

## **Etnografia virtual: um panorama do método nos estudos de jornalismo em congressos do Intercom<sup>1</sup>**

*Virtual ethnography: an overview of method  
in journalism studies at Intercom's congresses*

Joana GALL<sup>2</sup>  
Larissa DRABESKI<sup>3</sup>

### **Resumo**

Para compreender em que medida a abordagem etnográfica contribui para os estudos de jornalismo digital, o artigo traz a análise dos trabalhos apresentados entre 2012 e 2016 na divisão temática de Jornalismo no Congresso Nacional do Intercom, com base na Análise de Conteúdo. Entre os 655 artigos analisados, foram identificados 55 artigos relacionados à comunicação digital e sete artigos que utilizaram a etnografia como método. Dentre estes, cinco representam intersecção entre as áreas. A partir da análise, constata-se a presença modesta da etnografia nos estudos de jornalismo digital, embora a aproximação do Jornalismo com a Antropologia já se estabeleça há algum tempo. A discussão sobre possibilidades e desafios da etnografia para explicar as interações no ambiente digital é ancorada na revisão do histórico do desenvolvimento do método, sua aproximação com o Jornalismo e posterior transposição para o ambiente digital.

**Palavras-chave:** Jornalismo Digital. Etnografia virtual. Netnografia. Análise de Conteúdo. Internet.

### **Abstract**

To understand the extent to which the ethnographic's approach contributes to the study of digital journalism, the article presents the analysis of the works presented between 2012 and 2016 in the Journalism's thematic division, at the National Congress of Intercom, based on Content Analysis. Between the 655 articles analyzed, 55 articles related to digital communication were identified and seven papers that used ethnography as a method were identified. Among these, five represent an intersection between both areas. From the analysis, Is

---

<sup>1</sup> Artigo originalmente apresentado no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR – 04 a 09 set 2017.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFPR.  
E-mail: joanagal@gmail.com

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFPR.  
E-mail: larissadrabeski@gmail.com

perceived the modest presence of ethnography in digital journalism studies, although the approach of Journalism with Anthropology has already been established for some time. The discussion about possibilities and challenges of ethnography to explain the interactions in the digital environment is anchored in the review of the history of the development of the method, its approach to journalism and later transposition into the digital environment.

**Keywords:** Digital Journalism. Virtual ethnography. Netnography. Content Analysis. Internet.

## Introdução

Do desejo do homem de conhecer melhor a si mesmo, nasceu a etnografia. Com base nos estudos antropológicos, o método foi desenvolvido ao longo dos anos com foco em diferentes perspectivas: dos estudos culturais aos comportamentais – porque o homem faz o que faz? Como e por qual razão surgem os hábitos e costumes? Porque eles permanecem através do tempo? Como surgem novos hábitos e costumes? A infinidade de perguntas envolvendo a humanidade também evoluiu para o ramo da comunicação.

Um dos objetivos deste estudo é justamente analisar de que forma a etnografia, e posteriormente a etnografia virtual (ou netnografia), dialogam com os meios comunicacionais. A intenção aqui é de compreender como a abordagem etnográfica contribui para os estudos de jornalismo digital. Para tanto, apresentamos a questão problema: Em que medida a etnografia virtual, enquanto método de pesquisa, é utilizada para analisar conteúdos digitais?

Entre as diferentes possibilidades metodológicas existentes para serem analisadas, discutiremos neste trabalho o tema da etnografia virtual, passando pela etnografia (na qual teve sua origem), visto que tal escolha tem se entrelaçado cada vez mais com o campo comunicacional, transformando-se em um procedimento utilizado pelos estudiosos da comunicação. O objeto analisado foram os trabalhos apresentados nos Grupos de Pesquisa (GPs) integrantes da Divisão Temática (DT) de Jornalismo nos congressos realizados entre os anos de 2012 e 2016 da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – a Intercom. Compreendem-se assim no *corpus* da análise, artigos apresentados nos Grupos de Pesquisa (GPs) de

Gêneros Jornalísticos, História do Jornalismo, Jornalismo Impresso, Teoria do Jornalismo e Telejornalismo. No total foram analisados 655 trabalhos.

