



Etnografia e Comunicação: Uma aproximação empírica à experiência da Marcha das Vadias¹

TOMAZETTI, Tainan Pauli²

BRIGNOL, Liliane Dutra³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo: Este artigo parte de uma reflexão sobre o método etnográfico e suas incorporações no campo da comunicação a partir de uma experiência de aproximação ao trabalho de campo. Discorremos, a partir de autores como Soriano (2007), Winkin (1998), Damatta (1987) e François Laplantine (2012), sobre os conceitos do método etnográfico, bem como suas adaptações para a comunicação. A partir disso, é apresentado o percurso de pesquisa exploratória, com observação participante nos contextos online e off-line e entrevistas, em torno da experiência do coletivo “Marcha das Vadias”, na cidade de Santa Maria – RS, de modo a propor reflexões a respeito da apropriação do método etnográfico em uma pesquisa no campo da comunicação.

Palavras-chave: etnografia e comunicação; etnografia virtual; Marcha das Vadias.

Introdução

Ao reconhecer a importância da experiência do campo etnográfico estamos nos referindo ao método que ocasionou rupturas teórico-metodológicas ao fazer antropológico, ademais a outras áreas do conhecimento como a sociologia e a própria comunicação. As reflexões a partir das pesquisas etnográficas contribuíram para a construção de posicionamentos teóricos que tensionassem as emergências dos sistemas culturais no cotidiano de sociedades e grupos sociais dos mais diversos.

Nesse sentido, temos por objetivo deste artigo a reflexão do fazer etnográfico no campo da comunicação a partir da experiência de aproximação ao trabalho de campo em uma pesquisa concreta. Estando a etnografia, como apontam muitos autores, em progressiva busca de novas constatações e reconfiguração de conceitos e teorias, intencionamos uma reflexão metodológica a partir de sua experimentação no campo na comunicação. Essas acepções possuem o caráter de autorreflexão, tanto de nossos posicionamentos enquanto investigadores, quanto do campo que estamos nos

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos de recepção do V SIPECOM - Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação

² Mestrando do PPG em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, bolsista FAPERGS/CAPES, email: tainanpauli@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Profa. Doutora do PPG em Comunicação / Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, email: lilianebrignol@gmail.com



aproximando. Quanto a isso, Laplantine (2012, p.150) nos alude que a busca etnográfica tem algo de errante, em suas palavras: “é uma experiência de imersão total, consistindo em uma verdadeira *aculturação invertida*, na qual, longe de compreender as manifestações exteriores, devemos interiorizá-las nas significações que os próprios indivíduos atribuem a seus comportamentos.”.

Essa reflexão insere-se no contexto do projeto de dissertação de mestrado desenvolvido no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), construído em torno da questão norteadora sobre os usos sociais da internet no contexto dos Movimentos Sociais e suas ações de protesto, através de um estudo de caso da “Marcha das Vadias”, na cidade de Santa Maria, interior do estado do Rio Grande do Sul.

A Marcha das Vadias é um movimento feminista que luta pelo espaço de reconhecimento da mulher na sociedade, pela sua liberdade de expressão corporal e de direitos. A primeira Marcha das Vadias ou *SlutWalk* ocorreu em 2011, em Toronto, no Canadá. A ação de protesto se deu em resposta ao ato de um policial da cidade que afirmava que a origem dos estupros contra as mulheres se dava pelo fato delas vestirem-se como “*sluts*” ou vadias. A partir deste protesto, realizado em três de setembro de 2011, o movimento internacionalizou-se e as manifestações espalharam-se por várias partes do globo, defendendo como principal bandeira a liberdade da mulher, mas reconhecendo questões peculiares de cada país/estado/cidade em que são realizadas as marchas.

No contexto da investigação em andamento, a Marcha das Vadias, constituída enquanto um coletivo permanente de participantes, tem como sua principal ação, a marcha em si. Essa ação de protesto é ampliada por seus desdobramentos e reflexões propostos por meio de estratégias de comunicação em rede, no espaço urbano e no ambiente online. Neste artigo, centramos nossa discussão no debate em torno das contribuições da etnografia, enquanto método, enfoque e texto (GUBER, 2001) para uma pesquisa no campo da comunicação, que busca compreender as lógicas comunicativas e as dinâmicas de identidade de um movimento social construído a partir das interações em rede.



