

# Etnografia enquanto comunicação

## *Ethnography as communication*

Luís Mauro Sá Martino comenta o artigo de Janice Caiafa

### Luis Mauro Sá Martino

<https://orcid.org/0000-0002-5099-1741>  
lmsamartino@gmail.com

Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP. Foi pesquisador-bolsista na University of East Anglia, Inglaterra. É professor do PPG em Comunicação e do curso de Jornalismo da Cáspes Líbero, onde também edita a revista *Líbero*. Foi coordenador do GT Epistemologia da Comunicação, da Compós (2015-2016). Autor, entre outros, dos livros *Ética, Mídia e Comunicação* (Summus, 2018), *Métodos de Pesquisa em Comunicação* (Vozes, 2018), *Teoria das Mídias Digitais* (Vozes, 2014), *Mídia, Religião e Sociedade* (Paulus, 2016), *The Mediatization of Religion* (Routledge, 2016), *Teoria da Comunicação* (Vozes, 2009) e *Comunicação e Identidade* (Paulus, 2010). Suas pesquisas se voltam à Teoria e Epistemologia da Comunicação e às relações entre Mídia, Política e Religião.

<http://lattes.cnpq.br/0251927939615742>

Este texto é o relato do artigo de Caiafa (2019) apresentado durante a 29ª Reunião Anual da Compós e revisto posteriormente para publicação sobre as contribuições da etnografia para os estudos de Comunicação.

Expressando concordância com os argumentos principais, levantam-se tensionamentos concernentes às práticas etnográficas, em particular, e às condições de possibilidade das pesquisas de campo na Comunicação, em geral, questões elaboradas como participante da área interessado em compreender algumas de suas práticas metodológicas.

Gostaria de propor três entradas para as proposições: (1) o sujeito pesquisador no campo de pesquisa; (2) a perspectiva etnográfica enquanto Comunicação; (3) a pertinência da etnografia nas pesquisas em Comunicação.

### 1. A intersubjetividade na prática da pesquisa de campo

O surgimento da etnografia entre os séculos XIX e XX coloca um problema para as Ciências Sociais, a relação entre os sujeitos da pesquisa. Na concepção clássica, o sujeito entra em contato com o “objeto” e aprende algo a seu respeito. Na pesquisa social, no entanto, a relação não é “sujeito-objeto”, mas entre sujeitos. O “fenômeno” não é natural, mas produção que, por sua vez, gera sentidos no pesquisador.

A pesquisadora ou pesquisador parece estar nesse “entre”, espaço de trânsito entre culturas – vinculado a uma instituição de pesquisa, de um lado, à sua própria cultura, de outro, e ao espaço que pretende estudar – quando estes dois últimos não coincidem. Isso parece se revelar com especial força no microcosmos cotidiano da pesquisa.

Em geral, chega-se ao objeto vindo de um espaço acadêmico, munido de premissas teóricas e metodológicas que se traduzem em uma espécie de assimetria entre os sujeitos entre os quais se tece um conhecimento. Ao longo do trabalho acadêmico, aprende-se a ver o campo, criando-se expectativas a seu respeito: a teoria torna-se um terceiro na relação e aponta para o encontro com o outro: o “diálogo”, referido por Caiafa (2019). O explicitamento das posições, revelação da visibilidade, identificação das posições e a consciência das possibilidades de agenciamento: tornar visível a diferença para não transformá-la em desigualdades no encontro com a alteridade – a etnografia como comunicação.

Isso leva ao segundo ponto.

## 2. Aberturas da etnografia como comunicação e alteridade

Caiafa (2019) destaca a “exposição” do pesquisador na prática de campo. Ampliando essa argumentação, há uma abertura, próxima da hospitalidade levinasiana, para com o outro, para o devir-outro presente no pesquisador com o estranhamento em relação a si mesmo. A epistemologia apresenta-se também como ética da alteridade, como mencionado em Martino e Marques (2018), constituída no tecido permanentemente reelaborado do encontro com o outro e desafio das próprias perspectivas.

