



O estudo de blogs sob uma perspectiva etnometodológica¹

Daniel DANTAS²

Adriano Lopes GOMES³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

Este artigo procura apresentar a etnometodologia como uma metodologia de pesquisa adequada à pesquisa na Internet, especialmente no que se refere aos blogs. Com base em dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, discute os conceitos-chaves da perspectiva etnometodológica de pesquisa, a partir da descrição do conhecimento do senso comum, procurando aplicá-los a uma abordagem apropriada ao ciberespaço. Como resultados, aponta a caracterização das relações intersubjetivas virtuais a partir dos elementos apontados pela aproximação etnometodológica, utilizando principalmente os conceitos de indicialidade e reflexividade.

Palavras-chave

Etnometodologia, blogs, Internet, relações intersubjetivas

Introdução

A busca por uma metodologia adequada à pesquisa em comunicação não se constitui em alguma novidade. Mesmo assim, trata-se de fundamental questão na construção dos estudos em comunicação como disciplina autônoma e reconhecida no campo acadêmico.

Nesse artigo procuraremos apresentar a perspectiva etnometodológica como passível de ser apropriada por pesquisadores cujos objetos de estudo estejam no âmbito da Internet e do campo virtual.

Nesse sentido, apresentamos parte de dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (DANTAS, 2006), na qual utilizamos a etnometodologia como instrumental de pesquisa para analisar as relações intersubjetivas constituintes do Blog do Tas e suas conseqüências para questões de letramento e leitura. Nos limites desse artigo, procuraremos relatar parte da descrição de nossa pesquisa no que diz respeito à

¹ Trabalho apresentado ao NP – Teorias da Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, UFRN, profissional de Comunicação Social da Petrobras, e-mail: danieldantas79@uol.com.br.

³ Orientador do Trabalho. Professor do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, UFRN, e-mail: adrianogomes@cchla.ufrn.br



utilização de uma perspectiva etnometodológica para definição do que denominamos relações intersubjetivas virtuais.

Uma sociologia do senso comum

Como ramo da pesquisa sociológica surgida no fim dos anos de 1960, a etnometodologia analisa as atividades cotidianas como métodos dos membros para tornar suas ações visivelmente racionais e reportáveis para todos os propósitos práticos, isto é, descritíveis como organização dessas mesmas atividades (GARFINKEL, 2008: vii). Por isso, Alain Coulon (1995a: 52) define a etnometodologia como o estudo do conjunto de modos de agir, procedimentos, atividades e saberes que se constituem nos grupos, dando-lhes reconhecimento e distinção, possibilitando compreensão, comunicação e a construção de um mundo social por parte dos membros. Esse conjunto de atividades pode ser chamado de etnométodos.

É na linguagem que eles se manifestam de maneira mais concreta. Por isso, ao emergir um fenômeno caracterizado pela linguagem, como é o caso da Internet e, principalmente, dos *blogs*, fenômeno que constrói e estrutura uma realidade social peculiar, nada mais justificável do que abordá-lo do ponto de vista da etnometodologia.

A etnometodologia trabalha com o conhecimento do senso comum como um *modo de ver o mundo*, no qual todas as coisas têm sua relevância e significado próprios (MARQUES, 2004). Este conhecimento do senso comum é, nas palavras de Berger & Luckmann (1985: 40), “conhecimento que eu partilho com os outros nas rotinas normais, evidentes da vida cotidiana”. O senso comum é uma forma de interpretação da realidade imediata, construído historicamente, sendo, portanto, segundo Geertz (2007: 115 – 116), “sujeito a padrões de juízo historicamente definidos”.

Não há diferença entre a natureza dos métodos que os sujeitos usam para compreenderem o mundo social construído pelo grupo no qual se inserem e os métodos de que a Sociologia profissional se utiliza para chegar a um conhecimento de estatuto científico acerca do mesmo mundo social (COULON, 1995a: 55). Ambos os métodos são utilizados como instrumentos para compreensão da vida e da realidade social e têm eficácia semelhante. De igual modo, os blogueiros compreendem seu papel social na Internet a partir da linguagem que utilizam, manifestando os etnométodos que estruturam sua realidade social.

