



Revista FAMECOS: mídia, cultura e
tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul
Brasil

PEREIRA, WELLINGTON; MESQUITA, TARCINEIDE

A contribuição da etnometodologia para análise do colonismo social

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, vol. 19, núm. 1, enero-abril, 2012, pp. 46-
64

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551010005>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

Revista

FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Metodologias

A contribuição da etnometodologia para análise do colunismo social

The contribution of ethnomethodology to analyze the social columns

WELLINGTON PEREIRA

Professor Doutor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba – UFPB.
<wdop@uol.com.br>

TARCINEIDE MESQUITA

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba – UFPB.
<tarcimesquita@gmail.com>

RESUMO

A etnometodologia, corrente sociológica que procura descobrir os “métodos” que as pessoas usam na vida cotidiana a fim de construir a realidade social, traz importantes contribuições teórico-epistemológicas para o estudo do jornalismo impresso e, especificamente, para a análise do colunismo social. Este trabalho objetiva elucidar essas contribuições, bem como resgatar o pensamento etnometodológico.

PALAVRAS-CHAVE: Coluna social; Etnometodologia; Jornalismo impresso.

ABSTRACT

The ethnomethodology, sociological current that seeks to discover the “methods” that people use in their daily lives in order to construct social reality, has important theoretical and epistemological contributions to the study of print journalism and specifically for the analysis of social columns. This work aims to elucidate these contributions and thinking ethnomethodological rescue.

KEYWORDS: Social column; Ethnomethodology; Print journalism.

A etnometodologia configura-se como uma corrente da sociologia americana fundada no final dos anos 60, na Califórnia, a partir dos estudos de Harold Garfinkel, mais especificamente com a publicação da obra *Studies in Ethnomethodology* (Estudos sobre Etnometodologia), em 1967.

A importância teórica e epistemológica da etnometodologia, herdeira da fenomenologia social de Schütz e do interacionismo simbólico, deve-se ao fato de efetuar uma ruptura radical com modos de pensar da sociologia tradicional. Enquanto a sociologia de cunho positivista encarava os fenômenos sociais como realidades objetivas, a etnometodologia buscava compreendê-los como construções práticas do próprio indivíduo.

Dessa maneira, o fato social deixa de ser objeto estável para ser produto da atividade contínua dos homens, que passam a ser encarados como atores. A nova corrente teórica, então, passa a dar importância e analisar as atividades de “todos os dias” como se fossem métodos que os membros da sociedade utilizam para tornar essas atividades racionais.

Privilegiando as abordagens microssociais dos fenômenos, a análise qualitativa do social e dando maior ênfase à compreensão do que à explicação, a etnometodologia vai se interessar pelas pessoas em sua interação cotidiana e as atividades que elas desenvolvem em seus contextos imediatos. Dito de outro modo, os estudos etnometodológicos voltam sua atenção para as atividades comuns, nas quais pessoas como nós se vêem envolvidas (Iñiguez, 2004).

A etnometodologia, por tratar justamente da interação social cotidiana, pode contribuir para a investigação de um gênero bem particular do jornalismo impresso: o colunismo social – dedicado a relatar a vida em sociedade e os fatos do cotidiano através de notas. A etnometodologia aplicada à análise de colunas sociais pode

demonstrar como são as interações promovidas de forma sensível pelos sujeitos que dão sentido ao social.

É objetivo deste trabalho resgatar o pensamento da etnometodologia e apontar suas contribuições teóricas para a área da comunicação, mais especificamente para o jornalismo impresso e para a análise do colunismo social.

Pressupostos teórico-metodológicos da etnometodologia

A pesquisa etnometodológica se organiza em torno da ideia segundo a qual todos nós somos “sociólogos em estado prático”. Esta ideia, por sua vez, é baseada no pensamento de Alfred Schütz que designa que o real se acha descrito pelas pessoas. Parte-se do princípio que a linguagem comum exprime a realidade social, descrevendo-a e constituindo-a ao mesmo tempo.