A Intercom, que em 2019 celebra seus 42 anos, é uma instituição destinada ao fomento e à troca de conhecimento entre pesquisadores e profissionais atuantes no mercado. Além de incentivar a produção científica entre mestres e doutores, o congresso também incentiva a produção de trabalhos produzidos por alunos da graduação e recém-formados em Comunicação. Ou seja, este congresso, muitas vezes, é a primeira oportunidade que estudantes têm para ingressarem no mundo da academia. O congresso acontece anualmente e recebe uma média de 3,5 mil pessoas, entre pesquisadores e estudantes do Brasil e do exterior.

Com inspiração no método de Análise de Conteúdo apresentado por Bardin, nossa intenção é verificar primeiramente qual a frequência e quantidade de pesquisas realizadas através da etnografia virtual no meio da comunicação. Para isso, selecionamos algumas palavras-chave relacionadas com o tema etnografia e fizemos sua busca em todos os estudos, considerando os resumos, títulos e palavras-chave de cada um. Após este primeiro passo, destacamos os artigos que se enquadram no perfil proposto e avaliamos qual o tema de estudo a quais estas pesquisas se referem, seu conteúdo e de que público tratam. Para Bardin, “a partir dos resultados da análise, se pode regressar às causas, ou até descer aos efeitos das características das comunicações”. Ou seja, buscamos este método como base por entender que ele contemplaria todos os aspectos da análise e, desta forma, conseguimos obter o resultado esperado.

## **Desenvolvimento da Etnografia e aproximação com a Comunicação**

O método etnográfico nasce dentro da Antropologia. Travancas explica que a “antropologia se caracteriza por ser uma disciplina que tem como eixo central a diferença, e sua história foi escrita por viajantes que pesquisaram sociedades exóticas, distantes e primitivas” (2006, p.02). A autora cita Bronislaw Malinowski como um destes exemplos e afirma que o pesquisador é conhecido como o "pai da antropologia"

exatamente por ter sido o pioneiro na construção de um método de pesquisa inovador: o trabalho de campo.

A etnografia faz parte do trabalho de campo do pesquisador. 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. (TRAVANCAS, 2006. p.04)

A etnografia é composta por importantes elementos em um trabalho de campo, que formam um trabalho denso e complexo. Antes, porém, dessa saída a campo, é fundamental que o pesquisador tenha conhecimento sobre o seu objeto. Por isso um levantamento bibliográfico sobre o tema é fundamental. “Isso porque o pesquisador precisa estar minimamente "iniciado" no seu tema. Saber quais as dificuldades e os riscos que vai encontrar” (TRAVANCAS, 2006, p.04).

Lago (2007) traz a definição do que seria uma abordagem etnográfica: uma descrição densa de determinada cultura, a que tem acesso o antropólogo a partir de um intenso contato com essa cultura, feito em um tipo de trabalho de campo que, por sua vez, tem a observação participante como norteadora. “O trabalho de campo torna-se uma experiência crucial: implica em um desraizamento cultural, um despir-se da própria cultura e um tipo de entrada na cultura do outro” (LAGO, 2007, p.50). Funciona, portanto, em duas vias: despir-se de sua própria cultura e perceber a cultura do outro.

A visão de cultura apresentada por Geertz (2008) tem como base a concepção Weberiana, segundo a qual “o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu”, então, a cultura, para Geertz, seria uma dessas teias. Analisar a cultura, portanto, exige uma interpretação em busca de resultado. Somente a partir da compreensão do que é realmente a prática da etnografia é possível “entender o que a análise antropológica representa como forma de conhecimento”. (GEERTZ, 2008, p. 15).

Segundo a opinião dos livros-textos, praticar a etnografia é estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, e assim por diante. Mas não são essas coisas, "as técnicas e os processos determinados", que definem o empreendimento. O que o define é o tipo de esforço

intelectual que ele representa: um risco elaborado para uma "descrição densa" (GEERTZ, 2008, p.15)

Ou seja, para que a análise etnográfica seja efetiva, é preciso que o investigador dê conta de separar fenômenos autênticos de involuntários ou de meras imitações. Ancorados nesta visão de Geertz sobre a necessidade de reflexão sobre a prática etnográfica, propõe-se neste artigo uma análise de como este método é utilizado pelo campo da Comunicação e, com atenção especial, como este método vem sendo utilizado para explicar interações no ambiente virtual.

