

**Elo entre distintos universos de significação:
similaridades entre técnicas etnográficas e jornalísticas**

*Link between different universes of signification:
similarities between ethnographic techniques and journalism*

Kenia Beatriz Ferreira MAIA¹
Wilson Galvão de Freitas TEIXEIRA²

Resumo

Este artigo aborda a similaridade existente entre técnicas etnográficas e jornalísticas, sobretudo no que tange à apuração de informações e a construção do conteúdo. Através de revisão bibliográfica, assentada em interpretações como a de Rovida (2016), visualizada em expressões como Jornalismo Etnográfico (NEVEU, 2006) e Etnojornalismo (VIZEU, 2014) e enxergada em raciocínios como o de Duarte (2006) e Pereira (2012), observa-se que saber aproveitar o conhecimento que aproxima as duas áreas, com técnicas familiares e já enraizadas, é um fator diferencial no trabalho de campo em pesquisas com viés sociológico, como as que analisam interferências na *práxis* jornalística em decorrência da utilização de aplicativos de web analytics.

Palavras-chaves: Etnografia. Técnicas Jornalísticas. Sociologia.

Abstract

This article discusses the similarity between ethnographic and journalistic techniques, especially regarding information gathering and content construction. Through a bibliographic review, based on interpretations such as Rovida (2016), visualized in expressions such as Ethnographic Journalism (NEVEU, 2006) and Ethnojournalism (VIZEU, 2014) and seen in reasoning as Duarte (2006) and Pereira (2012), it is observed that knowing how to take advantage of the knowledge that approximates the two areas, with familiar and already ingrained techniques, is a differential factor in the field work in researches with sociological bias, such as those that analyze interferences in the journalistic *praxis* due to the use of applications of web analytics.

Keywords: Ethnography. Journalistic Techniques. Sociology.

¹Professora doutora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia. Coordenadora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: kbiamiaia@gmail.com

²Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia. E-mail: wg8281@gmail.com.

Introdução

As ferramentas digitais dominam o debate atual sobre as interferências das novas tecnologias no âmbito do jornalismo. O computador e a internet carregam o simbolismo universal deste momento digital. Datada da década de 80 (BALDESSAR, 2005, p. 206), a informatização das redações dos jornais e revistas no Brasil acarreta grandes mudanças no cotidiano profissional dos jornalistas: uma nova realidade profissional incluía melhor qualificação, atualização e intensificação do trabalho.

Já o quinquênio 2011-2015 é marcado por um exarcebamento do papel de ferramentas tecnológicas digitais, tais quais mídias sociais e aplicativos, fazendo com que a audiência estivesse, em determinadas plataformas, como sujeitos geradores de conteúdo. A conjuntura é reflexo também do aumento no acesso à internet, já que o número de internautas em 2015 chegou a 3,2 bilhões no mundo, segundo dados da Organização das Nações Unidas (ONU). Há 15 anos, os usuários de internet eram apenas 400 milhões, o que correspondia a 6,5% da população mundial. Em 2015, esse índice sobe para 43%³.

A ascensão daquilo que conhecemos por “imprensa” coincidiu com a industrialização da reprodução e da distribuição de material impresso. Agora, estamos testemunhando uma mudança correlata: a automatização da coleta e da disseminação de fatos, e até de análise básica. Isso obviamente mexe com atividades que empregavam jornalistas não como artesãos, mas como meros braços – gente que desempenhava a função porque não havia máquina capaz disso. Mas também permite que meios de comunicação, tradicionais e novos, dediquem uma parcela maior de recursos ao trabalho de investigação e interpretação que nenhum algoritmo pode fazer – só o homem. (ANDERSON, BELL & SHIRKY, 2013, p. 45)