A Sociologia tradicional supõe que o ator social ignora a fonte e o significado real de suas ações do dia-a-dia; na expressão clássica de Garfinkel, o ator social



costuma ser visto como um “idiota cultural” (COULON, 1995a: 53). A etnometodologia reverte a afirmação da passividade e da ignorância dos atores afirmando os etnométodos, a partir da interação entre os sujeitos sociais, como fundamento da pesquisa sociológica. Em outras palavras, para os etnometodólogos, o conhecimento sociológico está disponível para investigação a partir do entendimento dos sujeitos sobre o funcionamento social, visto que, pela linguagem, a realidade social se estrutura e se define.

Isso acontece porque os sujeitos envolvidos na ação social pretendem ser capazes de afirmar a verdade como ela é. A análise etnometodológica esclarece de que maneira as coisas vêm a ser como são nos grupos sociais, de que maneira cada grupo e cada membro apreende e dá sentido à realidade e por quais processos intersubjetivos a mediação da linguagem entre os grupos e os seus lugares constroem a realidade social que afirmam, o que é verdade também no caso dos *blogs* (ZIMMERMAN *apud* COULON, 1995a: 90).

Categorias analisáveis no conhecimento do senso comum

A sociologia tradicional sempre procurou excluir toda a referencialidade e indicialidade, que marcam a linguagem com o senso comum, da sua análise dos fatos sociais.

Geertz (2007), ao contrário, procura entender o senso comum como um sistema cultural da mesma dimensão que outras formas mais convencionais, como a ciência, a religião, entre outros. Ele o vê como um sistema cultural com corpo organizado de pensamento deliberado, uma forma de interpretação da realidade, construído historicamente e, por isso, sujeito a padrões de análise e julgamento historicamente definidos.

O senso comum busca tornar o mundo como familiar aos sujeitos sociais. De forma crítica, o pesquisador afirma se tratar de um sistema nem sempre muito integrado, heterogêneo e variável entre culturas diferentes (às vezes, dentro da mesma cultura) e cujos possuidores têm convicção máxima de seu valor e validade. Em suas palavras, o senso comum “é uma forma de explicar os fatos da vida que afirma ter o poder de chegar ao âmago desses fatos (...) [e] tem a pretensão de ir além da ilusão para chegar à verdade, ou, como costumamos dizer, chegar às coisas como elas *realmente* são” (GEERTZ, 2007: 127 - 128).

Segundo Geertz (2007: 129), o senso comum é natural, prático, leve, não-metódico, e acessível. Desse modo, estabelecem-se algumas propriedades para o senso comum: “naturalidade”, “praticabilidade”, “leveza”, “não-metodicidade” e “acessibilidade”.

A primeira propriedade, ou quase-qualidade, é a naturalidade. Essa quase-qualidade se fundamenta na noção do senso comum que as coisas são o que são devido a sua própria natureza. A naturalidade, segundo Geertz (2007: 129), dá “a todos os temas que seleciona e sublinha o ar de ‘isto é óbvio’, um jeito de ‘isto faz sentido’ (...) ‘é assim que as coisas funcionam’”.

A praticabilidade é a segunda quase-qualidade do senso comum. Geertz (2007: 132) traz uma explicação simplificada: “normalmente, quando dizemos que um indivíduo, uma ação, ou um projeto demonstram falta de bom senso, o que queremos realmente dizer é que não são práticos”. Guiados pelo senso comum, os sujeitos percebem que a ação não-prática caminha para o fracasso, é um projeto que não vai funcionar. Assim, praticabilidade tem a ver com a noção popular de sagacidade, de ser vivo, sensato. Enfim, como afirma Marques (2004), ser

prático (...) não significa obter resultados materiais das situações, mas apreender estas situações como demandas do intelecto, como resultados de um esforço da razão para construção de uma consciência prática das coisas; para que o sujeito saiba exatamente o que é quê, quem é quem em cada contexto.

A terceira propriedade do senso comum é a leveza, que pode ser entendida com fundamento na idéia de “simplicidade” ou “literalidade”. Essa quase-qualidade se refere ao fato de que o senso comum vê e apresenta este ou aquele assunto como se fosse o que parece ser, e nenhuma outra coisa. O mundo é aquilo que o sujeito pensa ser. Segundo Geertz (2007: 135), o senso comum entende que “os fatos que realmente importam na vida estão espalhados pela superfície, e não escondidos dissimuladamente em suas profundezas”. Para a leveza do bom senso é um erro terrível negar o óbvio, mas é verdade, para o pesquisador, que “as coisas que são evidentes só são evidentes aos olhos dos que as estão vendo” (GEERTZ, 2007: 136).

