

ETNOGRAFIA NA PESQUISA COMUNICACIONAL: A APLICAÇÃO DO MÉTODO EM SHOWS DE ROCK¹

Caroline Govari Nunes²

RESUMO

Este artigo apresenta questões relacionadas ao uso do método etnográfico na pesquisa comunicacional. Trabalhamos com um acontecimento específico, que é o show da Cachorro Grande, banda de rock formada em 1999, com a Orquestra de Câmara da ULBRA, formada em 1996, ocorrido em Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Fazendo uso de várias técnicas – da observação participante à entrevista –, nos apoiamos em autores como François Laplantine, Yves Winkin e Isabel Travancas para discorrer sobre o tema. Primeiramente, nos aproximamos do empírico, refletimos sobre ele, pensamos qual método mostra-se mais eficaz; após isso, tentamos criar a teoria do nosso objeto. Ainda, esclarecemos a pesquisa participante dentro da comunicação e por que optamos por esta metodologia. Em nosso caso, o método se mostra válido para a pesquisa proposta, a qual se desdobra inicialmente em levantamento bibliográfico, estudo detalhado do método, técnicas a serem utilizadas, instrumentos de coleta e finalmente a imersão e descrição do campo.

Palavras-chave: Etnografia. Cachorro Grande. Comunicação. Rock. Shows.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Buscando construir uma concepção de comunicação própria para nossa pesquisa, compreendemos que é preciso pensar a comunicação em movimento, pois ela se produz de um ponto a outro. E entender também que as teorias foram feitas para serem questionadas e que precisamos nos desafiar mais neste vasto campo da comunicação, pois o paradigma não é linear. Um conceito, assim como os meios, é sempre condição de produção para outro conceito, para o avanço.

Então o fundamental, para nós, é trazer a teoria para o empírico. É importante que façamos a teoria do nosso objeto, do nosso estudo de caso – daí a importância de tensionar objeto e teoria. Nosso objetivo não é provar algo, mas sim ampliar e aperfeiçoar nossas

¹Trabalho inscrito para o GT Comunicação e Cultura, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

²Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). É bolsista CAPES/PROSUP, faz parte dos projetos de pesquisa Creative Industries, Cities and Popular Music Scenes: The Social Media Mapping of Urban Music Scenes e POA-MCR/MCR-POA: uma exploração comunicacional às margens da música pop, além de integrar o grupo de pesquisa CULTPOP. E-mail: carolgnunes@terra.com.br.

hipóteses, chegar mais perto de algo. A aproximação do empírico nos ajuda a ir para o teórico e pensar: quais tipos de tentativas estão ali, na nossa pesquisa? Como elas se manifestam?

No campo de estudos da comunicação nós não temos métodos testados e comprovados. Nossas teorias são validadas para diversos campos, e nós estamos dentro disso. Por isso, o jeito é fazer e testar conjecturas: nosso método é essencialmente tentativo (Braga, 2007, 2011). Para funcionar, é preciso que haja tensionamentos nos ângulos comunicacionais.

Bachelard (1996) é alguém que nos auxilia na tentativa de aprender a compreender o mundo além das aparências. Ele tenta decifrar o que há de novo nessa episteme que se constrói. Bourdieu (1999) também aparece e afirma que fatos científicos são um construto. Não existe representação da realidade – ela é construída. Assim, procuramos entender quais são os raciocínios que permitem explicar o que está lá, no campo.

Ao propor uma discussão dos usos da etnografia no ambiente – e na pesquisa – comunicacional, trazemos alguns apontamentos fundamentais que surgiram durante a escolha da metodologia proposta. Percebemos que, independente da metodologia, os obstáculos no processo de construção do conhecimento são constantes. Daí a necessidade da reflexão, de pensar o sentido de nossa interação com o objeto, o que escolher, o que não escolher. No lugar da sociologia espontânea, a teoria entra para deslocar e trabalhar em outro nível – olhamos com um raciocínio diferente, operando com raciocínios conceituais.

Tudo aqui é um processo tentativo, assim como escolha da metodologia do nosso estudo de caso, que, no momento, é a banda Cachorro Grande.