Nesta circunstância, aplicativos que medem métricas de audiência on-line invadiram redações. Anderson (2009) analisa que tal desenvolvimento culminou na mudança de padrões de julgamento de notícias entre produtores web on-line, ao observar que valores jornalísticos dominantes da autonomia e da escrita para outros jornalistas estavam sendo invadidos por um novo conjunto de valores profissionais, um

³<https://nacoesunidas.org/em-15-anos-numero-de-usuarios-de-internet-passou-de-400-milhoes-para-32-bilhoes-revela-onu/>

foco em dados de audiência, uma ‘cultura do clique’. Compreender quais os reflexos, para os profissionais, dessa conjuntura de convergência entre processos produtivos e a nova dimensão do trabalho, e que metamorfoseia rotinas jornalísticas. Eis um desafio.

Este contexto carece de uma imprescindível revisão crítica dos conceitos clássicos do jornalismo, reexame enxergado como elemento importante para a compreensão do fenômeno, processo este permeado por lacunas de pesquisas sobre o impacto desta análise das métricas on-line e o quanto elas influenciam o processo de produção de notícias, tencionando novos significados. Em outras palavras, exercitar a teoria e avaliar a prática é imprescindível, pois não percebemos o mundo da mesma maneira a partir dos novos dispositivos técnicos à nossa disposição, pois os sentidos são aguçados diferentemente (FRANÇA, 2012). Conceitos como os de *Gatewatcher* (BRUNS, 2011), *Screenwork* (BOYER, 2014) e *De-selection* (TANDOC JR., 2014) tem raiz nesta abertura de possibilidades. O risco é entender os números de audiência como um instrumento de aperfeiçoamento praxiológico.

Tais tensões impactam na cultura e na prática do jornalismo online, contribuindo para a adoção de medidas desesperadas de atração da atenção do público, não devidamente ancoradas em valores jornalísticos ou sequer em estratégias comerciais[...] o que se identifica atualmente superdimensiona o papel e o valor das métricas no jornalismo online brasileiro. (CHRISTOFOLETTI & VIEIRA, 2015)

A denominada ‘Cultura do Clique’ (ANDERSON, 2009) intervém na produção de notícias e na edição, ocasionando reflexões adicionais que florescem nesta relação, como a compreensão de que o conteúdo produzido será repercutido em diferentes plataformas. Para os jornalistas, isso representa novas perspectivas e desafios. Assim, faz-se necessário um estudo mais aprofundado, com métodos reconhecidos, para percebermos como o comportamento da audiência, sob a forma de métricas de audiência, está oscilando o fazer jornalístico e orientando decisões profissionais subsequentes. A adoção de técnicas etnográficas, em casos de estudo da Cultura do Clique, parecem-nos o mais adequado, haja vista sua condição de viabilizar dados volumosos e mais precisos, com práticas familiares ao pesquisador-jornalista.

A etnometodologia

Em uma proposta neste sentido com métodos que permitam captar esses meandros, vislumbramos a pertinência da etnografia como método de pesquisa mais apropriado para entendermos a ingerência que um processo de prática jornalística, focado em métricas de dados de audiência, tem sobre a produção jornalística e os valores jornalísticos, no sentido de que novas tecnologias de comunicação têm permitido não só formas diversas com as quais o público interage com a notícia, mas também novas formas com que os jornalistas possam monitorar o comportamento da audiência online (TANDOC JR., 2014).

Ratifico a argumentação de Paterson (apud TANDOC JR., 2014, p. 7), de que apenas metodologias etnográficas trazem a possibilidade de fornecer uma descrição adequada da cultura e da prática de produção de mídia e a mentalidade dos produtores de mídia, uma condição não apenas relativa à compreensão de culturas antigas, mas também na apreensão de formas sociais contemporâneas. Também partilho da assertiva de Singer (2008, p. 158), de que o enfoque cultural da etnografia é crucial para o estudo de como os jornalistas percebem e adaptam-se às mudanças na forma como fazem notícia. Pereira Júnior (2006), em estudo sobre rotinas produtivas no telejornalismo, já afirmara que a abordagem etnográfica permite uma observação coerente sobre as práticas sociais que resultam em produções culturais.