De modo geral, as duas fontes principais da obra pioneira de Garfinkel são as obras de Talcott Parsons e Alfred Schütz. Soma-se também a isto a influência do interacionismo simbólico. Assim, a perspectiva de Garfinkel parte da base teórica de Parsons, que fora seu orientador entre 1946 e 1952, mas com profundas reformulações advindas da influência da fenomenologia sobre ele exercida por meio de Alfred Schütz e Eduard Husserl, entre outros autores, que o levaram a posicionar-se contra certas versões da sociologia dominante (Hagquette, 2005).

Para Heritage (1999, p. 323) “os esforços que Garfinkel desenvolveu ao longo de sua vida dirigiram-se para um âmbito de questões conceituais que sempre foram tópicos fundamentais da sociologia”¹. Essas questões designam a teoria da ação social, a natureza da intersubjetividade e a constituição social do conhecimento, com amplas ramificações teóricas e metodológicas. As reformulações conceituais dessas questões representam o ponto central da inovação teórica de Garfinkel.

Sendo assim, torna-se importante ressaltar as principais influências exercidas sobre a obra *Studies in Ethnomethodology*:

a) **Parsons e a teoria da ação:** pela teoria da ação, o ator submete-se às normas sociais, que por sua vez determinam suas ações. Ou seja, as motivações dos atores sociais são integradas em modelos normativos que regulam suas condutas e ações. Baseado no pressuposto de que, para nos comunicarmos, servimo-nos sempre de símbolos, que tomam sentidos através da linguagem e sistemas de referências, Garfinkel vai dizer que a relação entre ator e situação não se deverá a conteúdos culturais nem a regras, mas será produzida por processos de interpretação. “Dá-se aí uma mudança de paradigma sociológico: com a etnometodologia se passa de um paradigma normativo para um paradigma interpretativo” (Coulon, 1995, p. 10).

b) **A fenomenologia social de Alfred Schütz:** apresenta a noção de compreender (*verstehen*) em contraste com explicar (*erklären*), que ora faz referência ao conhecimento do senso comum, ora ao método comprehensivo². De acordo com Coulon (1995), Schütz é quem propõe o estudo dos processos de interpretação que utilizamos em nossa vida de todo dia para darmos sentido às nossas ações e às ações dos outros. Garfinkel, então, define a marca de seus estudos: as situações práticas, adotando para suas investigações o exercício empírico de valorizar desde as atividades banais da vida cotidiana até os acontecimentos extraordinários. Toma como base também a ideia do mundo social (o da vida cotidiana) como mundo intersubjetivo descrito por seus membros.

c) **O interacionismo simbólico da Escola de Chicago:** representou uma nova possibilidade para a sociologia, pois popularizou o uso dos métodos qualitativos na pesquisa de campo, considerados “métodos adequados para estudar a realidade social” (Coulon, 1995, p. 14). Da mesma forma, moveu-se na contracorrente da concepção Durkheimiana de ator. Para o interacionismo, deve-se em primeiro lugar levar em conta o ponto de vista dos atores sociais, pois é

através do sentido que eles atribuem aos objetos, às situações, aos símbolos que os cercam, que os atores constroem seu mundo social³. Esta concepção será fundamental para Garfinkel colocar o sujeito como o centro do mundo das linguagens e fazê-lo seu objeto de estudo.

A etnometodologia vai optar, por influência do interacionismo simbólico, pela abordagem qualitativa de pesquisa. Os interacionistas rejeitaram com veemência o modelo de pesquisa quantitativa, alegando que o objetivismo na sociologia isola observadores de observados e nega a subjetividade do pesquisador. Para esta corrente, o conhecimento sociológico só pode ser percebido pelo pesquisador a partir da observação direta e imediata das interações entre os atores sociais, das ações práticas dos atores. Tal noção vai ajudar a etnometodologia a escolher seu instrumental metodológico de pesquisa.

A etnografia, então, vai se constituir no instrumental de pesquisa por excelência dos etnometodólogos⁴. Segundo Coulon (1995, p. 85), como não produziram instrumentos de pesquisa original, “os etnometodólogos vão tomar esses instrumentos emprestados da etnografia”. Para a etnometodologia, é preciso que o pesquisador seja testemunha do que se dispõe a investigar – ir a campo observar os atores em situação, só assim será possível analisar as indicialidades próprias de suas interações.