Etnografia e Comunicação: reflexões teórico-metodológicas

Conforme Damatta (1987), durante o início século XX, a antropologia ao se distanciar das análises evolucionistas passou a eleger o trabalho de campo como modo característico de coleta de dados para suas análises e reflexões teóricas, fazendo da etnografia um método de destaque dessa disciplina até os dias atuais. Isso se dá especialmente a partir das obras de autores como Franz Boas e Bronislaw Malinowski⁴, os quais realizaram pesquisas centradas na coleta de dados empíricos, suas interpretações e categorizações teóricas. Este deslocamento ocasionou certa ruptura, ou como afirma Laplantine (2012), certa revolução que põe fim às divisões, até então consideradas, entre o observador, aquele que trazia as informações, e o pesquisador, aquele que as interpretariam. Dessa forma, os antropólogos passam a sair de seus gabinetes para “compartilhar dos que devem ser considerados não mais como informadores a serem questionados, e sim, como anfitriões que o recebem e mestres que o ensinam” (LAPLANTINE, 2012, p.76).

Com o papel de produzir interpretações, a antropologia - sobre a ótica do trabalho de campo - adquiriu a característica do contato direto com o objeto e passou a imbuir-se de aspectos que fogem aos limites reducionistas da cultura ou sociedade estudada. Isso ocorreu devido ao que Damatta (1987, p.145) chama de “vivência propriamente antropológica”, ou seja, o contato direto e prolongado com o grupo que se busca estudar, de modo a perceber os conjuntos de um sistema integrado e os contextos que o cercam. Ou, ainda, como prepondera Laplantine (2012, p.76), do trabalho de campo “como a própria fonte de pesquisa”.

Porém, essas percepções, salienta Damatta (1987), não partem do ponto de vista do pesquisador, e sim, pelo olhar do outro, daquele que está sendo investigado. Desse modo, é preciso deixar claro que a pesquisa etnográfica está localizada em uma “perspectiva segundo a qual a intermediação do conhecimento produzido é realizada pelo próprio nativo em relação direta com o investigador” (DAMATTA, 1987, p. 150).

⁴ De acordo com Laplantine (2012) Boas e Malinowski são os pesquisadores mais importantes no que concerne a elaboração da etnografia e da etnologia contemporânea. Franz Boas foi um antropólogo americano de origem alemã, que se dedicou a estudar, sobretudo, os esquimós, para além do exercício de mestre da Antropologia Cultural e professor de muitos antropólogos americanos, foi também conservador do museu de Nova York. Bronislaw Malinowski, foi um pesquisador da chamada Antropologia Social Britânica, dentre suas principais obras está o livro, “Os argonautas do Pacífico Ocidental”, sendo um dos primeiros antropólogos a buscar a imersão total no ambiente cultural que se pretendia investigar.



Sendo assim, a ênfase no olhar do nativo para a compreensão das relações do grupo estudado com o universo que o cerca é a lógica que permeia a maioria das pesquisas realizadas sobre a ótica da etnografia.

O fazer etnográfico, através dessas acepções, consiste em priorizar a total imersão do pesquisador em campo. Este, deve despir-se de quaisquer julgamentos e formas de interpretação arbitrárias à lógica do sensível, à observação, aos sentidos e à apropriação de informações. Podemos recorrer, nesse prisma, a Oliveira (2006), ao considerar o trabalho do etnógrafo a compilação do olhar, do ouvir e do escrever, ou ainda, à experiência de Laplantine (2012), quando nos afirma que “o etnógrafo é aquele que deve ser capaz de viver nele mesmo a tendência principal da cultura que estuda” (LAPLANTINE, 2012, p.150).

Da mesma forma, Winkin (1998) prepondera, a partir das exigências de um trabalho de campo, a necessidade de sistematização dos procedimentos através de mapas temporais, do processo incansável de retorno e aproximação ao grupo a ser estudado. O autor ainda salienta a necessidade da construção e escritura de um diário de campo, que segundo ele, teria uma espécie de incumbência catártica, ou seja, a função de análise e reflexão de todas as observações e categorizações que alcançarem a nossa mente. Há, ainda quanto ao diário de campo, a aplicabilidade de releitura do que foi observado.