Formada em Porto Alegre (RS) no ano de 1999 por Beto Bruno e Marcelo Gross, e radicada em São Paulo (SP) desde o segundo semestre de 2004, a Cachorro Grande tem se mantido entre as bandas mais comentadas da cena musical de rock em Porto Alegre – mesmo morando a mais de uma década fora da cidade. Sempre se destacando pela postura visceral nos shows, durante anos a Cachorro Grande foi comparada com bandas como The Beatles, The Rolling Stones, The Who, entre outras. O começo da banda foi marcado por reinterpretações das bandas citadas acima e a influência destas se mostrou presente durante muito tempo – do som ao modo de se vestir, passando principalmente pela performance no palco. O som dessas reinterpretações se assemelhavam ao *power* psicodelismo de Jimi Hendrix, o que influenciou nas composições que entraram no primeiro disco da banda. Atualmente, a banda trabalha com a divulgação do disco *Costa do Marfim*, lançado no segundo semestre de 2014.

Os integrantes são: Beto Bruno (voz), Marcelo Gross (guitarra e vocais), Rodolfo Krieger (baixo e vocais), Gabriel Azambuja (bateria) e Pedro Motta (teclados e vocais). Os

discos lançados são *Cachorro Grande* (2001), lançamento independente; *As Próximas Horas Serão Muito Boas* (2004), lançado pela revista *OutraCoisa*; *Pista Livre* (2005), *Todos os Tempos* (2007) e *Cinema* (2009) lançados pela Deckdisc; *Baixo Augusta* (2011), lançado pela Trama e *Costa do Marfim* (2014), lançamento independente.

Ancorados em autores como, por exemplo, François Laplantine, Yves Winkin e Isabel Travancas, optamos por um método etnográfico em nossa pesquisa. Por conta disso, dentro do método, utilizaremos técnicas como entrevistas, diários de campo, fotos, observação participante e descrição, isto é, a intenção é que nossa problematização se desdobre em todos esses níveis.

2. ETNOGRAFIA

Primeiramente, com o intuito de compreender o método etnográfico, buscamos em Winkin (1998) a definição de etnografia:

Etnografia é uma arte e uma disciplina científica, que consiste em primeiro lugar em *saber ver*. É em seguida uma disciplina que exige *saber estar com*, com outros e consigo mesmo, quando você se encontra perante outras pessoas. Enfim, é uma arte que exige que se saiba reproduzir para um público terceiro (terceiro em relação àquele que você estudou) e portanto que se *saiba escrever*. Arte de ver, arte de ser, arte de escrever. São estas as três competências que a etnografia convoca (WINKIN, 1998, p. 132).

Dentro da etnografia, Winkin (1998) apresenta o diário de campo, o qual tem função emotiva, reflexiva, catártica, íntima, subjetiva e de sintetizar. Nele, nós pensamos em nossas imersões. Além da função catártica, o diário tem função empírica, onde devemos anotar tudo o que nos chama atenção durante as observações. Voltaremos às funções do diário de campo mais adiante.

Laplantine também traz apontamentos sobre a descrição etnográfica, na qual comenta que a atitude de impregnação de uma cultura que não é a nossa – ou de um segmento de nossa própria cultura – supõe uma atividade que desperte a sensibilidade do etnólogo, mais precisamente o olhar. Na etnografia, a atividade de observação é, antes de tudo, uma atividade visual. Entretanto, a descrição etnográfica (que significa a escrita das culturas) não consiste apenas em ver, mas em fazer ver, em escrever o que vemos (LAPLANTINE, 2004, p. 10). É na descrição etnográfica que as qualidades de observação, de sensibilidade, de imaginação científica e de inteligência entram em jogo.

Por estarmos localizados em uma só cultura, não apenas ficamos cegos diante de outras, mas também míopes em relação à nossa própria cultura. Nesse caso, uma experiência de alteridade obriga-nos a ver o que nem imaginávamos. Por isso, o autor recomenda que é preciso olhar e *como* é preciso olhar. Procuraremos encarar nossa sociedade de uma maneira nova, experimentando estranhamentos dentro de nossa própria cultura.