Entretanto, o termo etnometodologia não designa seu método e sim a sua investigação ou objeto de estudo⁵. Haguette (2005, p. 48) afirma que diante de palavras como etnobotânica, etnofisiologia e etnofísica, Garfinkel entendeu que “etno” referia-se, de alguma forma, “à maneira como um membro de uma comunidade baseada em conhecimentos de senso comum desenvolve estes conhecimentos sobre seu mundo circundante”⁶. O termo etnometodologia referir-se-ia, pois, ao modo de racionalização e visibilidade das práticas da vida cotidiana, sendo considerada por Garfinkel a “ciência dos etnométodos” – conhecimentos práticos.

Baseando-se no primeiro capítulo de *Studies in Ethnomethodology*, denominado “*What is ethnomethodology?*”, Coulon apresenta a seguinte definição para o termo:

A etnometodologia é a pesquisa empírica dos métodos que os indivíduos utilizam para dar sentido e ao mesmo tempo realizar as suas ações de todos os dias: comunicar-se, tomar decisões, raciocinar. Para os etnometodólogos, a etnometodologia será, portanto, o estudo dessas atividades cotidianas, quer sejam triviais ou eruditas, considerando que a própria sociologia deve ser considerada como uma atividade prática.

(Coulon, 1995, p. 30).

Sendo assim, a etnometodologia se apresenta como uma teoria⁷ social reflexiva que procura explicar os métodos de todas as práticas sociais, inclusive os seus próprios métodos. É justamente aí que reside o seu diferencial: os etnometodólogos apresentam a pretensão de estarem mais próximos das realidades correntes da vida social que os demais sociólogos.

A partir dos anos 70, a etnometodologia começa a cindir-se em dois grupos: de um lado, os analistas da conversação, que estudam as estruturas e as propriedades formais da linguagem; de outro lado, os sociólogos e os seus objetos já tradicionais (educação, justiça, as organizações, a ciência, entre outros). Fundada por Harvey Sacks em meados dos anos 60, a análise da conversação vai se constituir, segundo Coulon (1995), em um dos campos mais ricos e desenvolvidos da etnometodologia. Nesse tipo de análise, nenhum detalhe textual ou contextual pode ser posto de lado, pois os detalhes são importantes para o entendimento da situação.

Cicourel vai ser um importante representante da vertente da análise da conversação, introduzindo os chamados “procedimentos interpretativos”⁸. Seus trabalhos sobre a aquisição da linguagem e da competência interpretativa das crianças vão ajudar a desenvolver a vertente conversacionista da etnometodologia.

De acordo com Lima (2001), Cicourel (1979)⁹ estuda o enfoque etnometodológico na sociologia cognitiva. Para compreender o diálogo cotidiano, o autor busca reunir as ideias interacionistas, a etnometodologia e a análise da conversação. Buscando atingir esse objetivo, Cicourel tenta explicar a sociedade utilizando um modelo linguístico. Sua preferência deu-se a partir do contato com linguistas na época.

Assim, a etnometodologia e a análise da conversação são responsáveis por aproximar a linguagem da sociologia. “Embora a linguagem esteja constantemente no coração do problema da coleta dos dados, a sociologia não fez dela um dos seus temas de estudo” (Coulon, 1995, p. 73).

Princípios etnometodológicos

A etnometodologia, como toda corrente teórica, constituiu alguns conceitos-chave para melhor explicitar o conjunto das ideias que defende. Tais conceitos, porém, como explica Coulon (1995), nem sempre podem ser considerados “novos”, pois ora tomam de empréstimo alguns de seus termos alhures: a “indicialidade” da linguística, a “reflexividade” da fenomenologia, a noção de “membro” de Parsons, ora retoma termos da linguagem corrente, modificando-lhes o sentido. É o que ocorre, por exemplo, com as noções de “prática” ou de “accountability”.

