminuras**. v. 4, n. 7, 2003. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/iluminuras/issue/view/773>. Acessado em 08/07/2016.
- ROVIDA, Mara. Etnografia e reportagem jornalística: aproximação possível para uma metodologia de pesquisa empírica: **Líbero**. São Paulo, v.18, n.35, p.77-88, jan./jun. 2005.
- SEIBT, Tais. Filho da Rua: jornalismo etnográfico ou reportagem de ideias? **Verso e Reverso**. Unisinos, p.102 – 107, mai./ago. 2013.
- SILVA, Gislene. De que campo do jornalismo estamos falando? **Matrizes**, São Paulo, v. 3, n.1, p. 197-212, 2009.
- STRELOW, Aline. **A discussão metodológica e a construção do campo do jornalismo**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/strelow_bocc_2009.pdf . Acessado em 30/07/2016.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. (in) BARROS, A. e DUARTE, J. (Orgs.), **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006, p. 98-109.

WINKIN, Ives. **A Nova Comunicação**: da teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papyrus: 1998.