Geertz desenvolveu sua proposição da teoria interpretativa das culturas na Escola de Chicago, onde também se desenvolveu a tradição do interacionismo simbólico. É justamente neste ambiente que surge a aproximação entre Antropologia e Jornalismo, de acordo com Lago (2007). Algumas das tendências identificadas entre os pesquisadores do interacionismo simbólico são a preocupação com o cotidiano, a valorização do trabalho empírico e de técnicas qualitativas. De caráter multidisciplinar, tinha entre a Antropologia entre suas influências (FRANÇA, 2017). José Marques de Melo considera progressista a visão trazida por Robert Park – membro da segunda geração da Escola de Chicago – em sua tese *A Multidão e o Público*, por superar a visão mais conservadora europeia e, especialmente, porque o autor “valorizou o papel da mídia como agência socializadora por excelência” (MELO, 2004, p. 167).

Iniciamos então com a certeza da importância da comunicação na sociedade – e também fora dela. Conforme Rodrigues (1989), “tão presente na natureza é a comunicação, que poderia ser inclusive considerada uma das propriedades fundamentais da vida”. Para o autor, o universo como um todo está submerso em uma enorme quantidade de mensagens e não seria mais possível imaginar uma sociedade sem comunicação. Se a troca de mensagens é mesmo algo tão essencial para a vida, nada mais justo do que estudar de que forma essa comunicação vem ocorrendo.

## **A comunicação no meio virtual**

O desenvolvimento da internet trouxe mudanças irrefutáveis para a sociedade em diversos segmentos, seja na economia, na política, ou até mesmo na comunicação. A sua relevância é destacada por autores como Castells (2003), ao afirmar que: “A internet

é o tecido das nossas vidas” (p. 7). Seu destaque deve-se a sua especificidade, pois a “internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global”.(CASTELLS, 2003, p.08).

Ainda de acordo com o autor, a comunicação consciente (linguagem humana) é o que faz a especificidade biológica da espécie humana. Como nossa prática é baseada na comunicação, e a internet transforma o modo como nos comunicamos, nossas vidas são profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação.

Uma rede é um conjunto de nós interconectados. A formação das redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela internet. (CASTELLS, 2003, p.07)

Já a qualidade do uso destas redes está diretamente ligada aos seus usuários e a forma como interagem pela internet.

Como nossa prática é baseada na comunicação, e a Internet transforma o modo como nos comunicamos, nossas vidas são profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação. Por outro lado, ao usá-la de muitas maneiras, nós transformamos a própria Internet. Um novo padrão sociotécnico emerge dessa interação. (CASTELLS, 2003, p. 10)

Para Castells, os usuários tendem a adaptar as novas tecnologias para satisfazer seus interesses e desejos. “A Internet é a expressão de nós mesmos através de um código de comunicação específico, que devemos compreender se quisermos mudar nossa realidade” (CASTELLS, 2003, p. 11). Com isso, corre-se o risco de ganhar em liberdade de expressão, mas perder em termos que comunicação. Isso porque, conforme o autor, movimentos sociais de todo o tipo, de grupos ambientais a ideologias extremistas de direita (nazismo, racismo), tiraram proveito da flexibilidade da Net para divulgar suas ideias e articular-se através do país e do globo. O mundo social da internet é tão diverso e contraditório quanto a própria sociedade.

Esta liberdade para informar e buscar informação é um dos valores que se encontra pela internet e vem sendo defendida desde o surgimento da comunicação online. Apesar das facilidades que a internet oferece, não resolve os problemas de

comunicação, pelo contrário, pode gerar uma dificuldade adicional, como defende Wolton: “Complexa por natureza, a comunicação complicou-se ainda mais nestes últimos trinta anos, devido ao progresso técnico. *Hoje em dia todo mundo vê tudo ou quase tudo*, [grifo do autor] mas percebe, ao mesmo tempo, que não compreende melhor o que acontece. (WOLTON, 2016, p. 18).

Se havia uma ideia de aldeia global, em que as distâncias estariam reduzidas e a comunicação seria facilitada, Wolton defende que, ao invés disso, encontramos-nos em uma “torre de Babel”, marcada pela cacofonia. “*O fim das distâncias físicas revela a incrível extensão das distâncias culturais*. Esta é a ruptura que deve ser pensada” (WOLTON, 2016, p. 18). Essas características precisam ser objeto da reflexão do pesquisador ao se propor a uma investigação de etnografia virtual. Se nos primeiros trabalhos os etnógrafos viajavam para comunidades distantes em busca de conhecer povos diferentes, hoje esta diferença está cada vez mais próxima, como nos lembra Wolton: “Se a informação é mundial, os receptores, por sua vez, jamais o são” (2016, p. 18).