Obviamente, o que vem interessar é como estes conceitos se completam, obedecendo a um tipo específico de solidariedade e valorização. De uma gama abundante de conceitos e termos apresentados pelos etnometodólogos, nos deteremos aqui em apenas cinco, por considerá-los os mais importantes e fundamentais para uma boa

compreensão dos princípios etnometodológicos. São eles: “prática/realização”; “indicialidade”, “reflexividade”; “accountability” e “noção de membro”.

a) **Prática/realização:** considera que a realidade social é construída na prática do dia a dia pelos atores sociais em interação. Ou seja, a realidade não é um dado preexistente (como previa a sociologia). “O que a sociologia chama de ‘modelos’ é considerado pela etnometodologia como ‘as realizações contínuas dos atores’” (Coulon, 1995, p. 31). Os estudos da etnometodologia abordam as atividades práticas, as circunstâncias práticas e raciocínio sociológico prático. Em razão disso, este conceito torna-se central em seus estudos. Coulon (1995, p. 31) nos diz que “as atividades práticas dos membros, em suas atividades concretas, revelam as regras e os modos de proceder”. Em outras palavras, a observação atenta e a análise dos processos aplicados às ações permitem por em evidência os modos de proceder pelos quais os atores interpretam constantemente a realidade social.

b) **Indicialidade:** pressupõe que a vida social se constitui através da linguagem ordinária (da vida cotidiana). Essa linguagem tem propriedades e acordos tácitos, provenientes do que os linguistas chamam de “expressões indiciais”. As expressões indiciais são expressões, como por exemplo “isto”, “eu”, “você”, “etc.”, que tiram o seu sentido do próprio contexto. “Et cetera” é uma expressão linguística bastante estudada pelos etnometodólogos e manifesta a ideia de existir um saber comum socialmente distribuído. Garfinkel, ao invés de criticar a linguagem ordinária porque seria incapaz de explicar um certo número de princípios metodológicos, propõe-se estudá-la considerando o seu caráter indicial não como um defeito (como alguns sociólogos chegaram a sugerir), mas sim como uma de suas principais características. A etnometodologia, portanto, mostrou “interesse em ver como utilizamos a linguagem e como, de uma maneira totalmente rotineira, somos capazes de dar sentido às palavras” (Iñiguez, 2004, p. 82).

c) Reflexividade: designa as práticas que ao mesmo tempo descrevem e constituem a realidade social. “Equivalência entre descrever e produzir uma interação, entre a compreensão e a expressão dessa compreensão” (Coulon, 1995, p. 42). Quando se diz que as pessoas têm práticas reflexivas, isto significa que refletem sobre aquilo que fazem, embora não tenham consciência do caráter reflexivo de suas ações. Elas não se preocupam em teorizar. Esse é um processo automático e contínuo. Vejamos o exemplo, apresentado por Iñiguez, de uma atividade banal como andar de bicicleta:

“ [...] para andar bem de bicicleta não é necessário pensar como se anda de bicicleta e, portanto, podemos dizer que há uma espécie de ‘conhecimento implícito’, um conhecimento que não é necessariamente consciente e que é esse que está permitindo que andemos de bicicleta, mas que, ao mesmo tempo, pode ser explicitado.

(Iñiguez, 2004, p. 84)

Assim, a reflexividade é diferente de reflexão e pressupõe que as atividades pelas quais os sujeitos produzem e administraram as situações de sua vida cotidiana são idênticas aos procedimentos usados para tornar essas situações descriptíveis (Garfinkel, 1967 apud Coulon, 1995). O conjunto de percepções gerado pela reflexividade serve como base para a tomada de decisão e para a formação de uma ideia de mundo.

d) Accountability: assinala a propriedade de relatabilidade ou descrição, que permite aos atores sociais comunicarem e tornarem as atividades práticas racionais compartilháveis. A relatabilidade está intimamente ligada ao processo de

reflexividade. Sendo assim, pode ser encarada como as descrições e relatos que os sujeitos fazem de seus processos reflexivos, procurando demonstrar a constituição da realidade que produziram e vivenciaram. A etnometodologia, de modo geral, vai se preocupar em elucidar a maneira como estes relatos ou descrições (de um acontecimento, de um evento, de uma relação ou de um objeto) são produzidos em interação.

e) **Noção de membro:** para a etnometodologia, membro não é apenas um ente que pertence a um determinado grupo, mas, ao contrário, é um ente que compartilha a construção social daquele determinado grupo, dominando sua linguagem natural. Em outros termos, é membro o indivíduo que domina a linguagem comum do grupo, que interage com os outros membros, administrando, com propriedade, essa linguagem. Segundo Coulon (1995), a filiação ou pertença a um grupo repousa sobre a particularidade de cada um, sua maneira singular de enfrentar o mundo, de “estar-no-mundo” nas instituições sociais da vida cotidiana.

