

Possíveis contribuições da etnografia para o estudo e a prática do jornalismo em tempos de crise

Possible contributions of ethnography to the study and the practice of the journalism in times of crisis

João Noé Alves de Carvalho¹
joaoncarvalho@gmail.com

RESUMO

O presente artigo tem o objetivo de avaliar contribuições que o estudo da etnografia pode oferecer ao jornalismo dos dias atuais. Para isso, serão apresentadas definições do conceito de etnografia, bem como as diferenças e semelhanças dessa prática em relação ao jornalismo. Em seguida, haverá uma exposição de exemplos do uso da etnografia em obras jornalísticas. O texto discute, ao fim, o conceito de jornalismo etnográfico e a pertinência do termo para a profissão e o estudo do jornalismo.

Palavras-chave: Etnografia. Imersão. Objetividade.

ABSTRACT

This article has the objective of evaluating the contributions that the study of ethnography can offer to the current journalism. With this aim, it will be presented definitions to the concept of ethnography, and also differences and similarities of this practice in relation to journalism. Then, there will be an exposition of examples of the use of ethnography in journalistic texts. At the end, the article discusses the concept of ethnographic journalism and its relevance to the profession and the study of journalism.

Keywords: Ethnography. Immersion. Objectivity.

¹ Universidade de Coimbra. 3004-531 Coimbra, Portugal.

Introdução

A imagem que boa parte das pessoas tem dos jornalistas é a do apresentador de um jornal televisivo ou a de um colunista famoso. No entanto, essas figuras não representam uma pequena parcela dos jornalistas em exercício. A maioria desses profissionais está longe do campo de visão dos leitores ou telespectadores (Neveu, 2009: 05)². Isso talvez ocorra porque muitos deles estão fora das ruas, “presos” nas redações em frente a computadores.

Essa parece ser uma das maiores características do jornalismo dos dias atuais. Com as demissões nas empresas de comunicação, há o aparecimento da figura do “jornalista sentado”, um profissional que dificilmente deixa a redação e cujo trabalho é, prioritariamente, reescrever de maneira rápida e sintética textos de agências de notícias ou adaptar conteúdo televisivo para o jornal impresso. Para o sociólogo Érik Neveu, essa prática, combinada com uma “obsessão pela simplicidade” no texto, acaba por minar uma das bases do jornalismo, que é o trabalho de campo nas ruas. O resultado é um risco maior de publicar informações imprecisas, já que o jornalista não esteve no local para apurá-las tendo contatos com as fontes apenas através dos *media* (Neveu, 2014: 535-537).

Uma resposta a esse jornalismo de ritmo frenético e conteúdo superficial pode vir da valorização do trabalho de campo “nas ruas”, com a adoção de métodos da etnografia, como a observação participante. É possível argumentar que o jornal *Le Parisien* deu um passo nesse sentido. Na cobertura das eleições presidenciais francesas de 2017, o diário não fez pesquisas quantitativas de opinião. O jornal anunciou o investimento em reportagens sobre as propostas dos candidatos, ouvindo a população e evitando tratar o pleito como uma corrida de cavalos, com reportagens que priorizam os mais bem colocados nas pesquisas (Le Parisien, 2017).

Decisões como essa evidenciam a necessidade de analisar como métodos qualitativos, especialmente a etnografia, podem contribuir para enriquecer o jornalismo. Esse é o objetivo deste trabalho. Para isso, vai ser preciso, em um primeiro momento, expor diferenças e semelhanças entre jornalismo e etnografia. Depois, haverá a enumeração de exemplos que, de alguma maneira, misturam jornalismo e etnografia. Por último, este artigo vai tratar

da análise dos princípios de um gênero definido como jornalismo etnográfico e sua relevância nos dias atuais.

Etnografia: diferenças e semelhanças em relação ao jornalismo

É comum encontrar definições de etnografia como uma prática da antropologia que investiga e descreve culturas. Embora haja quem entenda a etnografia como uma parte da antropologia, nem sempre foi assim. O objeto de estudo da antropologia é o homem, em geral, enquanto a etnografia pode ser autônoma, com a tarefa de estudar grupos específicos (Rae, 2006: 92). James Clifford explica que, até o início do século XX, os antropólogos trabalhavam nas metrópoles. A eles, cabia interpretar os textos produzidos pelos etnógrafos, que iam a campo. Essa dicotomia desapareceu quando antropólogos passaram a ir a campo. A partir de então, etnografia e antropologia tornaram-se praticamente sinônimos (Clifford, 1983: 122). Nesse sentido, uma das características da etnografia é o uso intensivo de trabalho de campo para estudar pessoas em seus próprios ambientes (Singer, 2009:191). Assim, o pesquisador observa e entrevista integrantes de determinados grupos para conhecer em detalhe as atividades que eles desempenham (Gans, 2010: 98).

Clifford Geertz usa uma metáfora para definir a etnografia como uma interpretação de eventos com base em uma “descrição densa” (*thick description*). O autor afirma que o piscar de olhos de um garoto pode ser visto apenas como uma contração da pálpebra, numa “definição superficial” (*thin description*). Já a descrição densa usa a interpretação para desvendar o significado desse gesto: o garoto pode ter piscado os olhos para se comunicar com um amigo, por exemplo (Geertz, 1973:07). Engana-se, porém, quem pensa que a etnografia se restringe à simples interpretação de eventos.

O trabalho etnográfico também consiste na realização e análise de pesquisas quantitativas, bem como na leitura de uma grande quantidade de documentos e estudos de outros etnógrafos (Spencer, 2001: 445). Nas palavras de Robert M. Emerson, Rachel

I. Fretz e Linda L. Shaw, uma atividade essencial do trabalho de campo da etnografia é a observação participante. Tal ação, definem os autores, consiste na

² O autor fez uma tradução livre de todos os textos em língua estrangeira citados neste artigo. Quando isso não ocorreu, o título do texto foi escrito em português na bibliografia.

permanência do pesquisador em determinado espaço durante um longo período, com o objetivo de “investigar, experimentar e representar a vida e os processos sociais que ocorrem naquele ambiente” (Emerson et. al., 2001: 352). Na opinião de Herbert J. Gans, a etnografia, em especial a observação participante, é “o mais científico dos métodos sociológicos, por ser o que chega mais perto das pessoas estudadas” (Gans, 2010: 99).

Muitos consideram Bronislaw Malinowski como o “pai” da observação participante, embora ele nunca tenha usado o termo. No início do século XX, o etnógrafo viajou até a ilha da Nova Guiné, perto da Austrália, para estudar indígenas da região. Em três expedições, Malinowski viveu um total de cerca de dois anos e meio com os nativos, período suficiente para aprender a língua e as regras de etiqueta deles.