No entanto, mencionadas as exigências do trabalho de campo, é somente com a Escola de Chicago, com o Interacionismo Simbólico e as Etnometodologias, que a Antropologia, via método etnográfico, passa a considerar os ambientes urbanos como potenciais campos de pesquisa para suas investigações, proporcionando, mesmo que indiretamente, um espaço para a reflexão de uma aproximação à etnografia como método para investigar objetos do campo da comunicação. Passemos a uma breve contextualização dessas escolas teóricas, a fim de percebermos suas contribuições no que tange o pensar de um campo de pesquisas da comunicação que se aproxime metodologicamente da etnografia.

Apesar de ser um conjunto de trabalhos de pesquisas sociológicas, a Escola de Chicago, a partir da utilização do método etnográfico, trouxe à tona a prática das pesquisas de campo para o meio urbano no início do século XX. Teve como pano de



fundo de suas investigações a cidade de Chicago (EUA), através de estudos específicos que preconizavam os problemas sociais e os “desvios patológicos” de grupos marginalizados. Os pesquisadores dessa escola recorreram ao forte empirismo metodológico, estudando os grupos sociais em seus conjuntos e considerando o ponto de vista de seus agentes. Nesse sentido, Coulon (1995, p.82) salienta que, “tal concepção de pesquisa viria a induzir técnicas particulares de pesquisa de campo”. Técnicas estas como, por exemplo, o trabalho documental, as entrevistas, diários e autobiografias feitos pelos próprios pesquisados. É justamente a partir do que Coulon (1995) denomina de “particular” que estão as principais contribuições dessa escola de pensamento quanto à adoção de atitudes metodológicas singulares a outras correntes teóricas, mesmo quando não influenciadas diretamente por ela, como o próprio Interacionismo Simbólico.

De acordo com Mattelart e Mattelart (2000), as perspectivas etnometodológicas e interacionistas surgem do tensionamento com percursos teóricos anteriores, interessados nas estruturas e nos fatos sociais - funcionalistas e estruturais-funcionalistas. Em suas considerações teórico-metodológicas, *en passant*, os etnometodólogos e interacionistas buscam os sentidos construídos nas ações do cotidiano dos indivíduos para alcançar a compreensão das relações sociais, rompendo com a ideia do fato social dado. Portanto, procuram privilegiar a ordem das orientações do dia-a-dia como eixo integrador de seus trabalhos, a fim de constituir uma microsociologia preocupada com as relações face-a-face. Nessa tangente, Soriano (2007) nos aponta que, a partir da segunda metade do século XX, com a amplificação do método etnográfico através do Interacionismo Simbólico e das Etnometodologias, há o surgimento de uma etnografia da comunicação. Em suas palavras, a partir dessas correntes teóricas foi possível alertar-se “do potencial da investigação etnográfica para analisar qualquer campo das ações humanas” (SORIANO, 2007, p.02).

Conforme o próprio Soriano (2007), o termo etnografia da comunicação aparece pela primeira no ano de 1964, em um texto do sociolinguista Dell Hymes, para a revista *American Anthropologis*. Nesse texto, Hymes, em uma abordagem interacional da comunicação, busca complexificar as aproximações que se remetem aos termos para uma etnografia que pretende estudar “o complexo território da comunicação”



(SORIANO, 2007, p.02). Nas definições de Hymes (1974), o termo “etnografia da comunicação parece indicar melhor o alcance necessário, assim como transmitir e fomentar a contribuição fundamental que eles podem aportar” (HYMES, 1974, p.50). Dessa maneira, o autor proporcionou o alavancar dos estudos etnográficos para as atividades comunicativas.

Em outra perspectiva, a partir do uso da etnografia para estudar os meios de comunicação, principalmente a televisão no contexto familiar, inscrevem-se os Estudos Culturais através das pesquisas em recepção, principalmente no contexto Latino-Americano. Nesse sentido, como uma das principais articulações metodológicas, o método etnográfico, nesses estudos, visa à busca pelo cotidiano, pelos microcontextos sociais e seus efetivos processos de significação, além de vivências particulares dos indivíduos investigados.

Em função disso, Escosteguy (2010) nos infere que “a adoção da etnografia como principal estratégia metodológica nos estudos de recepção, no contexto latino-americano, transformou-se num ritual implementado na grande maioria das investigações incluídas na perspectiva dos estudos culturais” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 58). A partir desse entendimento, podemos ressaltar que, os aportes metodológicos das pesquisas em recepção consideram de grande importância, por parte dos pesquisadores, o exercício de coleta de dados empíricos, além da ênfase nas descrições interpretativas e na observação participante para captar elementos do cotidiano dos sujeitos e de suas interações com os meios de comunicação, aludindo a outro prisma dos estudos em que há a apropriação do método etnográfico para a investigação de objetos do campo da comunicação.