Em “Internet, e depois?”, Wolton já havia destacado que: “a hipótese de uma melhor comunicação através das máquinas supõe, por si mesma, uma outra hipótese falsa, a de uma ausência de defasagem entre o emissor, a mensagem e o receptor” (2012, p.107). Porém, o sonho dos homens desde sempre é diminuir essa defasagem, a utopia de cada nova tecnologia é fazer crer que isso seja possível. Ainda de acordo com Wolton, as tecnologias não anularão a defasagem, quase ontológica, que é a fonte de liberdade humana e social em toda a situação de comunicação.

Certamente o rádio e a televisão tiveram um impacto direto nas relações sociais, mas a grande diferença vem do fato de que as mídias tradicionais estavam restritas à vida privada. Atualmente, as novas tecnologias estão em todos os lugares, no trabalho, no lazer, nos serviços, na educação.... daí a crer que elas modificarão as relações basta um passo, que muitos, infelizmente, já deram. (WOLTON, 2012, p.107)

Para falar de comunicação, temos de considerar três dimensões em que ela acontece: a técnica, de acordo com Wolton, mais visível que obteve mudança mais significativa; a econômica e, por fim, a social e a cultural, a qual vamos nos ater mais, por ser a dimensão diretamente relacionada aos estudos etnográficos. O autor faz

questão de nos lembrar que as pessoas se comunicam de maneira diferente em lugares diferentes: “Se as ferramentas são idênticas, os modelos culturais e sociais são diferentes. [...] *Quanto mais as mensagens se globalizam, mais as diferenças da comunicação se afirmam* [grifo do autor]” (2016, p. 17).

## **O trabalho de campo no ambiente virtual**

Com relação ao ambiente virtual, Castells e Wolton já haviam alertado sobre a velocidade da transformação na internet e a abundância (em muitos momentos, excesso) de informações disponíveis. Ainda conforme Castells, essa transformação “tornou difícil para a pesquisa acadêmica acompanhar o ritmo da mudança com um suprimento adequado de estudos empíricos sobre os motivos e os objetivos da economia e da sociedade baseadas na internet” (2003, p.08). Em uma destas tentativas de se acompanhar o ritmo e desenvolvimento do meio virtual, houve um movimento de transposição de métodos de pesquisa que eram utilizados apenas no ambiente off-line também para o ambiente conectado.

O desafio de se pensar a aplicabilidade, a reflexão, bem como as questões práticas das pesquisas das áreas das Ciências Humanas e Sociais no ambiente virtual, é tema de reflexão de autores como Lago (2007), Frago, Recuero e Amaral (2011).

Já consolidada no mundo “real” e bastante utilizada em estudos como os de recepção, a partir desse movimento de transposição, a etnografia começa a ser percebida também no mundo “virtual”. A partir dos anos 90, com o surgimento e a popularização da internet, o mundo passa por transformações e a pesquisa acadêmica se inclui nesse cenário. Já nesta época, de acordo com Amaral (2010), alguns pesquisadores perceberam que as técnicas de pesquisa etnográficas também poderiam ser utilizadas para o estudo das culturas e comunidades agregadas via Internet. Para a autora, essa nova possibilidade de análise permeava tanto os grupos sociais já constituídos no off-line, e que neste momento migram para os espaços virtuais, ou mesmo de formações sociais compostas apenas por relações online.

Se, conforme Lago (2007), a nova visão etnográfica pressupunha uma relação específica com o objeto empírico que favorecesse um encontro singular entre o pesquisador e outros, utilizando para isso a observação participante, questiona-se então:

como esse método pode ser aplicado ao ambiente virtual? A interação no espaço digital seria suficiente para possibilitar a imersão necessário do pesquisador no campo? Ao debater a adoção do método pelo campo de estudos do Jornalismo, Lago aponta para a necessidade de alguns ajustes e de reflexão crítica sobre o método. Da mesma forma, considera-se que questionamentos e debates são importantes para a transposição deste método para o ambiente virtual.