Essa imersão é o que, para Malinowski, diferencia “mergulhos esporádicos na companhia de nativos” de “contato real” com eles. O contato efetivo ocorre quando a vida de um etnógrafo em determinado local de pesquisa - inicialmente estranha, incômoda ou cheia de aventuras - acaba por se transformar em uma rotina. Nesse momento, a presença do pesquisador já não causa o mesmo estranhamento de antes. Essa “é, certamente, a condição preliminar para que um pesquisador esteja apto a realizar com sucesso um trabalho de campo” (Malinowski, 1922: 15).

Ao se observar tais características da etnografia, é possível notar algumas semelhanças com o jornalismo. Ou, pelo menos, alguns tipos de jornalismo. Assim como os etnógrafos, jornalistas também podem fazer entrevistas, ler documentos e observar o comportamento de indivíduos em determinado ambiente para escrever uma reportagem. Entretanto, é possível enumerar, pelo menos, seis características que - *a princípio* - diferenciam jornalismo e etnografia.

Prazos - Uma das distinções mais evidentes entre o jornalismo e a etnografia é o tempo que cada um dispõe. Normalmente, os prazos são mais curtos para o jornalista do que para o etnógrafo. Enquanto o primeiro pode ter apenas algumas horas para escrever um artigo, o segundo pode desenvolver sua pesquisa durante anos. Isso não significa que o etnógrafo também não sofra pressões como o jornalista ou que o jornalista não possa dispor de prazos mais longos (Sefcovic, 1995: 21; Singer, 2009: 193). A consequência é que o trabalho jornalístico tem um impacto imediato na sociedade, enquanto o etnográfico percorre um caminho mais longo antes de chegar ao público.

Eventos - Outra distinção entre jornalismo e et-

nografia diz respeito à abordagem dos eventos narrados. O jornalismo, na maior parte das vezes, tenta descrever eventos de maneira precisa. Já a etnografia descreve eventos de maneira precisa, mas tenta ir além, interpretando-os e encontrando significados para posicioná-los em um contexto amplo (Singer, 2009:192). Para Herbert J. Gans, por exemplo, a etnografia pode avançar na pesquisa de assuntos que jornalistas não tiveram tempo de analisar ou consideraram sem valor como notícia. Na opinião de Gans, a etnografia pode “explicar fenômenos e eventos que jornalistas apenas descreveram” (2010: 100).

Premissa - O ponto de partida do jornalismo e da etnografia é um aspecto que também diferencia ambos. O jornalismo normalmente relata acontecimentos extraordinários, pouco usuais, que fogem ao senso comum. Enquanto isso, a etnografia observa rotinas, para identificar padrões de comportamento (Singer, 2009: 194). Para identificar e interpretar esses padrões, o etnógrafo usa teorias, embora preceitos teóricos não possam servir para delimitar a produção de conhecimento novo, que foge do previsto (Singer, 2009: 194). Tanto o jornalista como o etnógrafo que vão a campo dispostos a adequar os eventos observados a ideias preconcebidas correm o risco de cometerem erros. Malinowski, por exemplo, afirma que o trabalho de um pesquisador incapaz de mudar sua visão sobre os fatos é inútil. “Ideias preconcebidas são perniciosas em qualquer trabalho científico” (Malinowski, 1922: 15-16).

Linguagem - O uso de teorias nos trabalhos etnográficos está relacionado a outra diferença pertinente entre as duas profissões. A linguagem do jornalismo é normalmente mais simples do que a da etnografia. Uma das consequências é que o jornalismo tem um alcance maior entre o público.

Objetividade - A noção de objetividade é outra diferença essencial nas concepções de etnografia e de jornalismo. Enquanto, no jornalismo, objetividade significa o balanço entre diferentes versões e o distanciamento do jornalista em relação às fontes, na etnografia há uma preocupação menor com o distanciamento e objetividade é, simplesmente, ser fiel ao mundo retratado (Cramer e McDevitt, 2004:08). Isso não significa que o jornalismo também não seja fiel ao mundo retratado. Mas, como o jornalismo normalmente não interpreta, há uma preocupação em retratar com fidelidade todas as versões relacionadas a um assunto, deixando o público tirar suas próprias conclusões. Já a etnografia, pode-se afirmar, interpreta versões dos pesquisados sem necessariamente ouvir o “outro lado” e tira as suas próprias conclusões.

Ética - Os aspectos éticos e deontológicos do jornalismo e da etnografia são outro ponto de diferença entre as duas profissões. Jane Singer afirma que “a responsabilidade ética primária do etnógrafo é não causar danos, enquanto a do jornalista é servir ao público” (2009:194). A autora ainda ressalta que, normalmente, etnógrafos precisam de consentimento e conhecimento prévio das fontes para realizar uma pesquisa, regras inexistentes no ofício do jornalista (Singer, 2009:194).

Jornalismo na Etnografia e Etnografia no Jornalismo

É preciso sublinhar que, de certa forma, todas essas distinções estão relacionadas, tornando complicado separá-las de maneira clara. Também é pertinente observar que essas diferenças em relação à etnografia se aplicam, na maior parte das vezes, ao chamado jornalismo *mainstream*, dos principais meios de comunicação. Na história, há casos de trabalhos de jornalismo que usam técnicas características da etnografia, notadamente a observação participante, e de trabalhos de etnografia com linguagem típica do jornalismo, por exemplo.

Um exemplo a se destacar são as pesquisas da Escola de Chicago, como se costuma chamar um grupo de sociólogos da Universidade de Chicago que teve notoriedade, principalmente, no início do século XX. Esses acadêmicos partilhavam características como a maneira altamente qualitativa de pensar as relações sociais, o rigor na análise de dados e o foco na cidade como um “laboratório social” (Letters e Ackerman, 1996: 02).

O grande responsável por esse tipo de abordagem talvez tenha sido Robert Park, considerado o “líder” da escola. Um texto clássico de Park, de 1915, dá sugestões para investigar o comportamento humano na cidade. No artigo, Park enxerga a cidade como um organismo composto de diferentes “regiões morais”, cada uma com características específicas como demografia e indicadores econômicos, por exemplo. Juntas, essas “regiões morais” formam um “mosaico de pequenos mundos” que merecem ser estudados. Entre os habitantes desses “pequenos mundos” estão o professor de escola, o corretor de ações, o repórter... Todos produtos da vida urbana (Park, 1915).