Uma outra característica do conhecimento de senso comum é a não-metodicidade. Para Geertz (2007: 137), isto significa que os saberes do mundo elaborados pelos atores não se tornam válidos pela sua consistência interna ou possível lógica científica, mas as suas diversas formas de transmissão, não metódicas, como as piadas, os provérbios e os mitos, servem aos sujeitos para o entendimento das diversas



maneiras de viver e saberes que se encontram no mundo. Nada tem a ver essa não-metodicidade do conhecimento do senso comum com o fato de que entendemos que a construção social da realidade, por meio das relações intersubjetivas, acontece de forma metódica pelos sujeitos, sendo os fatos sociais cotidianos repetitivos, rotineiros, padronizados, transpessoais e trans-situacionais a partir do ponto de vista destes membros (COULON, 1995a: 91). De uma certa forma, a não-metodicidade na transmissão do conhecimento do senso comum é parte da construção social e metódica da realidade.

A última quase-qualidade é a acessibilidade, que surge como consequência das demais. Segundo Geertz (2007: 138), acessibilidade é a presunção de que os sujeitos podem entender as conclusões do senso comum e adotá-las. Dessa forma, o senso comum está aberto a todos, sendo propriedade da sociedade e dos cidadãos estáveis.

O conhecimento do senso comum está aberto a todos os sujeitos estáveis das formações e dos grupos sociais, não exigindo talentos ou capacidades especiais, a não ser aquelas entendidas como experiência e maturidade. No caso dos *blogs*, o conhecimento exigido é a competência para uso de computadores, navegação e leitura de websites. Ainda assim, o usuário encara o universo virtual da Internet como a realidade dada no ambiente.

Essas quase-qualidades se realizam no contexto de cada interação social em forma de linguagem. A linguagem gera os eventos e também os explica, mediando, como já foi dito, toda a vida social, seja ela a que ocorre no mundo das relações convencionais reificadas, seja no contexto do ciberespaço.

As pesquisas etnográficas e etnometodológicas se preocupam em inscrever o discurso, anotando-o. Mas o fazem de maneira parcial, já que não têm acesso ao discurso bruto, apenas a uma pequena parte, constituída por fatos sociais microscópicos, mas densamente relacionados. Dessa maneira, o analista pode inferir conclusões e compreender os funcionamentos das ações sociais pesquisadas.

Os principais conceitos da etnometodologia

Coulon (1995a) destaca cinco conceitos-chave desenvolvidos pelos estudos etnometodológicos. Tais conceitos devem servir como orientação para quaisquer pesquisas etnometodológicas, além de poderem ser tomados como categorias analíticas disponíveis ao estudo dos etnométodos. Procuraremos, aqui, estabelecer elos entre a



etnometodologia praticada na análise das relações sociais convencionais e a sociedade virtual.

Prática ou realização

O primeiro dos conceitos-chave é a *prática* ou *realização*. Os etnometodólogos se consideram mais próximos da realidade cotidiana da vida social, já que acreditam que, para entendê-la, é necessário proceder a um retorno à experiência da prática e da realização dos sujeitos. Estruturam, assim, seus métodos e técnicas de coleta de dados sob a perspectiva de que os dados se deformam ao passarem pela grade da descrição científica (COULON, 1995a: 30).

Por ter como objeto de análise os etnométodos desenvolvidos pelos sujeitos sociais na vida cotidiana e devido à sua postura empírica de observação e pesquisa, a etnometodologia valoriza o saber de senso comum, analisando-o como constituinte indispensável a todo comportamento socialmente definido e a toda realidade social organizada (COULON, 1995a: 30).

Indicialidade

A questão da linguagem é decisiva nos estudos etnometodológicos. A vida social de interações e relações é construída por meio da linguagem (COULON, 1995a: 32). Esta linguagem é indicial, no sentido que ela liga os sujeitos a situações específicas. Por isso, a Sociologia tradicional sempre buscou esvaziar o seu discurso desses elementos indiciais, uma vez que propõe um estatuto científico que elimine, em busca da generalização e objetivização dos fatos sociais, qualquer traço de relativismo ou contextualidade.