Para Fragoso, Recuero e Amaral(2011), a discussão sobre a transposição do método etnográfico em relação à internet faz-se necessária, uma vez que existem diversas possibilidades de realizar estudos etnográficos em objetos da comunicação digital. Entre as questões debatidas encontra-se a questão de qual seria a nomenclatura mais adequada. Surgiram termos como etnografia virtual; netnografia; etnografia digital; webnografia e ciberantropologia. Por vezes tratados por sinônimos, sua criação é reflexo da preocupação com as formas de utilização da etnografia em uma nova configuração.

A transposição do método também encontrou resistências. Para alguns autores, entre eles, Kozinets, o olhar interpretativo proporcionado pela ida do etnógrafo a campo não poderia ser facilmente substituído pelo contato homem-máquina, pois esta capacidade interpretativa parecia “ter se esvaído frente a uma possível dissolução espaço-temporal advinda das novas tecnologias de comunicação e informação” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 171). Daí surge a preocupação já abordada em diferenciar estes procedimentos metodológico, destacando as mudanças que o método sofre ao ser transpassado para o ambiente virtual. Houve então a criação do neologismo “netnografia” (net + etnografia),cunhado na metade dos anos 90. Kozinets popularizou o termo em suas pesquisas relacionadas ao fandoma, ao *marketing* e às comunidades de consumo *online*”(FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 174).

Entretanto, embora tragam debate acerca dos procedimentos de coleta e análise de dados, “tais terminologias parecem não propor mudanças substanciais à etnografia em si” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 177). Cientes de que a escolha da nomenclatura adotada enseja um posicionamento sobre a metodologia, neste artigo, opta-se pela adoção da nomenclatura etnografia virtual, levando em consideração o histórico sobre o termo trazido por Hine e por Fragoso, Recuero e Amaral.

Com a transposição do processo etnográfico para o mundo digital, o método continua contemplando a sociedade e em suas diversas interfaces, mas desta vez em uma análise por meio do virtual. A mudança representa também um desafio ao pesquisador, uma vez que essa análise, porém, deve ser tão densa e profunda como seria o método em sua versão original. Hine define que a etnografia é, então, um método que problematiza o uso da internet: ao invés de ser inerentemente sensível, adquire sensibilidade ao seu uso.

El estatus de la Red como forma de comunicación, como objeto dentro de la vida de las personas y como lugar de establecimiento de comunidades, pervive a través de los usos, interpretados y reinterpretados, que se hacen de ella. El ciberespacio no necesariamente tiene que ser visto como un lugar apartado de cualquier conexión con la "vida real" o de la interacción cara a cara. Internet se conecta de formas complejas con los entornos físicos que facilitan su acceso, a la vez que depende de tecnologías que son empleadas de modos particulares según contextos determinados, y que son adquiridas, aprendidas, interpretadas e incorporadas en sus espacios de ocurrencia. (HINE, 2004. p.81)<sup>4</sup>

Assim, Hine populariza o termo etnografia virtual. Ainda de acordo com a autora, o crescimento das interações mediadas faz um convite para que os pesquisadores reconsiderem a ideia de uma etnografia ligada a algum lugar concreto (ou físico) ou, inclusive, a múltiplos espaços. Para ela, estudar a formação e reconfiguração do espaço através de interações mediadas representa uma nova oportunidade para a perspectiva etnográfica.”La etnografía virtual es un intersticio en el sentido de que convive entre varias actividades, tanto del investigador como de los participantes del estudio”<sup>5</sup> (HINE, 2004. p.81).

## **Análise do objeto empírico**

---

<sup>4</sup> (Tradução livre) “O estado da rede como uma forma de comunicação, como um objeto dentro da vida das pessoas e como um local de estabelecimento das comunidades, sobrevive por meio de usos, interpretados e reinterpretados, que são feitas do mesmo. O ciberespaço não tem necessariamente de ser visto como um lugar longe de qualquer conexão com a "vida real" ou interação face-a-face. A Internet conecta formas complexas com ambientes físicos que facilitam o acesso, enquanto dependente de tecnologias que são usadas de maneiras particulares de acordo com contextos específicos, que são adquiridos, aprendidos, interpretados e incorporados em suas áreas de ocorrência”.

<sup>5</sup> (Tradução livre) “A etnografia virtual é um intervalo no sentido de que convive entre várias atividades, tanto do pesquisador quanto dos participantes do estudo”.