Muitos afirmam, todavia, que o grande legado de Park foi a sua forma de ensinar. Enquanto professor, ele estimulava os alunos a saírem das bibliotecas e fazerem pesquisas nas ruas, “sujando” as calças e os sapatos. Essa postura, talvez, seja reflexo da experiência de Park como jornalista. Antes de lecionar, ele trabalhou

por mais de uma década como repórter de investigação (*muckracker*), escrevendo artigos sobre assuntos como tráfico de ópio, por exemplo (Burd, 1983; Machado, 2005; Lutters e Ackerman, 1996). Não surpreende, portanto, que sociólogos da Escola de Chicago tenham utilizado a observação participante em suas obras. Esse foi o caso de Nels Anderson, que morou numa favela para investigar o comportamento de homens sem-teto (*hobos*), e de Paul Goaby Cressey, que ofereceu um perfil detalhado dos frequentadores de clubes noturnos de dança em Chicago depois de sete anos de pesquisa nessas casas.

Tais obras, aliás, guardam semelhança com o chamado jornalismo de imersão. Antonio López Hidalgo e María Angéles Fernández Barrero afirmam que esse gênero nasceu no fim do século XIX, época dos *muckrakers*. Nesse tipo de jornalismo, o profissional participa da rotina de um determinado ambiente para, em seguida, contar as histórias que vivenciou. Entre as características desse tipo de jornalismo está um alto grau de subjetividade (Hidalgo e Barrero, 2016: 104). Como exemplo, é possível citar o caso de Nelly Bly. No fim do século XIX, a jornalista escreveu uma série de reportagens sobre os dez dias que passou como interna de um manicômio.

O risco de “virar nativo” e suas implicações

O jornalismo de imersão pode oferecer uma perspectiva pouco convencional da realidade. Nos anos 60, por exemplo, Hunter S. Thompson se notabilizou ao popularizar o jornalismo gonzo, uma versão menos comportada e ainda mais subjetiva do *new journalism*. Com uma linguagem menos rebuscada do que a de Tom Wolfe, Gay Talese e Truman Capote, Thompson foi a territórios onde poucos jornalistas tiveram a ousadia de explorar (Litwak, 1967). Ele publicou em 1966 um livro que foi resultado da experiência de observação participante de um ano com a gangue de motoqueiros dos *Hell's Angels*. Na época, os *Angels* eram suspeitos de estupros e aterrorizavam os Estados Unidos exibindo suásticas. A convivência de Thompson com os motoqueiros, porém, o habilitou a fazer comentários perspicazes sobre o estilo de vida americano:

“Se realmente quisessem incomodar, eles abandonariam a suástica e decorariam suas motos com a foice e o martelo. Isso, sim, iria transformar as estradas num inferno... Centenas de marginais comunistas com suas grandes motocicletas em áreas

rurais dos Estados Unidos procurando confusão” (Thompson, 1999 [1966]: 293).

Mais de três décadas antes, George Orwell escreveu *Na Penúria em Paris em Londres*, obra de ficção baseada nos dias de pobreza que viveu nas duas cidades. Nesse caso, Orwell não estava simplesmente a simular que vivia na pobreza. Ele, de fato, estava pobre. O jornalista investiu todas as suas economias para tentar virar escritor e, numa época em que a Grande Depressão estava no auge, encontrar trabalho era uma tarefa árdua. À procura de emprego, Orwell chegou a caminhar por mais de uma dezena de quilômetros com o estômago vazio.

“Eu estava há dois dias e meio sem nada pra comer. Essa foi uma experiência terrível. Há pessoas que jejuam por três semanas ou mais e dizem que a experiência é bastante prazerosa a partir do quarto dia. Eu não sei, nunca fui além do terceiro dia. Provavelmente, parece ser diferente quando alguém fica em jejum de maneira voluntária e não está mal alimentado desde o início” (Orwell, 1989 [1933]: 36).

Já no início dos anos 80, o alemão Günter Walraff viveu como imigrante turco por cerca de dois anos. No período, o jornalista se submeteu a trabalhos ilegais que, normalmente, envolviam riscos à saúde. Além de experimentar o duro cotidiano de imigrantes na Alemanha, Walraff foi vítima de racismo, mostrando que as ideias nazistas ainda encontravam inúmeros adeptos no país (Walraff, 1985). Nos dias atuais, chama a atenção o trabalho da jornalista mexicana Lydia Cacho, que se disfarçou de prostituta e chegou a sofrer sequestros e ameaças durante reportagens.

Esses exemplos mostram que a observação participante e a etnografia no jornalismo podem “dar voz” a diversos grupos excluídos da cobertura da mídia tradicional, mas também trazem riscos. Além de obviamente ficar sujeito a maus tratos, como foi o caso de Walraff e Cacho, há o perigo de o jornalista “virar nativo”. A expressão da etnografia designa quando o trabalho do pesquisador deixa de ser um estudo para se tornar a sua própria vida. Foi o que aconteceu, por exemplo, com Michael Prokes. No início dos anos 70, o jornalista se infiltrou em uma seita religiosa nos Estados Unidos para fazer uma reportagem, mas acabou tornando-se um integrante do grupo. O problema é que o líder da seita e 900 seguidores se mataram algum tempo depois. Prokes sobreviveu, mas também

cometeu suicídio anos mais tarde. Em *Hell’s Angels*, Thompson chega a confessar que já não sabia se estava a fazer uma pesquisa ou se havia sido absorvido pela gangue de motoqueiros (Thompson, 1999 [1966]: 55). No fim da convivência com os *Angels*, ele acabou no hospital depois de os motoqueiros o espancarem.

O risco de “virar nativo”, porém, não se restringe ao jornalismo de imersão. Essa também é uma ameaça aos jornalistas de veículos convencionais que trabalham por muito tempo a cobrir um determinado ambiente e acabam por desenvolver um relacionamento de proximidade com as fontes. Talvez por conta da sua experiência com os *Angels*, o próprio Thompson, durante as eleições de 1972, classificava como a maior falha do jornalismo político americano as relações pessoais que se desenvolviam entre políticos e repórteres. Isso poderia causar o risco de jornalistas ignorarem “pequenas infrações” de políticos que eram suas fontes (Thompson, 2005 [1973]: 14).

Há, porém, exemplos de gêneros que assumem o risco de o pesquisador “virar nativo”. Em 1995, por exemplo, Enid Sefcovic propôs o conceito de etnografia gonzo. Esse tipo de pesquisa combina “esforço jornalístico com o método e a teoria da academia” para desenvolver um discurso entre o acadêmico e a cultura popular, com trabalhos mais acessíveis ao público (Sefcovic, 1995:27-33). A etnografia gonzo ainda considera o envolvimento entre pesquisadores e pesquisados como uma forma de “empoderar” os últimos, diminuindo “desigualdades de poder” (Sefcovic, 1995:30).