Convém agora diferenciar dois termos dos quais um é sem dúvida melhor qualificado que o outro para designar a empresa etnográfica: *ver* e *olhar*. Olhar em francês é "*regarder*", palavra forjada na Idade Média e cujo sentido permanece até hoje. "*Regarder*", como *olhar*, é guardar de novo, ficar de guarda, tomar conta de manifestar interesse por prestar atenção, consideração, vigiar. O olhar demora no que vê. Consiste, segundo a expressão de François Fédier (1995), em uma "intensificação do primeiro ver". Mas a percepção etnográfica é de fato da ordem do olhar mais do que da visão, não se trata de qualquer olhar. É a capacidade de olhar bem e de olhar tudo, distinguindo e discernindo o que se encontra mobilizado, e tal exercício - ao contrário do que se percebe "em um piscar de olhos", do que "salta aos olhos", do que provoca um "impacto"... - supõe uma aprendizagem. Notemos, no entanto que o olhar etnográfico não pode confundir-se com o olhar perfeitamente controlado, educado, abalizado por referências ocidentalizantes, que consistiria em fixar e escrutar seu objeto como um urubu sua presa, e que acentuaria de certo modo a acepção medieval de *regarder* = colocar sob guarda, que é também a de "*droit deregard* (direito de controle) (LAPLANTINE, 2004, p. 18).

O trabalho etnográfico supõe um olhar que não deve ser nem desvolto nem extremamente concentrado. Onde a necessidade de voltar a dar lugar também a uma atitude de deriva (evidentemente provisória) de disponibilidade e de atenção flutuante que "não consiste apenas" como diz Affergan (1987, p. 143) "em ficar atento, mas também e, sobretudo em ficar desatento, a se deixar abordar pelo inesperado e pelo imprevisto" (LAPLANTINE, 2004, p. 18). Isto tem a ver com o que os antropólogos consideram em relação ao conhecimento humano: não é possível observar um grupo da mesma forma que um botânico examina, por exemplo, uma folha – é preciso se comunicar e compartilhar os modos de vida deste grupo. Ainda, também não é o que acontece em uma entrevista jornalística, onde o jornalista se limita em obter dados de seu entrevistado – é muito mais do que isto. Sendo assim, Laplantine (2004) explica que o trabalho do etnógrafo não consiste exclusivamente numa metodologia apenas indutiva, arrecadando somente informações; mas, sim, em impregnar-se dos assuntos de uma sociedade e tudo o que envolva seus ideais e suas ansiedades.

Antes de tudo, a etnografia é um experimento físico de imersão absoluta, consistindo numa verdadeira socialização ao invés, onde, longe de tentar compreender uma sociedade unicamente nas manifestações "exteriores", devemos interiorizá-la através das acepções que os próprios sujeitos atribuem a seus próprios comportamentos (LAPLANTINE, 2004, p. 23).

Nós vemos, olhamos, e quando queremos mostrar ao outros aquilo que vemos e olhamos, o fazemos com palavras – com nomes. Dessa forma, entendemos que a atividade de percepção é quase intrínseca de uma atividade de nomeação. Mas esta última, pondera o autor, acaba sendo insuficiente. Ele acrescenta dizendo que se ficássemos pela observação, nem que fosse da forma mais ríspida possível, ou pela nomenclatura oral mais exata, muito rapidamente, de tudo aquilo que foi visto ou dito restaria somente uma vaga lembrança. Por conta disso, a etnografia é precisamente a elaboração e a transformação pela escritura desta experiência – é a organização textual do visível em que um dos papéis maiores é também a batalha contra o esquecimento. Ou seja: precisamos saber articular olhar e escrita – compreender a relação entre o ver e a escrita daquilo que vemos. Nessa relação, que não é em sentido único, acabamos indo e voltando – vendo e revendo, contrapondo situações, confrontando o que foi visto e escrito.

Portanto, a descrição etnográfica não é somente “uma atividade perceptiva e linguística que toma esta ou aquela cultura como objeto, ela é uma atividade que se reforma e se reformula permanentemente através do contato com determinada cultura” (LAPLANTINE, 2004, p. 121). O desafio etnográfico, que se baseia no experimento visual e linguístico das diferenças, recorre a diferentes maneiras de falar, de ler e de escrever, inúmeras versões, o oposto daquilo que é sinônimo. Laplantine (2004) finaliza que a escrita etnográfica não fixa a visão em um saber: ela insere uma inquietação naquilo que é visto.