“

Um membro não é, portanto, apenas uma pessoa que respira e pensa. É uma pessoa dotada de um conjunto de modos de agir, de métodos, de atividades de savoir-faire, que a fazem capaz de inventar dispositivos de adaptação para dar sentido ao mundo que a cerca. É alguém que, tendo incorporado os etnométodos de um grupo social considerado, exibe ‘naturalmente’ a competência social que o agrupa a esse grupo e lhe permite fazer-se reconhecer e aceitar.

(Coulon, 1995, p. 48)

A complementação que a etnometodologia dá a noção de “membro” de Parsons consiste em passá-la do nível meramente de “pertencer a uma comunidade” àquela mais “linguística”, que ressalta o domínio (e a importância) da linguagem natural. Os conceitos-chave da etnometodologia, portanto, consideram o sujeito como elemento principal do processo de construção da realidade social, observando como este se encontra envolvido, por meio da linguagem, nos intercâmbios comunicacionais e nas interações cotidianas.

Por tudo isso, a etnometodologia vai oferecer importantes contribuições às diversas áreas como educação, administração, práticas médicas, criminologia, justiça, sociologia da ciência, comunicação, entre outras. Esta última, com pouca ênfase, de fato, contudo, não menos importante.

No campo do jornalismo, especificamente, tanto a etnometodologia como o interacionismo simbólico vão dar origem às teorias que percebem a notícia como construção social. Estas, segundo Traquina (2005), são as teorias estruturalista e interacionista (também chamada de etnoconstrutivista).

O paradigma das notícias como construção social emerge a partir dos anos 70 em oposição às perspectivas que põem em causa diretamente a ideologia jornalística e a teoria das notícias como “espelho” da realidade. A teoria do espelho pressupõe que as notícias são determinadas pela estrutura social, por isso, sua configuração conceitual parte dos ideais defendidos pela sociologia tradicional. Já pela nova perspectiva – a de que não apenas a estrutura social determina os indivíduos, mas eles a constroem –, a notícia é construída por uma série de escolhas e seleções feitas com base em normas organizacionais.

Traquina (2005) explica como a etnometodologia (e seu instrumental de pesquisa – a etnografia) contribuiu para o surgimento do novo paradigma das notícias:

Os acadêmicos, seguindo o exemplo dos antropólogos em terras distantes com uma abordagem etnometodológica, foram aos locais de produção, permaneceram durante longos períodos de tempo, observaram os membros da comunidade jornalística com intuito de ‘entrar na pele’ das pessoas observadas e compreender a atitude do ‘nativo’.

(Traquina, 2005, p. 171)

Podemos perceber então que a etnometodologia, ao contrário de outras abordagens que focam o produto jornalístico, permite uma observação teoricamente mais informada sobre as ideologias e as práticas profissionais dos produtores das notícias, justamente por tornar possível a observação de momentos decisivos do processo produtivo.

Segundo Traquina (2005) a contribuição dos estudos etnográficos à compreensão do jornalismo é tripla: a) devido à abordagem etnometodológica, o estudo de jornalismo permitiu ver a importância da dimensão trans-organizacional no processo de produção de notícias; b) permitiu reconhecer que as rotinas constituem um elemento crucial nos processos de produção das notícias, ou seja, todo o *networking* informal entre os jornalistas e a dependência cultural que provém de ser membro de uma comunidade profissional; c) serve como corretivo às teorias instrumentalistas.

O colunismo social

A coluna social é o gênero do jornalismo impresso que se dedica a relatar a vida em sociedade e os fatos do cotidiano através de notas. Em sua época áurea no Brasil, durante as décadas de 50 e 60, deteve-se em consagrando o estilo de vida das elites, buscando sempre descrever com detalhes os trajes e as festas suntuosas.