Para este artigo, foram analisados os 655 trabalhos apresentados nos últimos cinco anos nos GPs da Divisão Temática de Jornalismo, do Congresso Nacional da Intercom. Na escolha do corpus da análise, optou-se pelo Congresso da Intercom devido à sua relevância histórica para o campo da Comunicação, já a escolha pela Divisão Temática de Jornalismo foi em busca de encontrar respostas sobre como o método etnográfico é tratado por pesquisadores da área. Com relação ao recorte temporal, optou-se pelos cinco últimos anos partindo do pressuposto que os estudos sobre comunicação digital tiveram crescimento recente e, assim, esperava-se com este recorte ter uma visão deste aumento, o que fica evidenciado nos resultados a seguir.

Com base na proposta de Análise de Conteúdo de Bardin, 2016, adaptamos o método para esta análise, dividida em três procedimentos. O primeiro foi a análise do título, resumo e palavras-chave dos trabalhos em busca das seguintes palavras-chave relacionadas com estudos de comunicação digital: jornalismo digital, mídias digitais, redes sociais, mídias sociais, conversação em rede, webjornalismo, web 2.0. No decorrer da pesquisa também foram inseridas as palavras-chave: notícias online, web, webtelejornalismo, smartphone e Whatsapp. Esta busca retornou 55 resultados nos cinco anos de análise.

No segundo procedimento, foram filtrados os artigos (com base em título, resumo e palavras-chave) que continham palavras-chave relacionadas aos estudos etnográficos, como: etnografia, netnografia, etnografia virtual, webnografia, ciberantropologia, antropologia, pesquisa etnográfica, estudos etnográficos e observação participante. Durante a análise foi inserido o termo pesquisas etnográficas. Foram encontrados 14 resultados. Destes, sete foram descartados, pois embora contivessem alguma das palavras-chave, a leitura demonstrou que não se tratavam de estudos etnográficos de fato.

Por fim, os dados das duas buscas foram cruzados, a fim de estabelecer quantos artigos apresentavam a intersecção da etnografia ou dos estudos etnográficos com a comunicação digital, chegando ao número de cinco artigos (Tabela 1).

**Tabela 1:** Presença das palavras-chave nos artigos analisados. Fonte: elaborado pelos autores.

Ano	Comunicação digital	Etnografia	Intersecção entre as áreas
2012	9	1	1

2013	7	-	-
2014	4	1	-
2015	12	3	1
2016	23	3	3
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>8*</b>	<b>5</b>

\*A busca original retornou 14 resultados, no entanto, seis foram descartados por não se encaixarem nas características propostas para análise.

Fontes: as autoras

Com base nos dados, nota-se o crescimento dos artigos que propõem reflexões acerca do fazer jornalístico no ambiente virtual, especialmente nos dois últimos anos de análise. Os GPs que mais receberam trabalhos com esta temática foram de Teoria de Jornalismo e Telejornalismo, sendo 20 trabalhos em cada um dos GPs durante os cinco anos. Destaque também para o crescimento dos trabalhos de jornalismo digital no GP de Telejornalismo em 2016, quando recebeu 10 trabalhos.

Dentre as mais diversas possibilidades metodológicas, a etnografia e a etnografia virtual são pouco utilizadas. Por isso, ao focarmos nos estudos que contemplam as duas áreas, temos um universo reduzido.

**Tabela 2:** Estudos que contemplam comunicação digital e estudos etnográficos. Fonte: elaborado pelos autores.

Ano	Palavras-chave	Título
2012	Observação participante; Webjornalismo.	Reconfigurações da Noticiabilidade no Jornalismo Online
2015	observação participante; smartphone	O telejornalismo e o telefone celular: notas sobre a cobertura de um incidente aéreo em Nova Iorque
2016	observação participante; WhatsApp	WhatsApp e telejornalismo participativo: das rotinas produtivas ao relacionamento com o telespectador
2016	jornalismo digital; pesquisas etnográficas	Desprezo e dependência: o que dizem as pesquisas etnográficas sobre a relação entre o jornalismo digital e a audiência
2016	observação participante; WhatsApp	Adaptações Midiáticas ao Fluxo de Informações no Século XXI: WhatsApp na Redação de Jornal Impresso

Fontes: as autoras

O primeiro trabalho que apresenta intersecção entre a comunicação digital e a etnografia data de 2012, quando Carllysângela Silva Falcão, da Universidade Federal de Pernambuco apresentou o trabalho “Reconfigurações da Noticiabilidade no Jornalismo Online”. A partir da observação participante e do acompanhamento das notícias em um portal, a autora buscou compreender como o conteúdo noticioso é influenciado pelo *newsmaking* e pela postura de jornalistas diante do webjornalismo no conteúdo noticioso. Assim, vale destacar que embora traga uma primeira intersecção entre as áreas, não se trata de um estudo de etnografia virtual, pois utiliza de técnicas da etnografia tradicional para analisar aspectos do webjornalismo.