Ao falar sobre a abordagem etnográfica como instrumento de pesquisa, París (idem, p. 28) faz uma objeção pertinente, situando que, ao abordar comunidade cultural, setor, classe ou grupo intelectual, objeta que estas tendem a perceber-se considerando unicamente suas próprias vivências, em um pensamento no qual suas práticas características se transformam em práticas antropológicas. Analogamente, é a Teoria do Espelho transposta para o âmbito antropológico: uma reflexão que nos devolve nossa própria imagem a partir da imagem já concebida. Em outras palavras, é um entrave para a pesquisa. Acrescento: uma peculiaridade da pesquisa etnometodológica é que os problemas encontrados no percurso e todas as interações constituem parte fundamental do material de pesquisa.

A pesquisa de campo nos moldes da etnografia implica inserir-se em um mundo que não é seu – mas que você pode conhecê-lo-; ouvir pessoas em um ambiente de sociabilidade que você tem conhecimento superficial; sobretudo, observar para compreender aquilo que se passa. Insinua saber ouvir, ver, fazer uso de todos os sentidos e assim assimilar a ascendência de significados dentro do ambiente, no caso uma redação, e poder investigar a prática do jornalista a partir dos sentidos que lhe dá enquanto fala, descreve e relata o que faz.

No método etnográfico, o pesquisador entra em contato com a realidade vivida pelos pesquisados para poder apreender o universo do observado e, desta forma, obter subsídio para compartilhar uma leitura dele. Afinal, “o pesquisador não é um mero reproduzidor de falas ‘nativas’. [...] é preciso problematizar o discurso” (Travancas, 2012, p. 25). De acordo com Duarte (2006), temos que considerar muito além das respostas proferidas nas entrevistas. É imprescindível ressaltar o ambiente da entrevista, a relação entre as pessoas nesse ambiente, o comportamento do entrevistado, movimentos e gestos, cruzando os dados com as respostas obtidas no contexto.

Percebe-se, assim, que um possível obstáculo é a dosagem da subjetividade na interpretação do pesquisador, pois cada experiência observada aponta possíveis especificidades. Outro imaginável entrave é a familiaridade do pesquisador com o objeto de estudo e suas rotinas. Não obstante seja óbvio que observar uma comunidade profissional cujas práticas são familiares ao pesquisador é um desafio adicional, trago a assertiva de Travancas (2012, p. 25): a função do investigador é se distanciar para poder refletir sobre o significado do que é dito e visto.

A pesquisadora vivenciou, em sua pesquisa de mestrado, a situação de pesquisar o seu próprio grupo profissional, encarando-o de uma nova forma, “experimentando o ‘estranhamento’ dentro da sua própria cultura, buscando transformar o ‘familiar em exótico” (idem, p. 24). Contudo, a prática etnográfica tem bases independentes da situação.

Posso ter um mapa, mas não compreendo necessariamente os princípios e mecanismos que o organizam. O processo de descoberta e análise do que é familiar pode, sem dúvida, envolver dificuldades diferentes do que em relação ao que é exótico. Em princípio dispomos de mapas mais complexos e cristalizados para nossa vida cotidiana do que em relação a grupos ou sociedades distantes ou afastados. (VELHO, 1978, p. 41).

París (2002, p. 36), ao referir-se a três grandes momentos na história da antropologia filosófica e refletir sobre o giro importante na trajetória da reflexão antropológica, traz um realce à experiência tecnológica, com seu crescente sentido de inovação constante, em simultaneidade ao desenvolvimento tecnológico, este alcançando mudanças de ordem técnica. Apesar da ressalva anterior, este mundo de conceituações se desenvolve também através da leitura de nossa própria experiência, mas sem o bloqueio a um olhar transcendente a experiências mais próximas. “O certo é que uma reflexão [...] sobre a técnica tem que contemplar seus desenvolvimentos mais sofisticados” (idem, p. 174).