Há, ainda, como apontamento a ser aprofundado a seguir, outra ótica, a partir dos fundamentos de uma reflexão da etnografia no campo comunicacional. Designado por alguns autores como netnografia (SÁ, 2001), ou, ainda, como denomina Hine (2004), etnografia virtual. Essas pesquisas estão orientadas a partir dos usos da internet, por parte dos indivíduos sociais, e, como alude Hine (2004), buscam considerar que “o status da rede como forma de comunicação, como objeto dentro da vida das pessoas e como lugar de estabelecimento de comunidades, sobrevive através dos usos interpretados e reinterpretados que se fazem dela” (HINE, 2004, p.80). A partir disso,



podemos atentar para a importância, no universo social, das interações mediadas por meio da internet, vislumbrando, dessa forma, um ambiente cultural no qual há a possibilidade de imersão investigativa, tal qual se faz necessário no fazer etnográfico.

Assim sendo, salientamos que, ao refletirmos brevemente os processos e características do método etnográfico e suas diferentes abordagens e adaptações, tanto no campo da antropologia e sociologia como no campo da comunicação, observamos sua inerente flexibilidade e reconstrução de acordo com os mais diversos ambientes culturais que se busca investigar. Nesse sentido, podemos recorrer novamente a Damatta (1987) quando nos diz que o trabalho de campo, via etnografia, nutre-se e reconfigura-se a partir de seus próprios paradoxos, e, à vista disso, contribui para reflexão do fazer científico nas Ciências Sociais e Humanas.

Netnografias e Etnografia virtual

A internet, desde muito tempo, vem se estruturando como um ambiente de forte interação cultural e espaço de configuração de comunidades sociais, estabelecendo-se como um meio de comunicação plural e flexível que reclama problematizações a partir de seus usos e lógicas de apropriação em rede. A partir dessa constatação, de acordo com Recuero, Fragoso e Amaral (2012), muitos pesquisadores passaram a perceber “que as técnicas de pesquisa etnográfica também poderiam ser utilizadas para o estudo das culturas e comunidades agregadas via internet” (RECUERO; FRAGOSO; AMARAL, 2012, p.170). As autoras refletem a respeito da incursão do método etnográfico nas investigações a partir do universo online, e constataam a importância em reconhecermos o uso exponencial da internet e suas incorporações no cotidiano dos indivíduos, processos que necessitam de olhares reflexivos, na medida em que reconfiguram ou trazem novos contextos às relações sociais. Em um artigo sobre netnografia e redes sociais, Sá (2001) nos alerta sobre o espaço de sociabilidade e constituição de novas relações sociais através da internet, espaços que se ajustam às necessidades dos indivíduos ao edificarem ambientes de convívio e apoio tanto emocional, afetivo, como de reflexão e compartilhamento ao bem estar individual.

Na mesma perspectiva, Hine (2004) salienta que os meios interativos como a internet, nos desafiam à oportunidade de fazer etnografia, na medida em que nos



“mostram o alto grau de flexibilidade interpretativa (...) podendo ser entendido de ambos os modos: como cultura e artefato cultural” (HINE, 2004, p.81). Nesse sentido, conforme Soriano (2007), os trabalhos etnográficos na internet, começam a se expandir na metade da década de 1990, e, como consequências, nos aportam a novos desenhos metodológicos, diferentes campos de pesquisa e novas abordagens de recolhimento de dados.

Quanto à terminologia do fazer etnografia na internet, existem muitas acepções, como apontam Recuero, Fragoso e Amaral (2012), dentre elas a netnografia, a etnografia virtual e a webnografia. Optamos a utilizar a noção de etnografia virtual, como proposta por Hine (2004), em função do uso mais disseminado e consolidado do termo. E, para além disso, por concordarmos com a reflexão da autora, sobre a confusão que os outros termos podem gerar em função de proporem uma separação entre o ambiente online e o off-line: “em vez de uma relação de continuidade e atravessamento entre ambos, que é observada em boa parte dos estudos” (RECUERO; FRAGOSO; AMARAL, 2012, p.178). Dessa forma, ao concordarmos com as autoras, assinalamos que o processo de incorporação da internet já é parte constituinte do cotidiano e das relações sociais de uma ampla parcela da população, efetuadas a partir de diferentes lógicas das relações face a face, porém, com normativas interseccionadas a elas e tão complexas quanto.