No desenvolvimento do conceito de etnografia gonzo, a autora destaca a importância de dois termos: “práxis” e “intelectual orgânico”. O primeiro, popularizado por Karl Marx, é definido por Dennis Mumby como “ação social com base teórica que visa à emancipação de condições socioeconômicas repressivas” (In: Sefcovic, 1995: 26). Já Antonio Gramsci afirma que o intelectual orgânico tem “participação ativa na vida prática, como um construtor, organizador, ‘persuasor permanente’ e não um simples orador” (In: Sefcovic, 1995: 26).

O que se percebe é uma intenção de Sefcovic praticar uma etnografia que, assim como o jornalismo gonzo, não se restringe a narrar os fatos, mas participar deles e, um pouco além, fazer transformações. De uma maneira simples, a etnografia gonzo poderia se caracterizar por um certo ativismo, rompendo barreiras de distanciamento entre pesquisador e pesquisado. A maior preocupação de Sefcovic, ao que parece, não é o risco de um pesquisador “virar nativo”, mas a possibilidade de o pesquisador enxergar os valores do grupo pesquisado como inferiores

ou exóticos (Sefcovic, 1995: 23).

De uma maneira similar, o americano Jesse Wozniak propõe a sociologia gonzo, que rejeita a noção de um ponto de vista privilegiado, rejuvenescendo o lado imersivo da disciplina. Entre as principais propostas da sociologia gonzo está o imperativo etnográfico de sair a campo, especialmente para lugares que os sociólogos normalmente temem ir (Wozniak, 2014: 454).

O sociólogo, inclusive, escreveu sobre a experiência que teve ao participar do treinamento da polícia do Curdistão, no Iraque, justamente na época da chamada primavera árabe, em 2011. Lá, Wozniak viveu o cotidiano das tropas curdas e desmistificou algumas ideias a respeito da região, como a de que não há vida além dos conflitos do local (Wozniak, 2014). Uma das qualidades da chamada sociologia gonzo, entretanto, acaba por se tornar um de seus principais defeitos. Em um artigo sobre o assunto, Wozniak adota uma perspectiva que talvez seja extremamente pessoal, relatando, por exemplo, os problemas burocráticos enfrentados para conseguir financiamento para a pesquisa. Quase não se “ouvem”, porém, as “vozes” dos pesquisados (Wozniak, 2014).

Acessibilidade do texto

Tanto Wozniak como Sefcovic falam na adoção de uma linguagem acessível ao público em geral. A baixa popularidade da etnografia, inclusive, parecia ser uma preocupação de Claude Lévi-Strauss já nos anos 50. Em *Tristes Trópicos*, livro em que relata imersões do pesquisador na rotina de tribos indígenas no Brasil, Lévi-Strauss descreve as dificuldades do trabalho de um etnógrafo durante a pesquisa, como enfrentar longas viagens, entraves burocráticos e até o risco de doenças. Com certo tom de desânimo, Lévi-Strauss afirma que, depois de tudo isso, apenas alguns colegas de profissão em um “pequeno anfiteatro” se interessam por acompanhar uma apresentação com os resultados dos estudos (Lévi-Strauss, 1955: 09- 15).

Estimular a leitura de pesquisas por “leigos” no assunto, aliás, é a premissa da chamada etnografia pública. Antigo estudante da Escola de Chicago, Herbert J. Gans define o termo como uma etnografia que adota uma linguagem direcionada não apenas à academia, mas ao público em geral. O objetivo é contribuir mais para a sociedade do que para a “literatura” (Gans, 2010: 102). O autor acrescenta que, quando bem escrita e bem pesquisada, o uso da etnografia pode ajudar a sociologia a ganhar “qualidade intelectual, status e reputação” (Gans,

2010: 102). O mais curioso, porém, é que Gans cita como exemplos de etnografia pública algumas obras de jornalistas *muckrackers*, bem como reportagens de revistas como a *The New Yorker*:

“[E]m alguns casos, a maior competição com a sociologia vem de etnógrafos jornalísticos, notadamente autores de livros, que podem nunca ter frequentado um curso de sociologia, mas são treinados ou auto-treinados para fazerem trabalho de campo e entrevistas intensivas” (Gans, 2010: 102).

Na mesma época em que Gans discutiu a ideia de uma etnografia pública, surgiu a ideia do jornalismo lento. O gênero nasceu como uma reação ao imediatismo e à superficialidade do jornalismo atual. Assim como a etnografia pública, esse tipo de jornalismo se inspira nos *muckrackers*, com a contextualização de eventos e o uso da linguagem criativa.

Gloria Rosique-Cedillo e Alejandro Barranquero-Carretero, aliás, identificam pelo menos 40 iniciativas de jornalismo lento em língua espanhola na América Latina e na Europa. Apesar de terem objetivos muito diferentes, todos esses exemplos compartilham algumas semelhanças. Caracterizam as iniciativas de jornalismo lento encontradas por Rosique-Cedillo e Barranquero-Carretero, por exemplo, priorização de gêneros como reportagem, extensão média dos artigos superior a duas mil palavras, abordagem de temas ausentes nos grandes veículos e uma periodicidade que não é diária. Por outro lado, Rosique-Cedillo e Barranquero-Carretero destacam que todas essas iniciativas ainda encontram dificuldades para se financiar e, por causa disso, surgem na internet (2015: 454-455).

É possível identificar alguns elementos etnográficos nas iniciativas do jornalismo lento. Entre eles estão a busca pela informação “nas ruas”, por meio de contato direto com as fontes, além da elaboração de reportagens em profundidade, com vasta contextualização histórica (Rosique-Cedillo e Barranquero-Carretero, 2015: 460).

Jornalismo Etnográfico

Os pontos de semelhança entre jornalismo e etnografia talvez estejam mais explícitos no conceito de jornalismo etnográfico. Uma das principais premissas desse tipo de jornalismo é dar espaço aos discursos de grupos praticamente invisíveis na mídia tradicional (Cramer e McDevitt, 2004: 05). É até possível que tais

grupos encontrem espaço no jornalismo *mainstream*, em raros momentos, mas, quando isso ocorre, são retratados de maneira estereotipada e negativa.

