

A EXPERIÊNCIA DO TRABALHO DE CAMPO NO UNIVERSO DA COMUNICAÇÃO

Isabel Siqueira Travancas

Jornalista, mestre em Antropologia Social pelo Museu Nacional-UFRJ, doutora em Literatura Comparada pela UERJ. Professora adjunta da Escola de Comunicação da UFRJ, departamento de Expressão e Linguagem, área de Produção Editorial

Resumo

O objetivo desta comunicação é discutir a experiência do trabalho de campo a partir de duas pesquisas distintas: uma com jornalistas e outra com jovens universitários. A ideia é problematizar as particularidades da pesquisa antropológica com seu método qualitativo, que inclui a observação participante, a realização de entrevistas abertas e em profundidade e a produção de um diário de campo. Também será analisada a dificuldade de se trabalhar simultaneamente com métodos quantitativos, que trazem novas perspectivas, embora muitas vezes sejam percebidos como ferramentas menores. Cada um destes trabalhos trouxe dificuldades distintas. Estas duas experiências de trabalho dentro do campo da comunicação permitem aprofundar a discussão sobre a utilização de diferentes métodos de pesquisa e avaliar as contribuições da metodologia antropológica.

Palavras-chave: comunicação; antropologia; metodologia; etnografia

Abstract

The purpose of this communication is to discuss the experience of fieldwork based upon two different research projects: one with journalists and another with other university students. The objective is to discuss the particulars of anthropological research and its qualitative methods, which include participant observation, open and in-depth interviews and the maintenance of a field diaries. I will also analyze the difficulty of combining this research with quantitative methods that bring new perspectives to the field but are often perceived as “lesser” tools. Each of the two projects related here had its distinct problems, but the analysis of these research experiences within the field of communications allows for further discussions regarding the use of different research methods and the evaluation of the contributions of anthropological methodology.

Keywords: communication; anthropology; methodology; ethnography

Resumen

El objetivo de esta comunicación es discutir la experiencia del trabajo de campo a partir de dos investigaciones distintas: la primera realizada con periodistas y la otra con jóvenes universitarios. La idea es problematizar las particularidades de la investigación antropológica y del método cualitativo, el cual incluye la observación participante, la realización de entrevistas abiertas en profundidad y la producción de un diario de campo. También se analizará la dificultad de trabajar de forma simultánea con los métodos cuantitativos que aportan nuevas perspectivas y que muchas veces son vistos como herramientas menores. En cada uno de estos trabajos surgieron dificultades diferentes. Las dos experiencias de trabajo dentro del campo de la comunicación permiten ahondar en la discusión sobre la utilización de distintos métodos de investigación y evaluar las contribuciones de la metodología antropológica.

Palabras-clave: comunicación; antropología; metodología; etnografía

Introdução

O campo da comunicação nos últimos 30 anos tem crescido muito e ampliado as suas possibilidades, não apenas temáticas como metodológicas. O leque de opções é cada vez maior com trabalhos de análise de discurso, pesquisas quantitativas, análises de conteúdo e estudos de recepção. E, se os trabalhos de campo dentro de uma perspectiva antropológica eram raros nos anos 1980, hoje eles já têm mais presença neste cenário.

O primeiro ponto que destacaria em relação ao trabalho de campo no universo da comunicação é a ideia de que uma etnografia não é um trabalho de curta duração. Ao contrário, ela pressupõe uma imersão do pesquisador. Uma imersão que irá possibilitar fazer uma descrição do grupo em questão. Este conceito, que foi muito enfatizado por B. Malinowski (1980), ganhou uma nova dimensão sob os olhos de C. Geertz (1978). Para este último, a etnografia deve ser uma descrição. Uma “descrição densa”, conforme o antropólogo norte-americano. Isso porque ela não é apenas um método cuja prática significa “*estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, assim por diante*” (1978, p.15). A descrição densa se distingue da descrição clássica por ser interpretativa e também por estar interessada nos detalhes microscópicos. E, segundo Geertz, o que define sua prática é o tipo de esforço intelectual que ela representa. Trata-se de um processo de interpretação que pretende, e espera-se que consiga, dar conta das estruturas significantes que estão por trás e dentro do menor gesto humano. Não é por acaso que sua visão da antropologia é a de uma ciência interpretativa que está preocupada em buscar o significado. O antropólogo precisa descobrir, não apenas o que os seus nativos estão fazendo, mas o que eles “acham” que estão fazendo.