3. O MÉTODO ETNOGRÁFICO NA PESQUISA COMUNICACIONAL

Para nossa pesquisa não correr o risco de ficar calcada somente na antropologia, buscamos métodos de fazer etnografia no mundo da comunicação, como explica Travancas (2006).

A autora sugere etapas no caminho etnográfico, as quais são:

- 1) Levantamento bibliográfico e leitura de material coletado;
- 2) Elaboração de um caderno ou diário de campo, o qual terá um papel fundamental, pois nele anotamos e anotaremos absolutamente tudo, de questões que nos levaram a escolher tal objeto a perguntas que temos em mente, funcionando como um registro descritivo de tudo o que presenciarmos; e
- 3) Entrada no campo, isto é, nossa inserção no grupo – onde encontraremos uma infinidade de possibilidades e variáveis relacionadas ao universo investigado.

Dentro do campo, levaremos em consideração dois instrumentos importantes de coleta de dados: a entrevista em profundidade e a observação participante. Travancas afirma que a Antropologia é a ciência da escuta, e diz que “o antropólogo não determina verdades, não aponta equívocos, não pergunta por que as coisas não são diferentes. Ele ouve e procura entender quais são as verdades para aqueles “nativos”” (TRAVANCAS, 2006, p. 102), por isso é preciso saber ouvir.

Creio que aqui aparece uma das vantagens da pesquisa qualitativa: a proximidade com o entrevistado. A maneira como ele se expressa; o tom de voz que usa; seu entusiasmo ao falar de determinados assuntos; a relação de confiança que se estabelece entre pesquisador e pesquisado e que ajudará em outras etapas da pesquisa; a percepção das contradições no seu discurso; e mesmo a possibilidade de abordagem de temas mais complexos ou mesmo delicados (TRAVANCAS, 2006, p. 106).

3.1 MÉTODOS E TÉCNICAS A SEREM APLICADOS

3.1.1 Entrevistas em profundidade

Dentro do método etnográfico, utilizamos a entrevista em profundidade. Entre as principais qualidades deste método, está a flexibilidade de permitir à fonte definir os termos da resposta e ao pesquisador ajustar livremente as perguntas. Este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística. Para Duarte (2006), a entrevista em profundidade é um recurso metodológico que procura, com base em conjecturas definidas pelo pesquisador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter dados que se deseja conhecer. Ainda, esse tipo de entrevista possibilita identificar problemas, detalhes, padrões, além de obter juízos de valor e interpretações.

A entrevista em profundidade é uma técnica enérgica e maleável, favorável para a apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para a descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido. O autor acrescenta dizendo que, na realidade, ela é uma pseudoconversa que acontece a partir de um quadro conceitual previamente marcado, que guarda similaridade, mas também diferenças, em relação à entrevista jornalística. Dentro da entrevista em profundidade, buscamos elucidar seus tipos e aplicar os que mais têm a ver com nossa pesquisa.

Mais do que uma técnica de coleta de informações interativa baseada na consulta direta a informantes, a entrevista em profundidade pode ser um rico processo de aprendizagem, em que a experiência, visão de mundo e perspicácia do entrevistador afloram e colocam-se à disposição das reflexões, conhecimento e percepções do entrevistado (DUARTE, 2006, p. 81-82).

3.1.2 Entrevistas abertas

Por ser essencialmente exploratória e flexível, não havendo sequência predeterminada de questões ou parâmetros de respostas, acreditamos que a entrevista aberta se mostra muito útil ao problema que investigamos. Ela tem como ponto de partida uma questão ampla e flui livremente, sendo aprofundada em determinado rumo de acordo com aspectos significativos identificados pelo entrevistador enquanto o entrevistado define a resposta segundo seus próprios termos, utilizando como referência seu conhecimento, percepção, linguagem, realidade, experiência. A capacidade de aprofundar as questões a partir das respostas torna este tipo de entrevista muito rico em descobertas. (DUARTE, 2006, p. 65).