O processo de pesquisa, dentro dessa perspectiva de ecos fenomenológicos, é um trabalho contínuo de conhecimento e autoconhecimento: aprender sobre o “objeto” de pesquisa é conhecer um outro sujeito e, na relação intersubjetiva, saber algo mais a respeito de si mesmo. O processo de pesquisa pode se apresentar como um encontro primeiro com a alteridade, com a qual se busca talvez não mais a perspectiva de um empirismo inicial de “explicá-la”, mas de observar, no confronto e na articulação tensional entre categorias de compreensão da realidade, a emergência de um conhecimento que, sem estar na interpretação da pesquisadora ou do pesquisador, mas também fora do pesquisado, situa-se no espaço entre ambos, território não mapeado, talvez não mapeável, onde o encontro permite que se saiba algo.

Abandona-se uma perspectiva que, na falta de outro nome, poderia ser entendida como um certo realismo inicial, que tende a considerar que, não estando uma determinada “verdade” no observador, ela necessariamente se situaria no observado e se “revelaria” no contato. Esse deslocamento, ao que parece, não chega a superar um certo dualismo, mas transfere a perspectiva de um saber completo de um polo para outro do processo.

Pensando a partir desse ângulo, a proposição de Caiafa (2019) ao aproximar a pesquisa de campo da relação de “simpatia”, tensionada também com a “empatia”, em relação ao objeto abre um diálogo com a Comunicação, entendida em perspectiva relacional, na esteira de Braga (2011), Marcondes Filho (2011) e Ferrara (2013). Compreendendo a comunicação como tentativa de interação entre sujeitos, a etnografia parece se apresentar como um dos momentos por excelência dessa possibilidade de abertura para a diferença no espaço aberto do comunicar, como denomina Ferrara (2013). O contato com a alteridade, dentro de uma perspectiva de conhecimento e reconhecimento mútuo, parece esboçar uma relação ética como fundamento de uma epistemologia da Comunicação: a abertura do comunicar parece se estabelecer como demanda de hospitalidade, de resposta, responsabilidade e respeito à interpelação do olhar do outro que pode se abrir para o indeterminado da pesquisa na qual o saber é

uma possibilidade ao mesmo tempo que se fecha, como rosto, diante da violência de uma apreensão redutora.

Trata-se de um exercício – Caiafa (2019) menciona a possibilidade de um “treino” – não necessariamente para “compreender” o outro, mas para estabelecer uma relação de comunicação com a diferença que se mostra, em particular, no trabalho de campo, quando o sentido de formação de um ambiente se apresenta em uma espacialidade que desafia a manutenção de perspectivas anteriores. “Desafia”, criando uma interação “tentativa”, na acepção que Braga (2011) dá ao termo; o deslocamento de campo não parece implicar necessariamente o estabelecimento de uma relação de comunicação, mas pode abrir determinadas perspectivas para que ela aconteça.

## 3. A comunicação do campo e os limites da experiência de pesquisa

Este item começa com um deslocamento em relação ao uso da palavra “comunicação”: enquanto fenômeno, parece ser possível localizá-la, nas atividades de campo, como encontro com a alteridade; no entanto, há uma mudança quando se busca aproximar “etnografia” ou “pesquisa de campo” de “pesquisa em Comunicação”. A referência não é ao fenômeno, mas ao processo de investigação do fenômeno – que, por sua vez, delineia-se também, dentro da fugacidade e da fluidez do real, no momento de sua apreensão instantânea pela pesquisa. Este último item pensa a etnografia como prática de pesquisa como maneira de compreender fenômenos comunicacionais.

Na última parte de seu texto, Caiafa (2019) coloca o problema das contribuições da etnografia para a pesquisa em Comunicação e apresenta alguns trabalhos desenvolvidos nessa perspectiva. Esse parece ser um momento especial para pensar a pertinência não apenas da etnografia, mas das metodologias de campo no âmbito da pesquisa em Comunicação – e das possibilidades de apreensão do fenômeno comunicacional.