A etnometodologia é uma corrente da sociologia americana surgida na segunda metade do século XX, que confere maior importância à abordagem qualitativa do social, cujo método busca investigar procedimentos que os atores sociais utilizam em suas operações cotidianas. Observamos que a etnometodologia constrói-se atravessada por um processo cujas atividades práticas são temas centrais dos estudos empíricos, pois é concedida às atividades corriqueiras do dia a dia a mesma atenção que aos acontecimentos extraordinários. Heritage (1999) defende que a tradição etnográfica caminha sempre atravessada pela percepção de que, para investigar um fenômeno social, é preciso compreender o sentido que os atores atribuem às suas ações. Segundo seu raciocínio, com o passar do tempo, uma nova sociologia do conhecimento se estabelece longe da camisa de força da racionalidade prescritiva.

Singer (2008) defende que a etnometodologia envolve a investigação aprofundada de um pequeno número de casos, talvez apenas um único, ao invés de tentar representar tendências gerais, reflexo do objetivo que é pinçar não o mundo, mas o caso, um sistema limitado e integrado com padrões de comportamento identificáveis. O sentido é sempre local, ou seja, uma palavra - ou mesmo uma instituição - só pode ser analisada considerando-se sua situação.

Neste sentido, a utilização da etnografia tem como objetivo investigar, através de técnicas no trabalho de campo, tais quais entrevistas em profundidade e observação não participante, como uma produção jornalística com inclinação para gerar cliques influencia o fazer profissional. Assim, parece-me essencial que as questões preparadas estejam abertas a abordar aspectos não previstos, como, por exemplo, alguma funcionalidade nova nos aplicativos que seja inexistente quando da idealização das

perguntas. A etnografia, frise-se, é a técnica usada num dos estudos fundadores do campo de pesquisa em jornalismo, quando, em 1950, David Manning White a utiliza para criar o suporte teórico para a Teoria do Gatekeeper.

A prática da denominada ‘Cultura do Clique’ (ANDERSON, 2009) intervém na produção de notícias e projeta novos significados sobre o processo de construção do conteúdo, normas e textos dos profissionais jornalistas em produção para mídia on-line. Reflexões adicionais florescem nesta relação, como a compreensão de que o conteúdo produzido será repercutido em diferentes plataformas.

A "convergência das redações" é um termo problemático, tanto porque se tornou nos últimos anos, e porque inclui muitas atividades e estruturas de trabalho diferentes. É usado aqui para escrever uma mudança de jornalismo de plataforma única - criação de conteúdo para um jornal ou um programa de notícias de televisão, por exemplo - para o jornalismo multiplataforma envolvendo mais de um meio. (SINGER, 2008, p.157)

Dentro da técnica da observação não participante, necessitaremos, para uma precisa reflexão a respeito do sentido e significado que os produtores de conteúdo dão às novas práticas profissionais, considerarmos os textos veiculados como parte do meio, ao mesmo tempo em que integrante de mediações que se utilizam da linguagem para a produção de sentidos. Como frisa París (2002, p.174-179), analisar as novas tecnologias não basta, é preciso observar a subjetividade que desponta a partir dos seus usos. Singer (2008, p. 161) sublinha neste ponto a relevância do trabalho de campo, pontuando que o trabalho de campo da redação ajudou a minar a noção simplista do determinismo tecnológico, incorporando questões de cultura, ambiente e experiência situada.

Ao relatar sua experiência no trabalho de campo, Anderson (2011) salientou que a perspectiva tecnologicamente determinista sobre a mudança da mídia, tomando como horizonte que comportamentos e mudanças na redação giram em torno da emergência de novos artefatos tecnológicos, atribuiria mudanças nas práticas editoriais para o "impacto" das novas tecnologias. Segundo ele, a pesquisa de campo nos moldes etnográficos permitiu ir além do simples paradigma do determinismo tecnológico.