Na atualidade, o gênero vem ampliando o leque de assuntos abordados, trazendo além da cobertura dos eventos sociais e a exposição da vida privada de famosos, comentários ligados aos acontecimentos advindos do cotidiano do espaço público – notícias de política, economia, esportes, cultura, problemas urbanos, entre outros.

Nesse sentido, podemos considerar que a coluna social publicada no jornal impresso, vem convivendo com a tensão entre o, público e o domínio privado; entre o entretenimento associado à publicização da vida privada e à informação de caráter mais claramente subjetivo (Souza, 2005).

Ao oferecer notoriedade e um viés público às questões particulares¹⁰, acredita-se que a mídia impressa, por meio do colunismo social, pode contribuir para a formação de um imaginário cotidiano de ostentação, prazer e beleza em seus públicos. Se por um lado, as colunas sociais contemporâneas expõem a vida privada de famosos e ricos empresários, a fim de atingir ou mesmo fascinar o leitor, por outro, divulgam fatos de interesse público, antecipando as notícias que figurarão nas outras seções do jornal e nas agendas dos cidadãos no dia seguinte¹¹.

Tal aposta simbólica da mídia constrói representações que tomam o lugar da realidade, através de um discurso – o do colunista – que se encontra materializado em pequenos textos e legendas. Dessa forma, a partir da divulgação de opiniões e interpretações do jornalista sobre as questões do espaço público, social e privado, diferentes níveis do cotidiano são apresentados ao público-leitor – o cotidiano dos famosos, dos líderes políticos, da rua, da vida festiva em sociedade, etc.

O colunismo pode ser considerado o gênero em que mais é livre a opinião jornalística sobre os fatos noticiosos. Nele, as informações são veiculadas, muitas vezes, com intuito de persuadir o leitor. A linguagem utilizada é repleta de adjetivos e ironias, críticas e elogios. Muitos colunistas criam marcas discursivas próprias.

Melo (1985) acredita que as colunas, de um modo em geral, exercem um trabalho sutil de orientação da opinião pública por terem fisionomia levemente persuasiva, não se limitando a emitir uma simples opinião. A coluna “vai mais longe: conduz os que formam a opinião pública, veiculando versões dos fatos que lhes darão contorno definitivo” (Melo, 1985, p. 106). Além disso, mantém periodicidade que acompanha o ritmo dos acontecimentos, o que lhe confere uma maior ligação com as emoções e proeminências do dia a dia.

Na esfera de produção noticiosa, o jornalista/colunista dispõe de artifícios particulares para selecionar os fatos e personagens a merecerem registro. Assim, alimentam a ambição narcísica dos que circulam na sociedade, prestando-se à manutenção dos modelos ideais de vida da cultura de massa, baseados no consumo, beleza e espetáculo.

Sem dúvida, a formação desse imaginário de ostentação (bem como a construção do espaço público) passa pelo discurso da mídia que atende a uma necessidade substituta existente no público leitor, dando-lhes a sensação (o prazer) de participar desse mundo (estar-no-mundo) através dos colunistas.

Por isso tudo, a coluna social constitui-se num dos espaços de linguagens e experiências mais complexos do jornalismo impresso para se investigar. Nesse espaço, geralmente, os sujeitos são vistos por suas razões materiais, mas nunca como sujeitos que abarcam as reflexividades do valor estético de nossa cultura. A etnometodologia juntamente com seus construtos teóricos pode nos ajudar a observar os pormenores “práticos” que circunscrevem o colunismo social.

As marcas da etnometodologia na análise de colunas sociais

A etnometodologia aplicada ao cotidiano jornalístico demonstra como são as interações promovidas de forma sensível pelos sujeitos que dão sentido ao social. Na análise

de colunas sociais, esta corrente sociológica, contribui, entre outras coisas, para elucidar o conjunto de atitudes e reações dos sujeitos em face de seus tipos de socialidades.