Dois teorias podem ajudar a compreender a ausência de vozes na mídia tradicional. A primeira é o modelo de propaganda, de Edward Herman e Noam Chomsky. Os autores argumentam que “filtros” como o uso de fontes oficiais e a alta concentração da propriedade de meios de comunicação, cuja sobrevivência é baseada na publicidade e no lucro, acabam por fazerem jornalistas pensarem que usam critérios de objetividade para excluírem as vozes de “dissidentes” (Herman e Chomsky, 2002 [1988]: 02). Embora os anunciantes estejam cada vez mais escassos e os lucros em declínio, é razoável inferir que poderia ser ainda mais difícil conseguir receitas publicitárias com reportagens positivas sobre grupos anticapitalistas, por exemplo. Talvez por isso, tais movimentos frequentem o que Daniel C. Hallin chama de “esfera dos desvios”. Fazem parte dessa esfera quem viola ou desafia o consenso político e, portanto, é exposto ou condenado por jornalistas sem a necessidade de ser ouvido em nome do balanço e da “objetividade” (Hallin, 1986: 116-117). Uma das principais missões do jornalismo etnográfico, portanto, seria ouvir e compreender dentro de um amplo contexto grupos que frequentam a “esfera dos desvios” ou, talvez ainda mais grave, sejam completamente ignorados pelos meios de comunicação

Uma das primeiras aparições do termo jornalismo etnográfico foi num texto de Érik Neveu, que o classifica como um jornalismo sobre o cotidiano de “pessoas comuns”. É “uma espécie de inversão das formas de cobertura comum da atualidade, passando do ponto de vista dos que decidem para o dos efeitos de suas decisões” (Neveu, 2006 [2001]: 171).

Janet Cramer e Michael McDevitt ofereceram, em 2004, uma definição mais precisa do que seria o jornalismo etnográfico. Os autores argumentam que a etnografia pode contribuir para o jornalismo repensar a noção de objetividade, se aproximando de grupos marginalizados. Com essa finalidade, entre as propostas de Cramer e McDevitt estão o abandono de certas rotinas do jornalismo, como a dependência de fontes oficiais e a necessidade de balancear diferentes versões sobre um fato o (Cramer e McDevitt, 2004: 09).

Os autores vão além de uma discussão sobre a observação participante no jornalismo. Eles reconhecem que, a depender da reportagem, o jornalista pode utilizar a observação participante ou a mera observação. Ou, então, podem revelar ou não a identidade. Cramer e Mc-

Devitt ainda defendem a possibilidade de os jornalistas mostrarem às fontes o conteúdo de um artigo ainda não publicado, como forma de oferecer um retrato mais preciso de determinado grupo (Cramer e McDevitt, 2004).

Embora seja necessária cautela em relação a essa última proposta, Cramer e McDevitt tiveram o mérito de expor de maneira clara contribuições que a etnografia pode dar ao jornalismo, iniciando o debate a respeito de um possível jornalismo etnográfico. Nesse sentido, Anne Kristine Hermann deu um passo à frente para oferecer uma definição mais precisa desse gênero.

A pesquisadora classifica o jornalismo etnográfico como uma categoria do jornalismo lento que “leva a lentidão ao extremo”. Para isso, adota estratégias de imersão típicas das ciências sociais com o intuito de conhecer culturas e comunidades estranhas aos repórteres e seus leitores. Como exemplos desse tipo de jornalismo, Hermann cita trabalhos como o de Leon Dash, que passou quatro anos com uma família de traficantes de drogas, e o de Ted Conover, que trabalhou por um ano em uma prisão para examinar a relação entre detentos e carcereiros (Hermann, 2014; Hermann, 2015).

Hermann ainda tenta propor uma metodologia para definir jornalismo etnográfico. Entre as ideias que a autora defende, uma merece atenção especial. A pesquisadora advoga que, nesse gênero de jornalismo, os profissionais fiquem imersos apenas em comunidades com as quais tenham empatia (Hermann, 2015: 270). Essa sugestão, no entanto, pode ser problemática e até contraditória com a natureza da etnografia e, claro, do jornalismo. Em uma situação ideal, tanto jornalistas como etnógrafos precisam evitar ir a campo com ideias preconcebidas. Então, se o profissional do jornalismo ou da etnografia restringir sua pesquisa a grupos com os quais tenha empatia, corre o risco de não enxergar que um grupo é composto por diversas individualidades. Não se trata de ignorar as opiniões e a subjetividade do jornalista, mas apenas de evitar restringir a pesquisa desses profissionais a grupos com os quais tenham empatia. Tal limitação evita o reconhecimento de contradições e heterogeneidades de determinado grupo, o que, aliás, é um esforço da etnografia dos tempos atuais, como ressalta Jonathan Spencer (2001: 450).

As ideias de John Milton, que foram retomadas por John Stuart Mill, podem ser relevantes para entender essa questão. Mill afirmava que duas opiniões opostas – uma considerada certa e a outra errada – podem ter, ao mesmo tempo, partes certas e erradas. O autor também defendia que a melhor forma de uma pessoa contrapor uma opinião com a qual não concorde é conhecê-la profundamente

(2005 [1859]). Se, por exemplo, jornalistas e etnógrafos não fossem a campo para pesquisar quem são os eleitores de Donald Trump porque não concordam com eles, poderiam deixar de produzir conhecimentos relevantes. Isso poderia impedir o entendimento das razões para a vitória do empresário nos Estados Unidos ou, ainda pior, estimularia generalização de todos que votaram no republicano como xenófobos, ignorando as complexidades desse grupo. Ora, quem for a campo pesquisar os eleitores de Donald Trump pode descobrir entre eles muita gente com quem tenha empatia em certos aspectos.

Epistemologia, estratégia e estilo

Apesar da defesa desse ponto controverso, Anne Hermann teve colaboração importante no debate sobre a definição de jornalismo etnográfico. A autora admite que a dificuldade para definir o termo ocorre porque não há sequer um consenso a respeito das próprias definições de jornalismo e de etnografia. No entanto, ela sugere uma comparação das diferenças entre jornalismo e etnografia levando em conta três níveis: epistemológico, estratégico e estilístico. Para a autora, “o jornalismo etnográfico parece se mover entre esses polos” que, na verdade, formam uma relação de continuidade e não uma oposição (Hermann, 2016: 272).

Nível epistemológico - Nesse nível, Hermann nota, por exemplo, diferenças entre uma abordagem factual, no jornalismo, e interpretativa, na etnografia. Também está relacionada à epistemologia a tendência do jornalismo de abordar mudanças e a da etnografia de analisar rotinas. Ainda fazem parte desse nível as diferenças entre a disposição do jornalismo para reproduzir o senso comum e a da etnografia para contrapor o senso comum.