A etnografia, enquanto método de pesquisa qualitativa, vem sendo utilizada no ambiente virtual para a compreensão, em um sentido mais amplo, de como se configuram as interações e os espaços de troca no ambiente online. Para Hine (2004), a etnografia virtual nos ajuda a captar os significados incorporados pelas tecnologias da comunicação nos mais distintos contextos, nos quais interatuam os indivíduos diante de suas culturas. Nessa perspectiva, a etnografia virtual pode ser utilizada em pesquisas que pretendem explorar “a compreensão das possibilidades da internet e as implicações de seus usos.” (HINE, 2004, p.17).

O fazer etnografia em um ambiente virtual requer as mesmas práticas de campo de uma etnografia que podemos chamar de “convencional”, salvo algumas peculiaridades, como a presença física e a incursão em campo com abordagens diferentes, além da relação com grupo investigado a partir das possibilidades da



plataforma ou tecnologia que está sendo utilizada. Fora isso, a observação, a coleta de dados e as imersões em campo são inerentes ao espaço material da investigação. No entanto, como ressaltam Recuero, Fragoso e Amaral (2012), há ainda muito o que se refletir, no momento atual, sobre as práticas de pesquisa etnográfica via internet, como a necessidade de enriquecimento das descrições e a “exposição mais clara das escolhas éticas tomadas durante o processo” (RECUERO; FRAGOSO; AMARAL, 2012, p.179). Essas escolhas implicam a questão da identificação, ou não, do investigador no grupo em que está pesquisando, assim como o seu tipo de abordagem e infiltração em campo.

O que nos cabe ressaltar é que os usos e apropriações da internet, apesar de representarem um contexto de relações sociais mediadas por tecnologia, não se esgotam no ambiente online. Partimos do pressuposto de seus atravessamentos no espaço físico, e, assim, suas lógicas e possibilidades de continuação. E, nesse sentido, já se problematiza como artificial a distinção da etnografia como ‘virtual’, pela importância cada vez mais crescente da internet como parte indissociável no contexto contemporâneo às relações sociais.

A partir dessas aproximações teóricas ao método, entendemos em nossa pesquisa que a utilização da etnografia virtual visa à compreensão das articulações e estratégias de comunicação em rede de nosso objeto de pesquisa em um ambiente online, articulações estas, que se estendem aos espaços físicos e às dinâmicas de construção identitária do grupo investigado.

O trabalho de campo: aproximações etnográficas à experiência da Marcha das Vadias

Os primeiros questionamentos referentes à aproximação ao campo percorrem o prisma de como este campo irá responder a sua incursão. Ao optarmos pelo método etnográfico nos ficou evidente a questão de como desenvolvê-lo a partir de um objeto tão complexo, no qual há a necessidade de aproximação, contato e observação participante. Nessa perspectiva, o caminho ao campo sempre nos traz algumas especificidades e desvios com quais devemos trabalhar para a construção de nosso percurso metodológico. Porém, antes de tudo, é necessário que estejamos inteirados, ou,



para utilizar uma expressão propriamente etnográfica, “iniciados” sobre aquilo que desejamos investigar, antes de imergir ao campo.

Para tanto, as primeiras observações a respeito da Marcha das Vadias em Santa Maria se deram a partir de uma pesquisa exploratória sobre coletivos feministas nas redes sociais online, além de uma pesquisa bibliográfica sobre trabalhos decorrentes do estudo sobre o feminismo e os movimentos sociais em rede. Dessa forma, durante o primeiro semestre de 2013, foram escolhidas algumas *fanpages* ou páginas e grupos na rede social online *Facebook*⁵ para uma coleta de dados e observações iniciais. Só a partir disso, selecionamos a Marcha das Vadias como objeto de nossa pesquisa pela complexidade de sua construção, bem como pela possibilidade de realizarmos uma pesquisa de caráter etnográfico através da combinação de observação online e off-line.