Os etnometodólogos põem ênfase nas atividades interacionais que constituem os fatos sociais, por esse motivo, podemos perceber as colunas sociais como sendo um campo de confluências de experiências concretas vividas pelos sujeitos. Experiências essas que constituem e descrevem a realidade social.

A atividade prática do colunismo designa as formas de apresentação dos atores em um evento social – as festas (de casamentos, de aniversários e demais comemorações) e manifestações artístico-culturais presentes em nossa localidade (lançamento de livros, shows, etc.). A apresentação dos atores exige deles um cuidado específico com a aparência. E é aparência no fim das contas quem governa o modo de estar/figurar nas colunas.

Com base no conceito de “reflexividade”, podemos pensar a apresentação dos atores nas colunas sociais como sendo extensão de uma reflexividade socioeconômica, pois “estar na coluna social” significa “fazer parte de” – fazer parte de uma “classe” social, de uma profissão, de uma família, etc. – um acordo simbólico.

Presume-se que no espaço do colunismo social estão sendo simultaneamente produzidas as normas e a inteligibilidade dos atores envolvidos. Sem dúvida, a norma é apresentar-se bem: “bem vestido”, “bem magro”, “bem casado”, “bem amigo”, “bem viajado”. Desse modo, a reflexividade não é um conceito inscrito numa moral, mas sim comedido por competências, “ser capaz de fazer”.

As capacidades dos atores “colunáveis”¹², suas aptidões e competências vulgares, são necessárias para as produções constitutivas do fenômeno cotidiano da ordem social. E, principalmente, reúnem a familiaridade para se tornarem “membros” dessa coletividade.

A apresentação dos atores nos eventos em sociedade reflete também a forma como o jornalista/colunista irá construir seu discurso, ou seja, a linguagem comum do grupo. Os adjetivos utilizados na produção dos textos-legendas irão ganhar contornos definitivos quando confrontados com a aparência física e os modos de vestir dos atores. Basta buscar no jornal nosso de cada dia para perceber: “beleza estonteante”, “presença reluzente”, entre outros termos.

Os adjetivos, ou ainda outros termos empregados pelo colunista social, constituem-se de marcas discursivas próprias do gênero em que pertencem, por isso podem ser apreendidos como “indicialidades”. Compreender uma palavra ou frase implica sempre uma “avaliação” da situação que vai além da informação efetivamente dada em um momento concreto. Assim, a palavra não expressa plenamente o significado; ela adquire esse significado plenamente no cenário concreto de sua produção. “Não há significado possível fora das condições de seu uso e do espaço social de sua enunciação” (Iñiguez, 2004, p. 82).

É importante destacar que as colunas sociais contemporâneas¹³ não sobrevivem apenas dos adjetivos, dos “bajulos” clássicos e das frivolidades cotidianas, mas buscam, por outro lado, satisfazer a necessidade de informação do público-leitor. Esta é a hipótese que defendemos e que, por ora, não podemos aqui comprovar¹⁴. Nesse sentido, as colunas sociais trabalham com uma gama diversificada de conteúdos, objetivando estar mais próximas de um gênero aglutinador de assuntos – política, economia, esportes, etc.

Considerações finais

A etnometodologia contribui teórica-epistemologicamente com a elucidação de características específicas do gênero colunismo social do jornalismo impresso. Contudo, há que se atentar para sua contribuição metodológica, em razão de seu instrumental de

análise – a etnografia. Metodologicamente, para se investigar o colunismo social com ajuda da etnometodologia faz-se necessário “adentrar” no mundo das festividades socioculturais de uma dada localidade.

Apesar disso, a etnometodologia traz importantes revelações no que se refere à análise qualitativa na pesquisa comunicacional, especificamente, às análises das formas de socialidades presentes no colunismo social. E, em razão disso, acreditamos que a abordagem etnometodológica pode somar-se a uma abordagem discursiva propriamente dita.