Técnicas de apuração: elo prático entre distintos universos de construir significação

Vizeu (2014) propõe a adequação de preceitos etnográficos e etnometodológicos às investigações no universo jornalístico, através de um método de observação participante nas redações, o qual ele denomina etnojornalismo. Em outra perspectiva, Erik Neveu (2006), cunhou a expressão “jornalismo etnográfico”. Segundo o autor, são quatro as possibilidades de denominação deste jornalismo etnográfico: trata-se de um jornalismo de reportagem, fixa-se em cidadãos “comuns”, faz uso de procedimentos de citação de técnicas de encenação de estilos de vida, funciona sobre uma espécie de inversão das formas de cobertura comum, passando do ponto de vista dos que decidem para o dos efeitos de suas decisões (idem, p. 171).

As expressões aproximam, em diferentes contextos de abordagem, os termos etnografia e jornalismo, áreas distintas que utilizam técnicas similares de apuração de dados para construir seu produto. Aproximar os termos não é novidade. Tampouco um equívoco. Rovida (2015), em trabalho cujo objetivo é uma proposta para metodologia de pesquisa empírica aplicada ao campo da comunicação, salienta a similaridade da forma de trabalho presente na etnografia com as das rotinas de apuração jornalística, destacando que saber aproveitar um conhecimento já enraizado e as semelhanças atinentes ao trabalho de campo das duas áreas será vantajoso na proposta.

Uma vez que o pesquisador, em suas incursões a campo, terá de observar, entrevistar, conversar, dialogar com seus informantes para apreender as nuances que lhes escapam, é pertinente pensar como estabelecer esse contato. As técnicas de entrevista em profundidade – pensadas no âmbito da comunicação jornalística – podem auxiliar nesse processo” (idem, p. 83)

O movimento de observar cenas e analisá-los, sob foco antropológico, em uma ótica interpretativa na perspectiva do jornalismo, atividade que lida cotidianamente com processos de observação, também é tangenciado no estudo de Da Silva (2013, p. 41). A questão da interpretação e da subjetividade, próprias da etnografia e, portanto, do trabalho antropológico, visa a construção de uma leitura do que acontece. Do mesmo modo, na reportagem reinterpreta a realidade percebida ao captar o real sob múltiplos

ângulos e observações. Em ambas as atividades, o que se vê é um constante ir e vir entre observador e o observado.

Ela sublinha que o trabalho do jornalista se assemelha ao do etnógrafo, no sentido de que ele precisa saber olhar e escutar para escrever uma bela história. E que precisa aguçar os dois sentidos como meio para livrar-se dos lugares-comuns e proporcionar ao leitor uma nova versão de um fato, mesmo esse fato já tendo sido muito explorado. Pertinente à presente proposta de metodologia é a colocação de Wolf (2005, p. 193), quando ao falar em “etnografia da comunicação”, assevera que esta tem como característica

permitir a observação dos momentos e fases de crise, quando fenômenos e eventos ambíguos, incertos ou pouco claros, redefinem-se de modo incongruente; ou quando reorganizações parciais do trabalho ou ajustes da linha editorial introduzem equilíbrios instáveis a serem estabilizados.

Rovida (2015, p. 86) também destaca as figuras de linguagem e o ritmo próprios à forma narrativa textual como aproximadores das duas áreas. Para ela, ambos profissionais se sobressaem em sua atuação através de processos que correspondem à imersão em campo ou ao contato com os protagonistas das ações, técnicas que propiciam substância ao estágio seguinte da ação: uma narrativa que cria relações entre as cenas observadas e o público. Da Silva (2013, p. 43-44) também dialoga com essa interpretação.