3.2 OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

Ao se inserir em um grupo, o pesquisador deve saber que ele também está sendo observado e que sua presença pode alterar a rotina deste grupo. Travancas (2006) comenta a discussão da antropóloga Ruth Cardoso (1986) em relação ao investigador e seu envolvimento com o grupo pesquisado. A antropóloga diz que não há uma regra, mas é preciso que a observação participante não se transforme em “participação observante”. Pretendemos, ao longo dessa inserção, ganhar respeito dos informantes, participar do campo, sempre questionando e tentando descobrir: até que ponto o etnógrafo pode ficar neutro ou atuar dentro do campo?

4. A PESQUISA PARTICIPANTE DENTRO DA COMUNICAÇÃO

Não existe uma única maneira de definir a pesquisa participante. É necessário reconhecer que a existência de tradições de pensamentos distintas e de práticas de pesquisa diversas conferem alcances e significados às atividades que se desenvolvem sob o mesmo rótulo: pesquisa participante ou investigação participativa (CAJARDO, 1987, p. 16).

A pesquisa participante, segundo Peruzzo, “consiste na *inserção* do pesquisador no *ambiente natural* do fenômeno e de sua *interação* com a situação investigada” (PERUZZO,

2006, p. 125). A autora toma por base as definições clássicas de pesquisa participante formuladas por Eduard C. Lindeman, Morris N. Schwartz, Florence Kluckhohn e Severyn T. Bruyn, Teresa Maria Frota Haguete (1990, p. 61-63) e explica que a pesquisa participante implica:

- a) A presença constante do observador no ambiente pesquisado, para que ele possa “ver as coisas de dentro”;
- b) O compartilhamento, pelo pesquisador, das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado, de modo consistente e sistematizado – ou seja, ele se envolve nas atividades, além de co-vivenciar “interesses e fatos”;
- c) A necessidade, segundo autores como Mead e Kluckhohn, de o pesquisador “assumiu o papel do outro” para poder atingir “o sentido de suas ações” (HAGUETE, 1990, p. 63).

Portanto, estes componentes são fundamentais para compreender a pesquisa participante e podem ser tomados como base de seus procedimentos metodológicos (PERUZZO, 2006, p. 126).

4.1 INSTRUMENTOS DE COLETA

Como o gravador possui a vantagem de evitar a perda de informações (e não distrai, necessariamente, o entrevistado, como um bloco de anotações), acreditamos que ouvir a gravação ajuda na hora de lembrar fatos e perceber nuances que podem ter passado despercebidas durante a entrevista. Duarte comenta que “é uma oportunidade de aprender com a própria entrevista, identificar aspectos que não ficaram registrados, começar a estrutura do trabalho” (DUARTE, 2006, p. 77). Portanto, nas entrevistas – ou pseudoconversas – utilizamos principalmente a gravação, já que o método permite o registro literal e integral do que foi verbalizado.

Sendo assim, nosso procedimento metodológico desdobra-se nos níveis etnográficos e nas técnicas que o método pede. A partir deste levantamento teórico, fazemos uma descrição de campo – onde também há alguns trechos de conversas com os músicos, não seria possível inserir todas as falas – em um show da Cachorro Grande com a Orquestra de Câmara da ULBRA, que aconteceu no dia 22 de novembro de 2014, no Salão de Atos da UFRGS, em Porto Alegre/RS.

5. IMERSÃO E DESCRIÇÃO DO CAMPO

Resolvi ir para o Salão de Atos da UFRGS durante a tarde e acompanhar a passagem de som, então cheguei lá pelas 17h45min. A orquestra já estava passando o som no palco, e os músicos da Cachorro Grande estavam no camarim, no andar de cima. Subi, cumprimentei todos, e logo chamaram a banda, pois eles passariam o som com a orquestra. E eles tocaram absolutamente todas as músicas. Foi mais um ensaio do que uma passagem de som, na verdade. Tudo executado quase na linha da perfeição, com erro somente em uma música. Alguns ajustes, claro: guitarra muito alta, baixo muito baixo, retorno da bateria muito baixo, mas que o técnico de som logo resolveu.

Percebo, já no ensaio, a diferença brutal entre uma banda de rock e uma orquestra: os/as violinistas com postura impecável, todos com um olho na batuta do maestro e outro olho em suas partituras. Eles nem falam entre si. Estão sentados, concentrados, sisudos. E isso (mas não só isso) acabou refletindo na atitude dos músicos da Cachorro Grande, também. Poucos minutos antes, Beto Bruno, vocalista da banda, comentou comigo que estava muito nervoso, que não sabia se ia conseguir se soltar, que não ia ter como explodir com tudo tão bonito e organizado.