Já em 2015 e 2016 nota-se um aumento no número de análises que utilizam a etnografia como metodologia: foram citados três estudos em cada ano. Ainda assim, em 2015, o único trabalho que teve palavras-chave de ambas as áreas é definido pelo próprio autor como de inspiração antropológica. Com o trabalho “O telejornalismo e o telefone celular: notas sobre a cobertura de um incidente aéreo em Nova Iorque”, Evandro José Medeiros Laia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro abordou como o telefone celular representou mudança nas rotinas de produção no telejornalismo. As metodologias utilizadas foram observação participante e entrevista de profundidade.

Outro fato destacado é que no ano de 2016 dois dos trabalhos citados usaram como objeto de pesquisa a utilização do aplicativo WhatsApp. Elaine de Lima Castro Garau<sup>6</sup>, da Universidade Federal do Espírito Santo, e Cristine Gerk Pinto Carneiro<sup>7</sup>, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, analisaram de que forma o aplicativo modificou a estrutura das redações e como o contato rápido e constante com o receptor alterou a forma de se fazer notícia. Vale lembrar que o aplicativo foi mencionado somente no último ano de pesquisa, o que pode ser reflexo da sua popularização recente.

Ainda em 2016, o trabalho “Desprezo e dependência: o que dizem as pesquisas etnográficas sobre a relação entre o jornalismo digital e a audiência”, de Paulo Serpa Antunes, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre faz uma

---

<sup>6</sup> Autora do trabalho: “WhatsApp e telejornalismo participativo: das rotinas produtivas ao relacionamento com o telespectador”, apresentado no GP de Telejornalismo.

<sup>7</sup> Autora do trabalho: “Adaptações Midiáticas ao Fluxo de Informações no Século XXI: WhatsApp na Redação de Jornal Impresso”, apresentado ao GP Teoria do Jornalismo.

revisão de pesquisas etnográficas anteriores de três autores (Anderson, Boyer e Tandoc Jr) para compreender melhor as relações que portais e sites de notícias têm com seu público. O resultado é que os comentários de leitores são desprezados. Sobre os objetos de estudo escolhidos pelos pesquisadores nota-se, portanto, interesse em pesquisas focadas na interação entre leitores em sites de notícias. O estudo desta interação pode ser interpretado pela crescente estabilidade e ritmo que os sites vêm conquistando, visto que muitos jornais impressos possuem esta plataforma online – outros até estão migrando exclusivamente para o meio digital. Outro objeto que vem despertando interesse é a comunicação que se cria através do aplicativo WhatsApp, seja dentro das redações ou em uma relação com os leitores.

Já em relação aos autores utilizados pelos pesquisadores, algumas vezes alguns nomes acabam se cruzando entre os trabalhos, como é o caso de Nelson Traquina e Manuel Castells, por exemplo – ambos citados em dois trabalhos diferentes. Além destes, também notamos a inspiração em nomes conhecidos dentro da teoria como Dominique Wolton, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard e Jesús Martín-Barbero (todos citados em pelo menos um artigo). Entre as palavras-chave mais utilizadas nos trabalhos da academia, notamos o uso frequente de whatsapp, antropologia e webjornalismo. Contudo, o uso mais frequente foi o termo observação participante, encontrado em três, dos cinco trabalhos destacados – percebendo assim uma forte ligação da técnica com os estudos antropológicos.

Em geral, as pesquisas de etnografia virtual estão espalhadas por todo o Brasil. Porém, o estado que mais vem produzindo trabalhos neste sentido é o do Rio de Janeiro – com dois estudos baseados em métodos da etnografia. Além destes, as universidades que também estão produzindo foram destacadas em Pernambuco (uma), Espírito Santo (uma) e Rio Grande do Sul (uma).