Sabemos que a entrada no campo é um momento decisivo no trabalho etnográfico. É preciso entender como se constrói a rede de relações do grupo e pensar em como se dará a entrada a partir de um conhecimento extenso do universo escolhido. O pesquisador terá que descobrir quais as condições e exigências para sua inserção. Seja, citando as pesquisas que trato aqui, para entrar em uma redação, seja para entrar nas casas dos telespectadores.

Outro elemento importante no trabalho de campo é a observação participante. Este é um dado que não costuma ser muito levado em conta em outros tipos de pesquisa. O papel do antropólogo é também descrever o que vê, o que sente, o que estranha. E deve ter consciência de que não é invisível e que, portanto, a sua presença interfere na realidade observada. A sua observação estará “contaminada” pela sua subjetividade pessoal. Mulheres fazendo pesquisa em um universo conservador, por exemplo, provavelmente poderão ter observações e sentimentos diferentes de pesquisadores homens.

A observação participante tem uma relação direta com a nossa função como antropólogos que começa com olhar o outro e a sua cultura. Observar as dinâmicas de cada sociedade, como se relacionam e agem seus membros é muitas vezes a primeira forma de contato. Essa metodologia implica uma aproximação com o grupo e também a consciência de que o pesquisador não é invisível e faz parte da cena que ele mesmo observa e analisa. Muitas vezes não percebermos o que os “nossos” nativos percebem, nem devemos procurar ser um deles, como lembra Foote-Whyte (1980, p.82) em sua discussão sobre o lugar do pesquisador. E foi um nativo que lhe chamou a atenção para o fato de que não esperavam que ele se tornasse um deles. Ao contrário.

A antropóloga Ruth Cardoso (1986) discute o papel do investigador e seu envolvimen-

to com o grupo pesquisado. A seu ver, há uma valorização da observação participante, mas é fundamental que ela não se transforme em “participação observante”. Isso significa que o pesquisador se engaja no estudo e muitas vezes se coloca como “porta voz” do grupo investigado, deixando de lado o seu compromisso profissional e ético e esquecendo que, embora haja um enorme espaço para a subjetividade do cientista social neste tipo de pesquisa, os dados são formas objetivas e têm vida própria.

Por fim, as entrevistas abertas e em profundidade, muito utilizadas também em outras pesquisas na área de ciências sociais e humanas, são uma etapa fundamental do trabalho de campo. Este tipo de entrevista difere, de maneira geral, à entrevista jornalística, cujo objetivo principal é obter dados sobre um fato específico. No trabalho de campo, o entrevistador tem um roteiro prévio, mas este não deve ser uma camisa de força. A princípio, tudo que está sendo dito interessa e é importante porque ajuda na compreensão do entrevistado, do grupo a que pertence e das lógicas da sua cultura. As entrevistas costumam ser longas, têm várias horas de duração, podem ser realizadas em vários encontros, em dias e locais diferentes, e têm muitas vezes a função de contar histórias de vida. Neste tipo de entrevista, o pesquisador não visa inquirir seu entrevistado, não julga seu discurso, suas atitudes, suas escolhas. Ele escuta. Ele não está em busca de uma resposta verdadeira, objetiva. O fato de um entrevistado não querer responder a uma questão, por exemplo, pode dizer tanto dele e de sua visão de mundo, quanto uma resposta.

Como salienta a antropóloga Michèle Petit (2008, p. 55),

O essencial ao se fazer uma entrevista é ser o mais acolhedor possível (...). E é preferível esquecer um tema listado no roteiro inicial a não escutar o imprevisto. Aliás, sempre deixo de lado esse roteiro no momento da entrevista. Senão, nada se aprende além do que já se sabia.

Pesquisando jornalistas

Quando realizei a pesquisa com jornalistas para minha dissertação de mestrado, em (1993), busquei analisar as rotinas profissionais dos jornalistas e a construção de suas identidades. Fiz um trabalho etnográfico nas redações de alguns jornais da cidade do Rio de Janeiro. Ao longo de mais de um ano frequentei as redações, acompanhei repórteres na apuração na rua, presenciei a tensão do fechamento da edição de um jornal e observei neste período o dia a dia destes profissionais.