Em Santa Maria, a Marcha das Vadias é um ato de protesto organizado pelo movimento social denominado “Coletivo Marcha das Vadias”. Com o total de treze integrantes permanentes, o coletivo constrói reuniões referentes ao ato e também realiza ações e manifestos, enquanto movimento social, durante todo o ano, reunindo e articulando um número mais amplo de participantes e combinando ações com outros movimentos sociais.

Nesse sentido, nosso primeiro contato em campo se deu a partir da observação participante das reuniões realizadas no mês junho de 2013, que antecedeu a data da marcha deste ano. Como essas reuniões eram abertas a público, inclusive articuladas enquanto evento na rede social *Facebook*, convidando quaisquer pessoas que gostariam de fazer parte da construção da marcha, a incursão em campo, de certa forma, não foi estranhada por parte dos membros do coletivo. A negociação da possibilidade de acompanhamento das reuniões em caráter de pesquisa foi inclusive aceita com certo entusiasmo pelo intuito de buscar a compreensão dos objetivos do movimento. A partir da observação e das anotações no diário de campo, percebemos que as reuniões pré-marcha, como são chamadas pelo coletivo, tem o intuito de estabelecer a data do protesto e a organização dos grupos que irão compor o ato.

⁵ O *Facebook* é uma rede social online que oferece visibilidade para dinâmicas de interação em rede, funcionando através de perfis, grupos, páginas e comunidades. Em cada perfil, é possível acrescentar módulos de aplicativos. O sistema é muitas vezes percebido como mais que privado do que outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros (RECUERO, 2009, 172).



A observação participante e as anotações no diário de campo nos permitiram a compreensão mais aprofundada da organização do coletivo. Além disso, o fato de escutá-los e observá-los durante essa preparação que leva ao ato de protesto em si, amplificou a abordagem interpretativa da pesquisa, bem como, os questionamentos entorno da identidade coletiva do grupo e seus atravessamentos com outros movimentos sociais.

As reuniões semanais aconteceram em um auditório do prédio do Diretório Central dos Estudantes (DCE), da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), agregando uma média de trinta e cinco pessoas em que cada encontro. Os encontros eram organizados no formato de debate, com uma primeira apresentação de cada um, com identificação, movimento social ou instituição da qual fazia parte. Após a apresentação, os membros do coletivo Marcha das Vadias tomavam a voz e organizavam as falas em formato de inscrição. Os participantes das reuniões eram, em sua grande maioria, mulheres, estudantes universitárias, com faixa etária entre dezoito e trinta cinco anos.

Desse primeiro contato e observação do grupo em que estamos investigando, retiramos da experiência de imersão em campo, através de lógicas que aos poucos se mostram mais complexas do que a primeira vista, alguns desafios. Um deles é como negociar a entrada em campo para que possamos interagir com o ambiente construído pelo grupo, além disso, a passos lentos observamos que nossa interação pode vir a ser um fator de alteração de rotinas preestabelecidas. O fato de nossa observação ser consensual, não significa que ela passa despercebida, ou ainda, que ela não possa intimidar as ações de algumas pessoas do grupo.

Houve também a observação online e a coleta de material da *fanpage* e do grupo no *Facebook* da Marcha das Vadias, a fim de reconhecermos quais as lógicas de comunicação em rede e estratégias de ação o grupo dispõe para efetuar suas práticas e constituir-se enquanto um movimento social. A principal diferença entre a *fanpage* e o grupo do *Facebook* se dá pelo conteúdo de suas publicações. Na *fanpage*, encontramos amplo material de divulgação do coletivo, além de vídeos e fotos referentes à Marcha das Vadias de anos anteriores e também as atividades das quais o movimento participa. No grupo, os conteúdos são de caráter reflexivo e visam à construção de um fórum



permanente discussão dos elementos que nele são publicados. As informações mais recorrentes giram entorno das pautas midiáticas e de seu tratamento em relação às mulheres e a grupos socialmente excluídos.

Para além da observação, foram feitas entrevistas⁶ com membros organizadores e com os participantes da marcha e a observação participante no dia do ato. Todo esse processo constitui-se enquanto aproximação empírica e exploratória do objeto em questão. Quanto às entrevistas, podemos constatar o primeiro estranhamento durante o percurso de observação, optamos por realizá-las de três formas: uma com os membros da organização, aqueles que estão presentes nas reuniões; outra, com os participantes da marcha, ou seja, no dia do ato⁷; e última, ainda a ser realizada, as entrevistas em profundidade com as integrantes do Coletivo Marcha das Vadias, como já mencionado, o movimento social organizador do ato de protesto.