Essa é a tarefa do jornalista: interpretar os relatos de seus informantes e criar uma narrativa a partir deles de modo a aproximar mundos. Tal aproximação de mundos é, aliás, um exercício do qual também se valem os etnógrafos. A partir da fusão de horizontes – seu e do grupo ou do indivíduo analisado – eles se situam entre o estranho. Esse processo, contudo, não requer abandono do próprio mundo do etnógrafo, mas implica na penetração do horizonte do outro. No caso do repórter, a imparcialidade preconizada do relato jornalístico é desmitificada, pois enquanto sujeito dotado de emoções e sentimentos, ao adentrar o universo do outro, ele se modifica ao mesmo tempo em que modifica o outro. Nesse sentido, a pesquisa etnográfica, assim como a reportagem, pode ser tomada enquanto experiência pessoal. (grifo meu)

Em forma de ressalva, Rovida (2015, p. 78) faz uma aproximação das áreas ao falar sobre o desconforto em objetivar os fenômenos pesquisados e o distanciamento dito necessário à imparcialidade da análise. Para a autora, ambos questionamentos são comuns às pesquisas antropológica e jornalística. Travancas (2012) também enumera exceções quanto à aproximação ao refletir que a entrevista como método de pesquisa nunca coloca o pesquisador em posição de confronto. No âmbito jornalístico, a mesma afirmação é inverídica.

Feitas estas considerações, aprofundamos a pertinência da entrevista em profundidade, que consoante Duarte (2006), serve para que se recolham respostas a partir da experiência de uma fonte, propiciando ao pesquisador outras maneiras de perceber e descrever os fenômenos. Para o autor, representa uma “técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (DUARTE, 2006, p. 62).

Todavia, ato contínuo ao questionamento “como trazer a tona o sentido coletivo de um fenômeno social tendo como base um conjunto de narrativas geradas e analisadas em escala microssociológica?”, Pereira (2012, p. 42) defende que as situações narradas precisam ser confrontadas e contextualizadas a partir de valores institucionais e normas culturais. Rovida (2015) ao referir-se ao aprimoramento da metodologia de pesquisa empírica desenvolvido por Geertz na obra *O Saber Local* (2004), também tangencia que as técnicas de entrevista em profundidade, no âmbito da comunicação jornalística, são frutíferas no jogo interpretativo, denominado “experiência próxima”. Nele, a interpretação, como fonte de informação do cientista, é substanciada a partir da leitura cultural dos próprios atores sociais que fazem parte dos grupos sociais pesquisados.

“Dessa forma, o antropólogo terá como objetivo entender o que as próprias pessoas envolvidas nas situações pesquisadas pensam sobre o assunto. [...] Com essa postura, o pesquisador amplia sua capacidade interpretativa de forma geral” (idem, 2015, p. 82). Entretanto, acrescenta a autora, isso não significa perder de vista o aspecto coletivo da construção de sentido, pois o processo grupal de arquitetar os significados continua como a origem da interpretação. O intuito é preencher espaços de subjetividade que porventura existiriam ao tentarmos relatar subjetividades de outro através da nossa.

A escolha pela entrevista em profundidade em destaque, frise-se, não destoia da opção feita em um histórico de pesquisas sobre produção de notícia. Wolf (2005, p. 191) diz que, “neste caso, dentre os exemplos mais relevantes [...] podemos citar Warner, 1971; Elliott, 1972; Epstein, 1973; Schlesinger, 1978; Tuchman, 1978; Gans, 1979; Fishman, 1980”. Pereira (2012, p. 43) afiança a entrevista como uma ferramenta de pesquisa que “agrega uma dimensão qualitativa aos fenômenos analisados, ao mesmo tempo em que garante certa credibilidade aos dados gerados, sobretudo em pesquisa etnográfica”.