Assim, defender a postura intelectual etnometodológica é acreditar que o mundo social só é possível por causa desta densa estrutura coletiva de entendimentos tácitos de atividades mundanas, ordinárias e comuns do dia a dia, como insistia Garfinkel. ●

REFERÊNCIAS

- COULON, Alain. *Etnometodologia*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- HAGUETTE, Teresa Maria Frota. A Etnometodologia. In: *Metodologias qualitativas na sociologia*. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.
- HERITAGE, John C. Etnometodologia. In: GIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan. (Orgs.). *Teoria social hoje*. São Paulo: UNESP, 1999.
- ÍÑIGUEZ, Lupicinio. A linguagem nas ciências sociais: fundamentos, conceitos e modelos. In: *Manual de análise do discurso em ciências sociais*. Petrópolis: Vozes, 2004.
- LIMA, Rita de Cássia Pereira. Sociologia do desvio e interacionismo. In: *Tempo Social*; Rev. Sociol. USP, São Paulo, maio de 2001. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/ts/v13n1/v13n1a12.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2011.
- MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- SOUZA, Rogério Martins de. A sedução do colunismo: uma análise das colunas de Ancelmo Góis e Ricardo Boechat. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. *Anais do XXVII*

Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: UERJ, 2005. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17065/1/R0690-1.pdf>>. Acessado em: 27 jul. 2011.

TEDESCO, João Carlos. *Paradigmas do cotidiano:* introdução à constituição de um campo de análise social. 2 ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC; Passo Fundo: UPF, 2003.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo,* porque as notícias são como são. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.

NOTAS

¹ O próprio Coulon (1995, p. 8) alertou para tal fato: “A etnometodologia não é um ramo separado do conjunto da pesquisa em ciências sociais. Pelo contrário, acha-se em relação, mediante múltiplas ligações, com outras correntes que, como o marxismo, a fenomenologia, o existencialismo e o interacionismo, alimentam a reflexão contemporânea sobre a nossa sociedade”.

² Schütz confronta a fenomenologia com a sociologia de Weber, procurando clarificar a noção de *Verstehen*.

³ Segundo Coulon (1995, p. 16) a teoria da atribuição de rótulos, que faz parte do interacionismo simbólico, “leva ao extremo essa orientação segundo a qual o mundo social não é dado, mas construído ‘aqui e agora’”.

⁴ O método documentário de interpretação vai ser posteriormente qualificado e utilizado por Garfinkel. Esse método, segundo Garfinkel (1984 apud Heritage, 1999, p. 339), “consiste em tratar uma aparência real como ‘o documento de’, como ‘apontando para’, como ‘favorecendo um’ pressuposto padrão subjacente”.

⁵ Etimologicamente “etno” (do grego *éthnos*) que dizer raça, nação, povo. Já “metodologia” (de método + logia) significa o estudo dos métodos e, especialmente, dos métodos das ciências.

⁶ Seu primeiro trabalho se efetua observando a maneira pela qual, em um júri, os jurados formavam juízos de valor. Ele percebeu, observando um certo número de conversações entre jurados, o uso de um tipo específico de conhecimento para julgar. Os jurados revelavam um saber comum (levando em conta: experiências pessoais, as descrições e evidências) sobre o funcionamento dos atos cotidianos adaptados ao funcionamento da justiça.

⁷ Coulon (1995) afirma que a etnometodologia é mais do que uma teoria constituída, é, antes, uma “nova” postura intelectual.

⁸ Tedesco (2003) considera Cicourel o co-definidor da corrente etnometodológica. Segundo este autor, os “procedimentos interpretativos” propostos por Cicourel são muito próximos do que Garfinkel já havia discutido como “raciocínio sociológico prático”.

⁹ *Speech acts and conversations: Bringing language back into sociology.*

¹⁰ Consideram-se questões particulares: fofocas sobre famosos, divulgação de datas de aniversários, viagens de férias, festas de casamentos, entre outras.

¹¹ De acordo com Melo (1985), as colunas procuram trazer fatos e ideias em primeira mão, antecipando-se à sua apropriação pelas outras seções dos jornais. Isso acontece devido ao amplo círculo de relacionamento que os colunistas possuem.

¹² Utiliza-se a expressão “colunável” para designar a pessoa que aparece corriqueiramente na coluna social.

¹³ Referimo-nos aqui às colunas mantidas por jornalistas.

¹⁴ Na realidade, tal hipótese já foi comprovada em trabalhos anteriores.