Quando fui estudá-los, já tinha bastante contato com aquele “mundo”, muitos amigos trabalhavam em redação e ia às redações com frequência. Ou seja, aquele não era um universo novo ou desconhecido para mim. Entretanto, a minha entrada se deu em vários níveis. Amigos e colegas me ajudaram, permitindo o meu acesso à redação para conversar com eles – em um primeiro momento, mais informalmente – e depois observar o movimento da redação. Para acompanhar os repórteres em suas rotinas de apuração, precisei da autorização das chefias. Ou seja, era possível circular pela redação sem problema, se você tivesse um “passe” – crachá de visitante – concedido por um colega, mas não podia sair daquela esfera. E para obter a autorização do chefe de redação era fundamental apresentar uma carta explicando a pesquisa, seus objetivos, prazos e atividades.

Ao longo da investigação a própria ideia de observação participante foi questionada, uma vez que, por permanecer muitas horas na redação com os repórteres e frequentando durante um largo tempo aquele espaço, várias vezes fui convocada a atender o telefone ou anotar

uma informação, fora as vezes em que fui consultada sobre uma informação ou me pediam uma opinião sobre uma matéria ou edição. Ou seja, era difícil ficar “só” observando. Acabava sendo sempre solicitada a participar, de uma maneira ou de outra.

Em relação às adversidades do trabalho de campo, vale destacar os inúmeros “bolos” que levei em função das entrevistas. Exatamente por ser um tipo de profissão onde o imprevisto está muito presente no dia a dia, é difícil “agendar” encontros e entrevistas. Estas foram adiadas, canceladas ou ocorreram, na maioria das vezes, com muito atraso. Esse dado foi muito relevante para a compreensão do meu objeto de estudo. Assim como também, em muitos casos, não pude realizar as entrevistas em profundidade como esperava ou desejava. Elas foram mais curtas do que desejava e quase sempre interrompidas em virtude de alguma questão de trabalho.

Ao final da pesquisa com jornalistas brasileiros pude concluir que estes profissionais estabelecem com a profissão uma relação de *adesão*, ou *commitment* para usar o termo de H. Becker (1977). Para o pensador norte-americano determinadas profissões exigem uma adesão de quem as exerce. Adesão esta que gera um estilo de vida e uma visão de mundo particulares. Elas se tornam muito mais do que um simples ofício e definem identidades.

Vendo TV com os jovens

A televisão vem sendo pesquisada dentro de uma perspectiva antropológica mais recentemente. Sabemos que, por exemplo, ver uma novela no Brasil pode ser bem diferente de assisti-la em Cuba ou no Egito, assim como as interpretações de seus telespectadores também serão. Mas o ritual e o próprio exercício de ver é familiar para os antropólogos da segunda metade do século XX. A antropóloga Lila Abu-Lughod (2001) ao realizar uma pesquisa de recepção de melodramas televisivos em uma pequena aldeia do Alto Egito destacou a relevância da TV na vida dos indivíduos no mundo atual. A seu ver, a televisão é uma tecnologia extraordinária para romper fronteiras, intensificar e multiplicar encontros entre mundos, vidas, sensibilidades e ideias.

Para Jacks & Escosteguy (2006) a etnografia de audiência pode ser entendida como uma vertente dos estudos de recepção. E um dos estudos pioneiros nesta área de televisão é o da antropóloga Ondina Leal (1986). *A leitura social da novela das oito* é um marco nos estudos de recepção. Nesta dissertação, a autora estabelece um diálogo com os pensadores da Escola de Frankfurt e com teóricos da comunicação para entender o lugar e o papel da televisão, especialmente o da novela das oito, na sociedade brasileira. Para isso selecionou dois grupos de famílias para junto com eles assistir a novela.

Em 2004, inspirada por este trabalho, decidi analisar a relação de um grupo de jovens universitários cariocas com a televisão e, particularmente, com o *Jornal Nacional*. Selecionei estudantes de quatro cursos: Comunicação Social, Pedagogia, Medicina e Serviço Social de universidades públicas e privadas da cidade do Rio de Janeiro. Medicina e Comunicação Social foram escolhidas por estarem entre as carreiras mais disputadas e com uma relação candidato-vaga muito alta, implicando uma enorme concorrência para obtenção de uma vaga em uma universidade pública. Além disso, elas possibilitavam pensar que lidaria com uma elite universitária e me interessava indagar qual a sua relação com a informação e através de quais veículos ela era obtida. Serviço Social e Pedagogia, ao contrário, são cursos de menor prestígio e reúnem muitas vezes alunos oriundos de pré-vestibulares para negros e carentes e jovens que não conseguiram entrar nos cursos em que desejavam. Saber qual a dimensão da televisão em suas vidas, seus programas prediletos e como dialogavam com o *Jornal Nacional* foram pontos fundamentais

para este trabalho.