Nível estratégico - No nível estratégico, Hermann afirma que jornalismo e etnografia se diferenciam, por exemplo, em relação ao papel do profissional. Enquanto o jornalista tende a assumir uma postura de narrador externo, o etnógrafo tende a participar dos eventos. A autora também inclui nesse nível a questão em relação à temporalidade do trabalho: o jornalismo tende a atuar no curto prazo enquanto a etnografia, no longo prazo.

Nível estilístico - Nesse nível, a Hermann identifica diferenças em relação a aspectos como a linguagem simples e inclusiva do jornalismo e a linguagem complexa e exclusiva da etnografia. O nível estilístico também engloba diferenças como a tendência para uma narrativa dramática no jornalismo e sistemática na etnografia.

Alguns dos aspectos da proposta de Anne Her-

mann, porém, merecem ressalva. A autora coloca no nível estratégico a tendência do jornalismo para manter uma lealdade com o público e da etnografia para ser leal às fontes. Hermann também não enumera em qualquer dos três níveis de diferenças a possibilidade de o etnógrafo mostrar o material produzido para as fontes antes da publicação, uma prática pouco adotada no jornalismo. Por fim, a autora também deixa de fora a possibilidade de o jornalista trabalhar sem revelar a identidade, algo incomum entre os etnógrafos.

Nível Ético e Deontológico

Essas três diferenças poderiam estar classificadas no nível estratégico, é verdade. Tais distinções, entretanto, parecem operar mais a um nível ético e deontológico das profissões. Esses aspectos, aliás, podem ser os mais fundamentais para distinguir etnografia e jornalismo. Há de se ressaltar que, em certos casos, é possível que o jornalista mostre o material a ser publicado para a fonte. Ou que um etnógrafo trabalhe sem revelar a identidade, por exemplo. No entanto, adotar como princípio jornalístico a lealdade com a fonte em vez de uma lealdade com o público poderia acabar com a própria concepção de jornalismo. Isso não significa, é claro, que o jornalista não possa ser leal à fonte, como muitas vezes acontece. Mas é possível dizer que a lealdade com a fonte termina no momento em que começa a lealdade com o público. Assim, esse parece ser um princípio fundamental do jornalismo. Por outro lado, na etnografia americana, por exemplo, pesquisadores não conseguem financiamento do governo caso façam estudos sem o consentimento de pesquisados.

A adoção de tais princípios éticos e deontológicos pelas duas profissões, porém, pode não corresponder a uma completa imobilidade. Numa comparação entre jornalistas e sociólogos, Vincent Goulet e Philippe Ponet, por exemplo, afirmam que os pontos de contato entre jornalismo e sociologia são tão numerosos quanto os processos de “reconstrução permanente de gêneros legítimos” (Goulet e Ponet, 2009: 04). Assim, é possível questionar se mais importante do que elaborar uma definição precisa de jornalismo etnográfico seria aprofundar as contribuições que a etnografia pode dar ao jornalismo, numa redefinição do próprio jornalismo.

Com toda a certeza, essa é uma tarefa complexa, que envolve não apenas o estudo de aspectos metodológicos, mas também a análise dos modelos de financiamento do jornalismo e sua relação com o estado, por exemplo. Isso não impede, porém, que se enumerem algumas das

possíveis contribuições da etnografia para o jornalismo. Nesse sentido, a ideia não seria criar mais limites para o ofício jornalístico, mas expandi-los, levando em conta novas possibilidades. A adoção de novas práticas no exercício do jornalismo – vale ressaltar - não significa o abandono de antigas.

Há cada vez mais espaço, por exemplo, para discursos jornalísticos que combinam relatos em primeira e terceira pessoas. Essa, aliás, é uma discussão que parece estar em um estágio mais avançado na etnografia. Jonathan Spencer, por exemplo, critica o chamado “naturalismo etnográfico”, uma categoria em que a presença do etnógrafo no local da pesquisa não está explícita no texto. O autor afirma que o uso da primeira pessoa na etnografia pode transformar o estudo numa simples autobiografia, em que os pesquisados acabam por se tornarem coadjuvantes. No entanto, Spencer considera um perigo ainda maior a ocultação da presença do pesquisador no texto etnográfico, o que “substitui uma subjetividade inquestionável por uma subjetividade questionável” (Spencer, 2009: 449). Há quem argumente que o uso da primeira pessoa e o reconhecimento das limitações do jornalista contribuam para minar a credibilidade do texto jornalístico (Broersma, 2010: 31). A explicitação da presença do repórter na reportagem, porém, não é sinônimo de falta de credibilidade. Revistas como a *The New Yorker*, nos Estados Unidos, e a *Piauí*, no Brasil, usam a primeira pessoa nos textos, mas não deixam de oferecer relatos objetivos, com análises intensivas de documentos, por exemplo. No campo acadêmico, Isabel Travancas produz artigos em que mistura o relato objetivo de eventos com comentários (muitas vezes irônicos) em primeira pessoa (Travancas, 2010).

Outra contribuição pertinente da etnografia para o jornalismo vem do estudo de um elemento aparentemente simples como as notas de campo. Mais uma vez, essa é uma discussão que parece estar menos avançada no jornalismo do que etnografia, onde é possível encontrar uma vasta literatura a respeito de diferentes técnicas utilizadas para tomar notas. Discute-se, por exemplo, se é mais adequado tomar notas diante do entrevistado ou não, ou em que casos é melhor usar um gravador para entrevistas (Emerson et al., 2001). Para ilustrar, quando fez as entrevistas para o livro *À Sangue Frio*, Truman Capote jamais usou gravador ou escreveu notas diante das fontes. Para o escritor, isso “interfere na comunicação entre o autor e o entrevistado” (Capote, In: Plimpton, 1966). Isabel Travancas, por exemplo, descreve a cena de uma entrevista coletiva em que “os repórteres de rádio e os de televisão

(...) parecem não acompanhar de fato o acontecimento, como se o gravador ou a câmera estivessem trabalhando por eles” (Travancas, 2010: 90).

As contribuições da etnografia não se restringem ao campo teórico, mas também aos métodos de ensino. A prática de Robert Park estimular os alunos a irem às ruas pode ser pertinente para uma época em que telefones celulares são quase extensões dos corpos dos jovens. S. Elizabeth Bird, por exemplo, acredita que é preciso estimular os estudantes a escreverem reportagens com um caráter mais etnográfico (Bird, 2005: 304). Já Mark Pedelty sugere que professores apresentem aos alunos obras jornalísticas e etnográficas sobre os mesmos temas, para eles fazerem uma comparação entre os dois gêneros (Pedelty, 2010: 25). Érik Neveu, por sua vez, defende o ensino de técnicas da etnografia e das ciências sociais aos estudantes, tornando-os mais hábeis para analisar as informações coletadas durante o trabalho de campo (Neveu, 2014: 539).