Como realizamos a observação participante das reuniões, e compreendemos a sua lógica, resolvemos executar as entrevistas dos membros participantes da organização através de um questionário via internet⁸, isso devido ao fato de não quisermos atrapalhar o encaminhar da reunião. O estranhamento se deu quando não obtivemos resposta da maioria dos integrantes, já que, fomos bem aceitos em campo. A partir disso, percebemos que estes são percalços que irão nos acompanhar durante todo o processo de pesquisa e nos ajudam, inclusive, a redesenhar nosso percurso metodológico, bem como, na autorreflexão de nossos procedimentos. Os dados das entrevistas realizadas estão sendo sistematizados e analisados, de modo a permitir pensar sobre novos ângulos o movimento e avançar na problematização teórica do projeto de dissertação. Já é possível fazer, porém, algumas inferências sobre as lógicas de organização e estratégias de comunicação da Marcha das Vadias em Santa Maria.

A Macha das Vadias se articula como um movimento de caráter global, com apropriações e adaptações em diferentes contextos locais. Sua organização é menos hierárquica e mais descentralizada, com atuação em várias frentes e com a colaboração

⁶ Formulamos dois questionários com entrevistas fechadas os quais continham perguntas que buscavam compreender a vinculação dos indivíduos para com a Marcha das Vadias, seu engajamento político e participação em outros movimentos sociais e também um contato para uma possível entrevista em profundidade.

⁷ Realizamos trinta e cinco entrevistas no dia da Marcha das Vadias, durante a preparação para o ato.

⁸ O questionário foi enviado por e-mail, através do Google Drive, de quarenta e cinco pessoas das quais o enviamos recebemos o retorno de apenas quatro.



de diferentes participantes, sendo difícil identificar um líder ou um proponente personalizado. Há, sim, um coletivo articulador que chama à participação e congrega um grupo mais amplo em torno do movimento.

A ênfase do movimento se dá em torno de questões de identidade, especialmente quanto à identidade de gênero, sendo a proposta central do movimento problematizar sobre a condição da mulher na sociedade contemporânea. O grupo se autopromove como um movimento feminista de esquerda, no qual os objetivos giram em torno da luta contra a exploração da mulher nos diversos âmbitos sociais, para além da ênfase contra a discriminação de gênero. Nesse sentido, suas bandeiras ampliam-se na preocupação com os demais grupos socialmente relegados à exclusão, apesar da ênfase nas questões feministas, suas ações relacionam-se também, de forma bastante recorrente, a outras minorias sociais, na articulação e compartilhamento de ideias junto aos movimentos étnicos e de sexualidades. A construção do espaço como sendo feminista, as coloca num local de fala bastante representativo, porém, observa-se como um objetivo comum, junto a outros movimentos sociais, a busca pelo seu reconhecimento enquanto sujeitos, e, portanto, indivíduos detentores de direitos. É neste objetivo comum que se dá interlocução e união dos mesmos, como uma frente de força muito maior quando tensionada em conjunto do que isolada em suas ideologias e peculiaridades.

A partir deste eixo central, o movimento congrega uma pluralidade de valores e, mesmo, de concepções sobre o próprio feminismo e experiências quanto à identidade de gênero. Não é sem conflitos e pontos de vista diversos que as ações são construídas. Outras causas sociais, temas e bandeiras de luta são somadas ao movimento, que participa ativamente de outras ações em Santa Maria, como nos protestos de junho de 2013, pela melhoria do transporte público, e nas ações de busca por justiça no caso do incêndio da boate Kiss⁹, episódio ocorrido em janeiro do mesmo ano na cidade, mobilizando uma série de protestos e ações de solidariedade.

Como aspecto a ser aprofundado, é possível perceber a importância da internet e de suas dinâmicas de comunicação em rede, como estratégia de comunicação e

⁹ O incêndio da boate Kiss aconteceu na madrugada de 27 de janeiro de 2013, quando um artefato pirotécnico foi acionado durante uma apresentação musical, atingindo o teto da casa noturna e causando uma fumaça tóxica, responsável pela morte de 242 pessoas, deixando outras 116 feridas.



organização da Marcha das Vadias. Associadas às dinâmicas de encontros presenciais, pequenos eventos paralelos, reuniões preparatórias, a internet, através, sobretudo do site de redes sociais *Facebook*, permite que o movimento seja conhecido, reúne interessados nas questões feministas, convoca para a mobilização, divulga as ações, promove o debate e a reflexão das demandas. Os usos do *Facebook* oportunizam criar um espaço de constante construção e manutenção da identidade do grupo, como um *locus* de trocas, tensionamentos e incorporação de elementos constituintes do movimento social.