Como primeira etapa da pesquisa, apliquei questionários nos cursos escolhidos, chegando a um total de 264. A ideia básica para utilização desta metodologia foi ser ela uma forma de acesso a estes estudantes. Uma pesquisa de recepção, que implica na ida do pesquisador à casa ou local onde o jovem assiste ao noticiário, tem especificidades. Trata-se de uma “invasão de intimidade”, ainda que consentida pelo entrevistado. E como chegar a eles, como selecioná-los? Quais deles aceitariam participar?

A ideia era acompanhar presencialmente a recepção do JN com cerca de 30 jovens. Para chegar a eles, apliquei em sala de aula os questionários, sendo que a última pergunta era se gostariam de participar de uma pesquisa de recepção. É importante ressaltar que os questionários passaram de mero instrumento de acesso ao grupo pesquisado a importante fonte de informação. Durante minha formação universitária, aprendi a ver com certo desdém os dados quantitativos. Estatística, questionários aplicados em grupos grandes, questões fechadas e de múltipla escolha não faziam parte do trabalho de campo do antropólogo. Seu trabalho se caracteriza por ser uma pesquisa qualitativa, com contato direto com os “nativos”, com observação participante dentro da noção clássica de trabalho de campo e etnografia. Ao me deparar com os dados oriundos dos questionários, senti necessidade de analisá-los de uma maneira mais consistente e entendê-los sob outra perspectiva e como parte da própria pesquisa; certamente não a mais importante, mas nem por isso devendo ser desqualificada. Para tal, fiz uma pequena análise das respostas sobre televisão e sobre o *Jornal Nacional*, a partir da estruturação dos mesmos em gráficos e planilhas por um estatístico.

Através dos questionários ficou claro que mais da metade dos jovens que participaram desta fase da pesquisa veem televisão todos os dias e a grande maioria prefere os programas jornalísticos e as novelas. E o mais importante: a grande maioria assiste ao *Jornal Nacional*, sendo que quase metade deles com bastante frequência.

Após essa etapa, contatei os jovens e consegui assistir ao JN com 16 estudantes. Vários deles estranharam a situação de ver televisão “parado” e comentaram sobre isso. Diziam que era muito raro ver daquela forma. Sentado, atento e não se movimentando. Claro que aqui, nesta “estranheza”, entra em cena também a minha presença. A presença de uma pesquisadora que vê televisão junto e que vê você ver televisão na sua casa, na sua intimidade, o que pode ser para alguns constrangedor ou intimidador.

Ao enfatizar o “modo de ver” dos jovens, fluido e disperso, não quero afirmar que esta forma de ver é exclusiva desta faixa etária. Algumas pesquisas já apontaram para esta fluidez em outros segmentos, como as realizadas por Orozco (2001) e Martin-Barbero (2001). Sei o quanto a presença do pesquisador interfere na cena da recepção, gerando muitas vezes um clima artificial. Entretanto, busquei ao longo da pesquisa problematizar a minha presença, tanto na relação com o estudante, quanto nos textos em que apresento o trabalho, como já fizeram vários antropólogos (Cardoso, p.1986; Velho, p. 1998).

Muitos jovens comentaram que ver o JN comigo determinou mudanças. Muitos elogiaram algumas matérias, descobriam novidades, e o contrário também ocorreu. Ao assistir com mais atenção, se mostravam mais críticos, comentando cada elemento, do visual ao texto, passando pelos apresentadores e imagens. Sem falar no prestígio que muitos sentiram de terem sido selecionados para um estudo de recepção. Mas, na verdade, se deu o inverso. Os estudantes que participaram da pesquisa foram aqueles que aceitaram o convite, eu não os selecionei.

Alguns aspectos ficaram evidentes ao longo do trabalho. Televisão é um assunto que estes jovens dominam. Eles têm posição definida sobre ela, conhecem os programas e os canais, e têm um repertório grande de programas prediletos dentro dos mais variados gêneros: do jornalístico ao ficcional, passando por filmes, desenhos animados ou programas esportivos. Muitas vezes faziam referência a programas dos quais eu nunca tinha ouvido falar.