Medidas como essas, talvez, contribuam para uma renovação do conceito de jornalismo. Marc Lits, por exemplo, destaca a emergência de um *new new journalism*, caracterizado por elementos como a “imersão longa”, em uma “reinvenção dos fundamentos de um ofício jornalístico em profunda crise”, numa alternativa à “aceleração da informação” (Lits, 2012: 25).

“Formas textuais, desafios económicos e identitários, concorrências intra e intermediáticas, regras éticas e deontológicas, tensões entre suportes e conteúdos colidem entre si para chegar a uma redefinição da profissão que passa por um reinvestimento no modelo narrativo” (Lits, 2012: 25).

Clara Almeida Santos e Ana Teresa Peixinho, fazem uma análise semelhante, ao identificarem uma “reciclagem de antigas tradições do jornalismo” nos dias atuais. Entre essas tradições, afirmam as autoras, está, por exemplo, o retorno do espaço dedicado a opiniões (Santos e Peixinho, In: Marques e Peixinho, 2016: 251).

Considerações finais

Durante este trabalho, foi possível observar a existência de mais semelhanças entre o jornalismo e a etnografia do que, inicialmente, pode se imaginar. Em certos casos, é até difícil classificar uma obra como etnográfica ou jornalística. Talvez por conta desses pontos de contato, alguns autores proponham o conceito de jor-

nalismo etnográfico. Mais importante do que discutir a pertinência do uso desse termo é aproveitar contribuições que a etnografia pode dar ao jornalismo, tanto no campo teórico como no campo das práticas profissionais. Os exemplos de gêneros como o jornalismo *muckracker*, o *new journalism*, o jornalismo gonzo e o jornalismo lento, aliás, mostram que o uso da etnografia e da observação participante na profissão jornalística nem é tão recente.

O desenvolvimento das tecnologias só aumentou as possibilidades. Hoje, o jornalismo de imersão pode utilizar as redes sociais para ganhar acesso a grupos de criminosos que, dificilmente, seriam encontrados sem o auxílio da internet (Hidalgo e Barrero, 2016: 107). Ou, então, pode usar imagens 3D para propiciar uma imersão não só do jornalista, mas também da audiência, que “vai” a locais como a prisão de Guantánamo, em Cuba (Domínguez-Martín, 2015:415).

Essa tendência também é observada por Érik Neveu, que identifica no *new new journalism* o uso de métodos sociológicos e etnográficos de entrevista e observação. Entre esses métodos está a imersão, às vezes por mais de uma década. Neveu também destaca a combinação de aspectos objetivos e subjetivos na reportagem, além do uso de técnicas narrativas típicas da literatura (Neveu, 2014: 538). Na etnografia, essas características, aliás, também podiam ser observadas já nos anos 50, no trabalho de Claude Lévi-Strauss (Lévi-Strauss, 1955).

Dessa maneira, talvez seja possível dizer que o uso das técnicas da etnografia no jornalismo ou mesmo o surgimento de um jornalismo etnográfico façam parte de uma “reconstrução permanente” do gênero jornalístico. A combinação de exemplos do passado influenciados pela etnografia com as ferramentas tecnológicas do presente, assim, ajuda a oferecer alternativas e ampliar as possibilidades para a prática de um jornalismo de maior qualidade no futuro.

Referências

- BIRD, S. Elizabeth. 2005. The Journalist as Ethnographer? How Anthropology Can Enrich Journalistic Practice. Em: Rothenbuhler, E. e Coman, M. (eds.). *Media Anthropology*. Londres: Sage.
- BROERSMA, Marcel. 2010. The Unbearable Limitations of Journalism – On Press Critique and Journalism’s Claim to Truth. Em: *The International Communication Gazette*. Vol. 72, No 1, pp. 21-33. Disponível em: <http://gaz.sagepub.com/content/72/1/21> [Acesso em: 06/08/2016].
- BURD, Gene. 1983. Journalistic Observation as a Qualitative Research Method for Sociology. *Texto apresentado no encontro anual da Southwestern Sociological Association (Houston, TX, March 16-19, 1983)*. Disponível em: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED233940.pdf> [Acesso em: 20/01/2017].
- CLIFFORD, James. 1983. On Ethnographic Authority. Em: *Representations*, No. 2 (Primavera de 1983), pp. 118-146. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2928386> [último acesso em: 28/06/2017].
- CRAMER, Janet e MCDEVITT, Michael. 2004. Ethnographic Journalism. Em: Iorio, Sharon Artin (ed.). *Qualitative Research in Journalism – Taking it to the Streets*. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates. Disponível em: <http://blog.bestamericanpoetry.com/files/ethnographicjournalist.pdf> [Acesso em: 20/01/2017].
- DOMÍNGUEZ-Martín, Eva. 2015. Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad. Em: *El Profesional de la Información*. Vol. 24, No 04. (julho/agosto – 2015). Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/281953501_Periodismo_inmersivo_o_como_la_realidad_virtual_y_el_videojuego_influyen_en_la_interfaz_e_interactividad_del_relato_de_actualidad [Acesso em: 20/01/2017].
- EMERSON, R. et. al. 2001. Participant Observation and Fieldnotes. Em: Atkinson, P. et. al. (eds.). *Handbook of Ethnography*. Londres: Sage.
- GANS, Herbert J. 2010. Public Ethnography. Em: *Qualitative Sociology*. Março de 2010, Vol. 33, No 1, pp. 97 – 104. Disponível em: <http://herbertgans.org/wp-content/uploads/2013/11/Public-Ethnography.pdf> [Acesso em: 20/01/2017].
- GEERTZ, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures – Selected Essays*. Nova Iorque: Basic Books. Disponível em: https://monoskop.org/images/5/54/Geertz_Clifford_The_Interpretation_of_Cultures_Selected_Essays.pdf [último acesso em: 20/06/2017].
- GOULET, Vincent e PONET, Philippe. 2009. Journalistes e Sociologues. Em: *Questions de Communications*. No 16. 2009. Disponível em: <http://questionsdecommunication.revues.org/67> [Acesso em: 20/01/2017].
- HALLIN, Daniel C. 1986. *The “Uncensored War”*. Oxford: Oxford University Press.
- HERMAN, Edward S. e CHOMSKY, Noam 2002 [1988]. *Manufacturing Consent – The Political Economy of Mass Media*. Nova Iorque: Random House.
- HERMANN, Anne Kristine. 2016. Ethnographic Journalism. Em: *Journalism*. Vol. 17, No 2, pp. 260-278. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1464884914555964> [Acesso em: 20/01/2017].
- HIDALGO, Antonio López e BARRERO, María Angéles Fernández. 2016. Os Caminhos da Imersão na Era do Jornalismo Transmidiático: do papel à realidade virtual. Em: *Parágrafo*.