**Ilustração 1:** Produção de artigos relacionados com etnografia virtual no Brasil. Fonte: elaborado pelos autores.



Fontes: as autoras

## Considerações finais

A etnografia, assim como a etnografia virtual, apresenta-se como uma metodologia bastante versátil podendo ser utilizada em diferentes estudos, pois tem a capacidade de abraçar diversos temas e formatos de pesquisa. O método favorece a aproximação com o objeto e permite um olhar aprofundado sobre o que se é pesquisado, já que aborda o objeto por diferentes vieses.

Ainda assim, nota-se que entre todos os trabalhos analisados, vemos apenas alguns que possuem aproximações com a etnografia virtual, mas nenhum trabalho que a utilize como método. Quando aparece, a pesquisa etnográfica é mais comum em estudos sobre a produção de notícias.

Por outro lado, é notável o crescimento de estudos relacionados ao Jornalismo Digital especialmente nos anos de 2015 e 2016, embora ainda não se constitua em um número tão expressivo se comparado com a relevância do tema para a prática jornalística e para a sociedade como um todo.

Admite-se a possibilidade de que esta temática possa aparecer com maior expressão em trabalhos da Divisão Temática Multimídia, que conta com os GPs Comunicação e Cultura Digital, Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas e Games, o que poderia ser tema de trabalhos posteriores.

Dentro dos resultados de Jornalismo Digital no GP de Teoria do Jornalismo pode ser indicativo da preocupação em compreender como o jornalismo pode se adaptar e se reinventar diante das novas tecnologias. Ao mesmo tempo, a partir do aumento dos estudos sobre o mesmo tema no GP de Telejornalismo, pode-se desenvolver a hipótese de que esta tendência é resultado da mudança na forma de consumo de televisão, cada vez mais relacionadas ao ambiente digital.

Com base nas contribuições de Castells e Wolton sobre as características da comunicação no espaço digital, cabe também outro questionamento: até que ponto a transposição do método etnográfico é capaz de dar conta deste fenômeno tão amplamente modificado pela internet? Se as distâncias culturais são evidenciadas com o fim das distâncias físicas, como a pesquisa etnográfica analisa este fenômeno? O pesquisador consegue a imersão necessária para compreender a cultura numa sociedade em rede? Ou melhor, os pesquisadores estão dispostos a isso? Juntamente com esses questionamentos, surge a certeza de que o desenvolvimento dos métodos não consegue acompanhar a velocidade com que se desenvolvem as técnicas. No entanto, defendemos aqui a importância da postura crítica do pesquisador quanto aos usos das metodologias, ainda que exista essa defasagem entre o desenvolvimento tecnológico e a reflexão metodológica.

Fica então a reflexão dos motivos que fazem com que a etnografia virtual não seja um método tão explorado nos estudos de jornalismo. A presença ainda tímida dos estudos etnográficos relacionados ao jornalismo pode ser reflexo de uma resistência a estudos de recepção – no quais a etnografia se mostra como método interessante – dentro dos estudos de Jornalismo. Considera-se que a etnografia pode ter mais expressividade com o crescimento dos estudos de recepção, considerando principalmente a aproximação que este método oferece com o objeto e a dedicação exigida ao estudo – ambas características fundamentais tanto para o trabalho acadêmico como para a comunicação.

## Referências

AMARAL, Adriana. **Etnografia e pesquisa em cibercultura**: limites e insuficiências metodológicas. REVISTA USP, São Paulo, n.86, p. 122-135, junho/agosto 2010

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70; 2016.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed, 2003.

FRAGOSO, S; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRANÇA, V. V.; SIMÕES, P. G. **Curso básico de Teorias da Comunicação**. Autêntica, 2017.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

HINE, C. **Etnografia Virtual**. Barcelona: Arigó, 2004, pp. 210.

LAGO, C. **Antropologia e jornalismo**: uma questão de método. *In*: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. Metodologia da pesquisa em jornalismo. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

MELO, J. M. de. Paradigmas jornalísticos que floresceram precocemente nas Américas: as contribuições seminais de Robert Park e Barbosa Lima Sobrinho. *Revista USP*. São Paulo: USP/CCS, n 61, mar-mai/2004

RODRIGUES, J C. **Antropologia e comunicação**: princípios radicais. Rio de Janeiro, 2003. 183p.

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

WOLTON, D. **Internet, e depois?** uma teoria crítica das novas mídias. Trad. Isabel Crossetti. Porto Alegre: Sulina. 3. ed. 2012.

WOLTON, D. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo, Paulus, 2006.