Trabalhar com a perspectiva conceitual de entrevistas em profundidade adotada por Duarte (2006), para o qual as entrevistas, neste modelo, são geralmente individuais, é frutífero. Realizar sessões de entrevista com uma fonte por vez, a fim de obter respostas espontâneas o tanto quanto possível, estimulando também a reflexividade dos participantes, também. A escolha tem amparo no raciocínio de Pereira (2012), ao defender que a entrevista é um espaço de produção de sentido por brotar de uma situação de interação simbólica. Acrescenta ainda: essa situação de interação deve ser recuperada durante a análise, com as reações engendradas e as condições de construção da narrativa.

Outra característica dessa técnica é a variedade de tipologias. As pesquisas qualitativas podem ter questões não estruturadas ou semiestruturadas; a entrevista pode ser aberta ou semi-aberta; o modelo pode ter uma questão central ou um roteiro; sendo assim, a abordagem sempre será em profundidade e as respostas indeterminadas. É o caminho inverso ao das pesquisas quantitativas, cujo modelo adotado é o de questionário e a abordagem é linear (DUARTE, 2006).

A realização de entrevistas qualitativas [...] envolve um preparo metodológico, que vai além do ato de elaborar um roteiro pertinente e de se apropriar de técnicas que ‘façam a pessoa falar’ – o que aparece frequentemente em manuais de metodologia. Inclui gerir diferentes aspectos de uma situação de interação e levá-los em consideração durante a interpretação de dados. Implica em analisar a própria atuação do pesquisador no processo de construção da narrativa. Requer ainda a capacidade de improviso, que permita redirecionar uma entrevista e repensar os limites de um problema de pesquisa a partir do relato dos sujeitos investigados. (PEREIRA, 2012, p. 43)

Para Duarte (2006), na entrevista semi-aberta as questões têm origem no problema de pesquisa e buscam tratar da amplitude do tema, por meio do uso de perguntas mais abertas tanto quanto possível. Na visão do autor, as questões devem ser amplas para não corrermos o risco de esgotá-las com facilidade. Ato contínuo, as perguntas são aprofundadas, encadeando outras. Contudo, a lista de questões-chave pode ser alterada no percorrer das entrevistas em profundidade e a depender da localização do entrevistado, tomado como parâmetro seu uso do aplicativo.

Com relação aos instrumentos de coleta de dados, registramos os dados das entrevistas e da observação na redação por meio de gravações em áudio e anotações, com transcrição de áudios em seguida. O diário de campo é essencial neste contexto, constituído que será por notas das observações durante os dias de acompanhamento na redação. Observar editores on-line checando e-mails, escrevendo histórias, usando o Facebook, interagindo com outros jornalistas para verificação de trabalho, anotando o que os editores faziam, diziam e que estava relacionado com as operações de notícias on-line, é substancial no momento de validar os dados colhidos nas demais etapas da pesquisa. Todo esse material constitui a base para a análise dos dados empíricos, bem como as impressões e interpretações dos gestos e falas dos entrevistados.

Para Duarte (2006), as fontes de uma pesquisa qualitativa devem ser poucas, porém de qualidade, considerando sua atuação dentro da perspectiva adotada para a pesquisa e o tema proposto. O autor defende que a escolha das fontes tende a ser um julgamento do entrevistador, e não partir de um sorteio, como é o caso de amostras probabilísticas. Para uma proposta como a delineada anteriormente, um primeiro critério para a escolha dos sujeitos da pesquisa é a frequência na utilização dos dados para monitoramento das métricas. Essa definição surge a partir da pesquisa exploratória e durante os dados colhidos durante a presença na redação. A ideia é que, com entrevistas individuais, aguçassemos a reflexividade de que trata a etnometodologia.

Referências

ANDERSON, Christopher W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *In: Revista de Jornalismo ESPM*, São Paulo, n. 5, p. 30-89, abr/jun 2013.

ANDERSON, C. W. **Breaking journalism down**: work, authority, and networking

local news, 1997 -2009. 2009. 326 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Columbia University, Nova York, 2009.

_____. **Between creative and quantified audiences:** web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms. *Journalism*, 12(5), 550. 2011. doi:10.1177/1464884911402451.