- Vol. 4, No 2. (jul/dez - 2016). Disponível em: revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/download/484/410 [Acesso em: 20/01/2017].
- LE PARISIEN. 2017. Le Parisien Abandonne les Sondages Politiques Pendant la Campagne. Em: *Le Parisien* (03/01/2017). Disponível em: <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-politique/le-parisien-abandonne-les-sondages-politiques-pendant-la-campagne-03-01-2017-6520437.php> [Acesso em: 20/01/2017].
- LÉVI-STRAUSS, Claude. 1955. *Tristes Tropiques*. Paris: Plon. Disponível em: <http://www.philo-online.com/TEXTES/LEVI-STRAUSS%20Claude%20Tristes%20tropiques.pdf> [Acesso em: 20/01/2017].
- LITS, Marc. 2012. As investigações sobre a narrativa mediática e o futuro da imprensa. Em: *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*. No 1, 2015. Disponível em: <https://triploblog.files.wordpress.com/2016/01/mediapolis-1-1.pdf> [Acesso em: 20/01/2017].
- LITWAK, Leo E. 1967. ‘Hell’s Angels’. Em: *The New York Times* (29/01/1967). Disponível em: <http://www.nytimes.com/1967/01/29/books/thompson-1967-angels.html> [Acesso em: 20/01/2017].
- LUTTERS, Wayne G. e ACKERMAN, Mark S. 1996. Em: *Interval Research Proprietary*, 1996. Disponível em: http://userpages.umbc.edu/~lutters/pubs/1996_SWLNote96-1_Lutters,Ackerman.pdf [Acesso em: 20/01/2017].
- MACHADO, Elias. 2005. O Pioneirismo de Robert Park na Pesquisa em Jornalismo. Em: *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol. 2, No 1. 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2086> [Acesso em: 20/01/2017].
- MALINOWSKI, Bronislaw. 1922. *Argonauts of The Western Pacific*. Disponível em: <https://wolnelektury.pl/media/book/pdf/argonauts-of-the-western-pacific.pdf> [Acesso em: 26/11/2016].
- MARQUES, Inês Fonseca e PEIXINHO, Ana Teresa. 2016. A Personagem como Estratégia de Imersão em Reportagens. Texto apresentado no I Congresso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicaciay Desarrollo Social - Universidad de Sevilla (março / 2016). Disponível em: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/50523/Pages%20from%20978-84-945243-2-51-2.pdf?sequence=4> [Acesso em: 20/01/2017].
- NEVEU, Érik. 2009. *Sociologie du Journalisme*. Paris: La Découverte. Disponível em: <https://www.cairn.info/sociologie-du-journalisme--9782707158277.htm> [Acesso em: 20/01/2017].
- NEVEU, Érik. 2014. Revisiting Narrative Journalism as One of the Futures of Journalism. Em: *Journalism Studies, Taylor & Francis* (Routledge), 2014, Vol. 15, No5, pp.533 – 542. Disponível em: <https://hal.inria.fr/hal-01077847/document> [Acesso em: 20/01/2017].
- ORWELL, George 1989 [1933]. *Down and Out in Paris and London*. Londres: Penguin Books.
- PARK, Robert Ezra. 1915. The City: Suggestions for the Investigation of Human Behavior in the City Environment. Em: *American Journal of Sociology*, Vol. 20, No. 5 (Mar., 1915), pp. 577-612. Disponível em: http://web.ics.purdue.edu/~hoganr/SOC%20531/Park_1915.pdf [Acesso em: 20/01/2017].
- PEDELTY, Mark. 2010. Teaching Ethnographic Journalism: Critical Comparison, Productive Conundrums. Em: *Anthropology News*, Vol. 51, No 4. (abril de 2010) pp. 25-26. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1556-3502.2010.51425.x/abstract> [Acesso em: 20/01/2017].
- PLIMPTON, George. 1966. The Story Behind a Nonfiction Novel. Em: *The New York Times* (16/01/1966). Disponível em: <http://www.nytimes.com/books/97/12/28/home/capote-interview.html> [Acesso em: 20/01/2017].
- RAE, Patricia. 2006. Antropology. Em: Bradshaw, David e Dettmar, Kevin J.H. (eds.). *A Companion to Modernist Literature and Culture*. Malden: Blackwell Publishing.
- ROSIQUE-CEDILLO, Gloria e BARRANQUERO-CARRETERO, Alejandro. 2015. Periodismo lento (slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica. Em: *El Profesional de la Información*. Vol. 24, No 04. (julho/agosto – 2015). Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/281953400_Periodismo_lento_slow_journalism_en_la_era_de_la_inmediatez_Experiencias_en_Iberoamerica [Acesso em: 20/01/2017].
- SEFCOVIC, Enid M.I. 1995. Towards a Conception of “Gonzo” Ethnography. Em: *Journal of Communication Inquiry*. Vol. 19, No. 1, 1995. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/019685999501900102> [Acesso em: 20/01/2017].
- SINGER, Jane B. 2009. Ethnography. Em: *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol. 86, No.1 – Primavera de 2009. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/107769900908600112> [Acesso em: 20/01/2017].
- SPENCER, Jonathan. 2001. Ethnography after Postmodernism. Em: Atkinson, P. et. al. (eds.). *Handbook of Ethnography*. Londres: Sage.
- THOMPSON, Hunter S. 1999 [1966]. *Hell’s Angels*. Londres: Penguin Books.
- THOMPSON, Hunter S. 2005 [1973]. *Fear and Loathing in the Campaign Trail ’72*. Londres: Harper Perennial.
- TRAVANCAS, Isabel. 2010. Etnografia da Produção Jornalística – Estudos de Caso da Imprensa Brasileira. Em: *Brazilian Journalism Research*. Vol. 6, No 2, pp. 83-102. (2010). Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/26/27> [Acesso em: 20/01/2017].
- WALRAFF, Günter. 1985. *The Lowest of the Low*. Londres: Methuen.

WOZNIAK, Jesse S.G. 2014. When the Going Gets Weird: An Invitation to Gonzo Sociology. Em: *The American Sociologist*. Vol. 45, No 4. Dezembro de 2014, pp. 453-473. Disponível em: <http://link.springer.com/article/10.1007/s12108-014-9242-9> [Acesso em: 20/01/2017].