Som passado, ensaio feito, tudo pronto para a noite. Pouco antes do show, Marcelo Gross, guitarrista, comentou que eles haviam escolhido 20 músicas (as mais calmas dos discos) e enviado para o Maestro. Eu nem lembrava de algumas, já que há muito tempo elas não são tocadas nos shows. Por exemplo, “Lili”, “Agoniada” e “Cinema”. Então o Maestro escolheu 14 músicas daquelas 20 que a banda enviou (mais o bis, “Hey Amigo”, que o Beto Bruno já havia cantado no “Concertos Dana Clássicos do Rock Gaúcho”, em 2012) e o set list ficou assim: 1 – “As coisas que eu quero falar”; 2 – “Roda gigante”; 3 – “Bom Brasileiro”; 4 – “Por onde vou”; 5 – “Lili”; 6 – “Agoniada”; 7 – “Cinema”; 8 – “Dia perfeito”; 9 – “Sinceramente”; 10 – “Quando amanhecer”; 11 – “Dia de amanhã”; 12 – “Que loucura”; 13 – “Velha amiga”; 14 – “Como era bom”; BIS – “Hey Amigo”. Ou seja, realmente foi um set list pensado para o concerto: músicas mais calmas (com exceção de “Hey Amigo”) e que proporcionaram uma atmosfera bem diferente do show tradicional da banda.



FIGURAS 01 E 02: PASSAGEM DE SOM DURANTE A TARDE. (FOTOS: CAROLINE GOVARI NUNES)

Marcado para as 21h, o concerto atrasou um pouco, a pedido da banda, pois havia um protesto dos taxistas perto do Salão de Atos (ou não tão perto, mas que trancou todo o trânsito nos arredores). Eu mesma cheguei às 21h em ponto, e isso porque desci do táxi no meio do trânsito. Mas a produção local não achou bacana com quem já estava no Salão de Atos e às 21h15min o concerto iniciou. Estava lotado. De tarde, Beto comentou que estava preocupado porque tinha ficado sabendo que a procura por ingressos tinha sido baixa. Eu comentei que também não tinha visto muita divulgação online, mas Gross interrompeu minha fala dizendo que tinha visto várias vezes na mídia impressa e na televisão. Talvez isso explique o fato de o local estar cheio de idosos. Eu, acostumada a um público de show de rock, achei que a divulgação tinha sido péssima. Erro meu – o público alvo era outro. E com razão: depois fiquei sabendo que os Concertos Dana são um sucesso há 13 anos, sempre superando as expectativas. No local, havia pouquíssimas cadeiras vazias. Além das pessoas mais velhas, muitas crianças habitavam as cadeiras com expressões curiosas e felizes. Ou seja, era um público bem diferente do público da banda e bem diversificado entre si. Acho que era um público dos Concertos Dana, isso sim, mas que gostou muito da Cachorro Grande, pois aplaudiram muito e deram risada com as atitudes de Beto Bruno no palco.

Falando em Beto Bruno, ele estava mesmo mais bem comportado que o normal. No início, parecia envergonhado (e disse isso, tapando o rosto com as mãos, na primeira vez que cumprimentou o público) e não sabendo como agir. Aos poucos, pareceu ficar mais confortável. Ele conversou com o público, elogiou a orquestra, abraçou o Maestro e brigou

com o mesmo quando este derrubou seu copo de vinho, que estava no chão. Talvez o copo derramado tenha sido um divisor de águas (ou de atitudes), pois na hora em que o copo caiu ele gritou “isso aqui é rock’n’roll”, e depois disso ficou um pouco mais solto no palco. Nada parecido aos shows normais da banda, onde ele pula enlouquecidamente, grita muito, mas jogou o pedestal do microfone e das letras de música no chão, eventualmente gritou, falou palavrões e terminou o show abaixando as calças e mostrando a bunda para a plateia.