BALDESSAR, Maria José. **A mudança anunciada:** o cotidiano dos jornalistas com o computador na redação. Florianópolis: Insular, 2005.

BOYER, Dominic. **The life informatic:** newsmaking in the digital era. Ithaca: Cornell University Press, 2014.

BRUNS, Axl. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. **Brazilian Journalism Research** – Vol. 7 – nº 11, 2011.

CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o homem.** Uma Introdução a uma Filosofia da Cultura Humana. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; VIEIRA, Livia de Souza. Métricas, ética e “cultura do clique” no jornalismo online brasileiro: o caso de resistência do nãofo.de. *In: Estudos de Jornalismo* - v. 1 - n.º 5, 2015.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de Caso. In BARROS, A.; DUARTE, J. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2º ed. São Paulo: Atlas, 2006, pg. 215-235.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. *In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio* (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Editora Atlas, 2º ed., 2006, p. 62-83.

FRANÇA, Vera. O acontecimento e a mídia. *In: Galáxia* (São Paulo, online) – Número 24 – 2012.

FREIRE, Claudia. Algoritmos e palavras chave: componentes para a revisão de variáveis demográficas mediante indicadores de engajamento e influencia em estudos de fãs de ficção televisiva. *In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, VIII, 2014, São Paulo. Anais...* São Paulo, ABCiber, 2014, p. 1-15.

HERITAGE, J. Etnometodologia. *In: GIDDENS, A.; TURNER, J. (Org.). Teoria social hoje.* São Paulo: Editora UNESP, p. 321-392, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2006.

JOST, François. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias? **MATRIZES**, São Paulo, ano 4, n. 2, p. 93-109, jan/jun 2011.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia(orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 84-104.

MCGREGOR, Phil. Tracking the online audience: metric data start a subtle revolution. **Journalism Studies**, v. 8, n. 2, p. 280-298, 2007.

NEVEU, Érik. **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

PARÍS, Carlos. **O animal cultural: biologia e cultura na realidade humana**. São Carlos: EdUFSCar, 2002.

PEREIRA, Fábio Henrique. Conversando com jornalistas. A perspectiva do interacionismo simbólico. In: MAROCCO, Beatriz (Org.). **Entrevista na prática jornalística e na pesquisa**. Porto alegre: Libretos, 2012, pg. 31-46.

PEREIRA, Vinícius Andrade. Reflexões sobre as materialidades dos meios: embodiment, afetividade e sensorialidade nas dinâmicas de comunicação das novas mídias. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, Santa Catarina, v. 3, p. 93-101, maio/agosto, 2006.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A Apuração da Notícia: Métodos de Investigação na Imprensa**. Vozes: Petrópolis/RJ, 2006.

ROVIDA, Mara Ferreira. Etnografia e reportagem jornalística: aproximação possível para uma metodologia. **Libero**, São Paulo, v. 18, n. 35, p. 77-88, jan./jun. 2015.

SINGER, J. Ethnography of Newsroom Convergence. In: PATERSON, C; DOMINGO, D. (Orgs.). **Making Online News: The Ethnography of New Media Production**. New York (USA): Peter Lang, 2008. p. 157-170.

TANDOC Jr, E. “Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping”. **New Media & Society**, ano 4, vol. 16, p. 559-575, 2014.

TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Entrevistando planilhas: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil**. 2014. 314 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In BARROS, A.; DUARTE, J. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2º ed. São Paulo: Atlas, 2006, pg. 98-109.

_____. A entrevista no jornalismo e na antropologia: pesquisando jornalistas. In: MAROCCO, Beatriz (Org.). **Entrevista na prática jornalística e na pesquisa**. Porto alegre: Libretos, 2012, pg. 15-30.

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: Edson de Oliveira Nunes (Org.). **A aventura Sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. 5. ed. Porto Alegre: EDIPCURS, 2014.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.