Algumas considerações

Acredito que hoje, mais do que nunca, é inviável refletirmos sobre as sociedades complexas sem dar um lugar de destaque para os meios de comunicação de massa. Eles são uma valiosa porta de entrada para compreendermos os fenômenos sociais produzidos por seus “nativos”, assim como podem ajudar a desvendar seus “códigos” e “mapas”. Debra Spitulnik (1993), em sua resenha sobre a interseção da antropologia com a comunicação, chama a atenção para o fato de naquele momento não ser ainda possível se falar em uma “antropologia dos meios de comunicação de massa”, na medida em que não havia grande quantidade de trabalhos sobre o tema; os antropólogos de maneira geral não tinham interesse pelo tema, nem existia muitas reflexões sobre este novo campo. Isto mudou um pouco e na última década houve um aumento no interesse em analisar os meios de comunicação de massa. E segundo Spitulnik, há inúmeras maneiras de se abordar antropologicamente os meios de comunicação: como instituições, como lugares de trabalho, como práticas comunicativas, como produtos culturais, como atividades sociais, como formas estéticas e como desenvolvimentos históricos.

Procurei com este artigo trazer a experiência de duas pesquisas no universo da comunicação que utilizaram uma abordagem antropológica, tanto em termos teóricos, quanto metodológicos. E me justifico usando o argumento de C. Geertz (1997, p. 89) “*A seguir, para tornar tudo isto um pouco mais concreto, gostaria de referir-me por uns momentos ao meu próprio trabalho, que, sejam quais forem seus defeitos, tem pelo menos a virtude de ser meu (...)*”. E penso que o trabalho de campo, muito característico das pesquisas em antropologia, tem particularidades que podem permitir um olhar mais apurado tanto para os meios de comunicação como para seus produtores e seus receptores.

Nesse sentido, me parece que a escuta é o elemento fundamental para esta reflexão. Poder ouvir o que os repórteres pensam de seu trabalho e de suas carreiras foi essencial – dar voz a profissionais que escutam e apuram mais do que são ouvidos e sobre os quais muitas vezes fazemos afirmações superficiais ou análises críticas “contaminadas” por uma visão valorativa. De outro lado, os receptores vêm merecendo maior atenção dos estudos de comunicação, em particular no que diz respeito à telenovela. Mas nem sempre há tempo para uma etnografia, com um mergulho em suas casas e realidades, nem espaço para que possam se expressar para além do que é esperado de questionários e entrevistas fechadas.

A relação dos indivíduos com os produtos midiáticos muitas vezes surpreende quem estuda esse campo. Há muitos sentimentos envolvidos, nem sempre esperados e muito menos óbvios. As pesquisas sobre recepção de televisão (Leal, p. 1986; Lopes, p. 2009), por exemplo, apontam para isso. Muitos grupos investigados estabelecem uma relação profundamente afetiva com o próprio aparelho e com os programas que assistem. Dialogam com seus conteúdos, discordam de seus personagens e, principalmente, os incluem em suas vidas de maneira intensa.



Referências bibliográficas

- ABU- LUGHOD, Lila. “A interpretação de cultura(s) após a televisão” In: *Cadernos de Antropologia e Imagem*, Rio de Janeiro, v. 132, 2001, pp. 103-129.
- BECKER, Howard. *Sociological work, method and substance*. New Brunswick: Transaction Books, 1977.
- CARDOSO, Ruth. (org.). *A aventura antropológica: teoria e pesquisa*. São Paulo: Paz e Terra, 1986.
- FOOTE-WHITE, William. “Treinando a observação participante”. In: ZALUAR, A. (org.) *Desvendando máscaras sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980, pp.77-86.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- _____. *O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- JACKS, Nilda. & ESCOSTEGUY, Ana. Carolina. *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hacker, 2006.
- LEAL, Ondina. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. *A ficção televisiva em países ibero-americanos*. São Paulo: Globo, 2009.
- MALINOWSKI, Bronislaw. “Objetivo, método e alcance desta pesquisa”. In: ZALUAR, Alba.(org.), *Desvendando máscaras sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980, pp.39-61.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2001.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. *Televisión, audiencias y comunicación*. Buenos Aires: Norma, 2001.
- PETIT, Michèle. *Os jovens e a leitura*. São Paulo. Ed. 34, 2008.
- SPITULNIK, Debra. “Anthropology and mass media”. In: *Annual Review of Anthropology*, v. 22, 1993, pp. 293-314.
- TRAVANCAS, Isabel. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993.
- _____. *Juventude e televisão*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- VELHO, Gilberto. *Nobres e anjos*. Rio de Janeiro: FGV, 1998.