Seria possível, de saída, questionar efetivamente o que se está definindo por “campo” ou mesmo “etnografia”, sobretudo quando se pensa nas possibilidades abertas pelo ambiente das mídias digitais: em que medida uma “netnografia”, como definem Fragozo, Recuero e Amaral (2012), é efetivamente “pesquisa de campo”?

Mais ainda, como indagação inicial, ao trazer para a Comunicação métodos e técnicas de investigação desenvolvidos em outras áreas, de que maneira a pesquisa empírica poderia efetivamente contribuir para a construção de conhecimento levando em conta as especificidades da pesquisa na área? A presença da mídia como um dos polos de investigação etnográfica poderia ser considerada suficiente para caracterizar um trabalho como sendo “comunicação”

ou se estaria mais nas proximidades de uma “antropologia dos meios”, considerando que essas demarcações disciplinares possam ter relevância institucional?

Nesse ponto, a pergunta de pesquisa se dirige a pensar o que é possível apreender do processo comunicacional a partir de procedimentos de campo ou, de outra maneira, como é possível compartilhar a experiência comunicacional vivida nos momentos de encontro com a alteridade. Se é possível entender a relação de pesquisa como sendo fundada em uma ética da alteridade, de que maneira transformar esse encontro, em toda sua riqueza inapreensível, em uma pesquisa?

Várias dimensões da prática de pesquisa se sobrepoem, entrecruzam e misturam nesse momento, sobretudo quando há uma preocupação em não reduzir a alteridade a um “objeto” a ser situado em uma “teoria” e apresentado como “resultado de pesquisa”: ao mesmo tempo, quais as possibilidades de comunicar a experiência de campo, a vivência junto com a alteridade, sem escapar de uma redução às modalidades e categorias de pesquisa elaboradas nas referências acadêmicas da pesquisadora ou do pesquisador? Como se aproximar sem se apropriar, compreender sem reduzir ou submeter a alteridade à violência simbólica da redução? No item anterior, a problemática da etnografia enquanto comunicação trazia a questão de uma abertura potencialmente ilimitada de significados; a problemática, neste ponto, é pensar a comunicação dessa experiência, seguindo um questionamento de Ferrara (2019): “O que comunica o comunicar? O que é comunicável na Comunicação?”

Finalmente, e no sentido de compartilhar dúvidas mais do que adiantar qualquer resposta, pergunta-se em que medida o trabalho de campo efetivamente pode contribuir para a elaboração de um conhecimento

comunicacional. Em um questionamento mais apressado, seria possível perguntar em que medida pesquisas que se valem de métodos etnográficos estão efetivamente trabalhando com a comunicação, em uma perspectiva interacional, ou estão fazendo o que poderia ser entendido como uma “antropologia da comunicação” ou, mais ainda, uma “antropologia das práticas de mídia”. Certamente isso parece tomar como pressuposto a existência de uma definição mais ou menos consensual de “comunicação”, o que não é o caso.

No entanto, é possível questionar em que medida se está efetivamente falando da compreensão de relações simbólicas de interação mediadas ou não por meios técnicos ou uma antropologia, ou sociologia, da utilização e produção de sentido desses meios.

## Referências

- BRAGA, J.L. 2011. Dispositivos Interacionais. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 20, 2011, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre, UFRGS, jun.
- CAIAFA, J. 2019. Sobre a etnografia e sua relevância para a Comunicação. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, Porto Alegre, *Anais...*
- FERRARA, L. D'A. 2013. A epistemologia de uma comunicação indecisa. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 22, 2013, Salvador. *Anais...* Salvador, jun.
- FERRARA, L. D'A. 2019. O que é comunicação. Conferência de abertura da ABCiber Sul, 3, 2019, São Paulo. *Anais...* Fapcom.
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. 2012. *Métodos de pesquisa na Internet*. Porto Alegre, Sulina.
- MARCONDES FILHO, C. 2011. *O rosto e a máquina*. São Paulo, Paulus.
- MARTINO, L.M.S.; MARQUES, A. 2018. A afetividade do conhecimento na epistemologia. *Matrizes*, 12(2):254-277, maio-ago.