FIGURAS 03 E 04: MOMENTOS DO SHOW VISTOS DE TRÁS DO PALCO E DA PLATEIA, RESPECTIVAMENTE. (FOTOS: CAROLINE GOVARI NUNES)

Os demais músicos da banda se adaptaram bem à orquestra e tocaram quase que fazendo carinho em seus instrumentos. Nada de palhetada violenta na guitarra, corda arrebatando, nem baqueta quebrando na caixa, nem bumbo sendo arremessado no Salão de Atos. Então foi tudo muito bem tocado, bem cantado, com uma interação extremamente gentil com o público e com a orquestra.

No dia seguinte, conversei com Gross e ele confirmou que as baladas foram privilegiadas. A ideia era desviar das “pauleiras” e tocar o que eles imaginavam que ficaria com um arranjo legal. Contou também que a banda ficou muito emocionada quando chegou para o ensaio em Canoas, na ULBRA, na tarde anterior, e os arranjos estavam lindíssimos. Sobre o concerto, comentou que foi muito legal e muito louco porque eles estão acostumados a tocar para o público do bar Opinião, em clubes, e ali tinha um monte de gente para quem eles nunca tocaram (ou não estão acostumados a tocar).

Disse também que a maior dificuldade foi ter que tocar baixinho, pois o natural é “descer o braço”, tocar muito alto, mas que eles conseguiram fazer o que o Maestro havia dito sobre “segurar a mão para ressaltar o que a orquestra estava fazendo”.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como o campo se atualiza em outro formato e o paradigma não é um privilégio somente do campo comunicacional, a pertinência é sempre levantar questões, não fixando nossa visão em um único saber. Percebemos que a comunicação não é linear e que não pode haver teoria fechada – este é o paradigma. Dessa forma, em constante movência, seguimos neste processo tentativo entre teoria e campo, indo e voltando, repensando e questionando. A observação participante, em um local que não costumávamos frequentar, nos possibilitou uma visão menos míope, se compararmos às casas de shows e bares onde tínhamos visto o show da banda anteriormente. O levantamento bibliográfico foi essencial na hora de ir a campo, e agora, em uma segunda etapa, a ideia é fazer o caminho contrário, repensando esse fluxo.

Há uma experiência no espetáculo que é da ordem do sensível – e não do racional. Acreditamos que o método etnográfico foi válido na tentativa de entender estas sensibilidades que acontecem na dimensão performática de um show, pois ali, além da relação entre os músicos, há a nossa própria dimensão performática em relação a eles. A imersão etnográfica permite que estas dimensões, sensibilidades e afetos venham à tona.

7. REFERÊNCIAS

BACHELARD, Gaston. **A formação do espírito científico**. Contribuição para uma Psicanálise do conhecimento. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BARROS, Antonio Teixeira de; JUNQUEIRA, Rogério Diniz. A elaboração do projeto de pesquisa. In: **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** / Jorge Duarte, Antonio Barros – organizadores. 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2006.

BOURDIEU, Pierre et. al. **A profissão de sociólogo**. Preliminares epistemológicas. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. Segunda parte. A construção do objeto. p.45-64

BONIN, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre, Sulina, 2006. p.21-40

BRAGA, José Luiz. Constituição do Campo da Comunicação. **Revista Verso e Reverso**, São Leopoldo: UNISINOS, XXV (58): p. 62-77, janeiro-abril de 2011.

_____. Pequeno roteiro em um campo não traçado, in Ferreira, J. **Cenários, teorias e epistemologias da Comunicação**, São Paulo: E-Papers, 2007, p. 7-21.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** / Jorge Duarte, Antonio Barros – organizadores. 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2006.

LAPLANTINE, François, 1943 – **A descrição etnográfica** / François Laplantine; [tradução João Manuel Ribeiro Coelho e Sérgio Coelho]. São Paulo: Terceira Margem, 2004

PERUZZO, C.M.K. Observação participante e pesquisa-ação. In: Jorge Duarte e Antonio Barros (Orgs.). (Org.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2006.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** / Jorge Duarte, Antonio Barros – organizadores. 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2006.

WINKIN, Yves, 1953 – **A nova Comunicação: da teoria ao trabalho de campo** / Yves Winkin; organização e apresentação de Etienne Samain; [tradução Roberto Leal Ferreira]. – Campinas, SP: Papyrus, 1998.