A primeira aproximação em campo à Marcha das Vadias nos invoca a muitos questionamentos e possibilidades de adaptação do método etnográfico para a o entendimento da configuração de um movimento social em rede. Apesar desta ser uma pesquisa em caráter exploratório, que ainda abrange um ano de contato e observação participante a ser realizado, a etnografia nos permitiu, até o momento, agregar sentidos ao complexo contexto, tanto cultural quanto social, em que se encontra esse movimento social, além da compressão do atravessamento de suas ações no ambiente online e off-line.

Considerações Finais

Ao reconhecermos no método etnográfico e suas adaptações para o campo da comunicação um aporte fundamental para a construção de nossa pesquisa, nos alinhamos à discussão das incursões a campo para a reflexão do seu fazer. Percebemos que a etnografia, via aproximações com diferentes áreas do conhecimento, nos permite agregar sentidos complexos e contextuais a nossos objetos de pesquisa, neste caso, a busca de compreensão de um movimento social e suas lógicas de comunicação em rede. O fazer etnográfico, dessa forma, nos assente à possibilidade de imersão e convivência com o grupo a ser estudado, além da captação dos sentidos com quais esse grupo opera.

Além disso, o método, de diversas formas adaptado - como na etnografia virtual - nos agrega à possibilidade de assistir nosso objeto de pesquisa de formas complementares, que operam através de lógicas distintas, porém muito interligadas, e nos amparam no alcance dos diferentes ambientes através dos quais nosso objeto interatua. Quanto a isso, o que nos fica evidente é a versatilidade do método etnográfico, que acaba por muito a ser utilizado de diferentes formas, reconfigurando-se



de acordo com o que se pretende estudar. O campo, nessa perspectiva, nos autoriza a refletir quanto a nosso posicionamento enquanto investigadores, este, como elemento definidor da etnografia a ser incorporado nesta pesquisa. Para além do contato com o olhar e o estranhamento a partir do qual devemos nos imbuir para a compreensão dos significados produzidos e reiterados pelo grupo investigado.

Assim sendo, entendemos que, os processos por traz de uma etnografia, como a realização da observação participante, a construção e escritura de um diário de campo, e as entrevistas, nos apresentam diferentes, porém, indissociáveis formas de descortinar para nosso objeto de pesquisa. Nesse sentido, esses momentos da etnografia acabam por construir um sistema de significados complementares, que nos oportunizam a interpretação dos sentidos que eles representam nas relações sociais.

Referências

- COULON, Alain. **A Escola de Chicago**. Campinas: Papyrus, 1995.
- DAMATTA, Roberto. **Relativizando**: Uma introdução à Antropologia Social. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografia dos Estudos Culturais**: Uma versão Latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- GUBER, Rosana. **La etnografía**: método, campo y reflexividad. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2001.
- HINE, Christine. **Etnografía virtual**. Barcelona: UOC, 2004.
- HYMES, Dell: **Hacia etnografías de la comunicación**, en GARVÍN, P. L., y LASTRA DE SUÁREZ, Y. (Eds.) Antología de estudios de etnolingüística y Sociolingüística. México: UNAM, 1974.
- LAPLANTINE, François. **Aprender Antropologia**. São Paulo: Brasiliense, 2012.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. Edições Loyola, 2000.
- OLIVEIRA, Roberto Cardoso. **O trabalho do Antropólogo**. São Paulo: Ed. Unesp, 2006.
- RECUERO, Raquel, FRAGOSO, Suely; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- _____. Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SÁ, Simone Pereira de. **Netnografias nas redes digitais**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Tecnologias Informacionais de Comunicação e Sociedade, X Compós, UnB, Brasília, 2001.
- SORIANO, Jaume. **Las nuevas reglas de la etnografía de la comunicación**. Barcelona, Incom, 2007. Disponível em: <http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/30_esp.pdf> acesso em: julho de 2013.
- WINKIN, Yves. **A nova comunicação**: da teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papyrus, 1998.