Já a etnometodologia entende a indicialidade como um conceito-chave, sendo assim uma das mais importantes categorias analíticas do seu projeto de estudo. Segundo Coulon (1995a: 33), pode-se definir indicialidade como o conjunto de “todas as determinações que se ligam a uma palavra, a uma situação”. Todo sentido que os sujeitos atribuem a um fato social ou a um enunciado é profundamente ligado ao contexto particular de ocorrência (POORE, 2004).

A indicialidade se caracteriza como um elemento indispensável para a análise dos processos de intersubjetividade virtual proporcionados pela leitura e escrita de *blogs* e da interação daí derivada. Sendo marcadamente uma relação de interação e construção social, cuja ênfase se encontra no verbal e no escrito, a comunidade



blogueira, acreditamos, deverá ser analisada etnometodologicamente a partir da indicialidade.

Reflexividade

A noção de reflexividade se fundamenta no entendimento de que os atores sociais, quando desenvolvem e praticam suas ações do dia-a-dia, são capazes de explicar a situação em que estão inseridos, relacionando as suas próprias experiências, os seus conhecimentos, sua criatividade e a própria atividade interativa em que se põem. Isto significa, segundo Guessser (2003: 161), que “na medida que desenvolvemos nossas ações práticas, estamos envolvendo uma série de atividades racionais motivadas tanto pelos reflexos dos sinais que recebemos do exterior como daqueles produzidos em nosso próprio interior” e é essa reflexividade que dá origem às ações sociais, objeto da pesquisa sociológica.

O fato de as interações pela Internet não se darem face a face, mas sim de forma mediada e inteiramente dependente da linguagem, principalmente escrita, multiplica a pertinência da noção de reflexividade no estudo da intersubjetividade que se constrói através dos *blogs*. A Internet garante o anonimato que se manifesta principalmente nos chamados *nicknames*, presentes e importantes em todos os ambientes sociais da rede. Dessa forma, a manifestação subjetiva na Internet – e nos *blogs* – deriva muito mais intensa e claramente de uma elaboração pessoal. Isto é, o sujeito que se manifesta no *blog* é muito mais nitidamente um personagem conscientemente construído. O blogueiro pode ser quem exatamente ele queira ser.

A reflexividade das ações sociais está relacionada ao fato de que se interpõe entre sujeitos e o meio social uma construção de papéis, descrições e enunciados diversos que acabam por tornar a prática social uma forma de reflexão.

Para a etnometodologia, a análise das ações sociais só é possível focando-se na reflexividade dos atores, que deve ser captada e recuperada no momento em que é produzida, na forma de *accounts*. Isso implica que a fonte de dados para a pesquisa precisa ser os próprios atores, através de uma interação efetiva, tornando o mundo social descritível (GUESSER, 2003: 162).

“Accountability”

Para a etnometodologia, dizer que o mundo social é descritível (*accountable*) significa que ele “é disponível (...), inteligível, relatável, analisável” (COULON, 1995a:



45). O sentido de *accountability* relaciona-se com o “dar conta de” alguma coisa. Garfinkel (2008: 1) entende como *account* os elementos de organização dos grupos que podem ser observados e descritos pelos sujeitos, isto é, aqueles cujos membros entendem como sendo possíveis de serem analisados e reportados.

A noção de *accountability* liga-se proximamente ao processo de reflexividade. *Accountability*, nas palavras de Guessser (2003: 162), “são as descrições que os atores fazem de seus processos reflexivos, procurando mostrar sem cessar a constituição da realidade que produziram e experienciaram”.

Nessa direção, a etnometodologia procura afirmar os *accounts* como informantes ou estruturantes da situação social. Isso significa que se depara com esses elementos não como puro indício do funcionamento social do mundo, mas os encara como realizações, tomando os relatos e descrições do mundo social feitos pelos membros como constitutivos desse mundo, como atos desenvolvidos na construção de um mundo social. Elementos, na verdade, de caráter *reflexivo* ou *encarnado*, segundo Garfinkel (2008: 1).

Assim, em se tratando de conceito tão próximo à reflexividade, *accountability* se põe como um elemento importante para fundamentar a análise da intersubjetividade virtual na leitura de *blogs* de uma perspectiva etnometodológica, uma vez que podemos compreender essa intersubjetividade a partir das descrições e relatos que os próprios sujeitos podem elaborar, consciente ou inconscientemente, para explicar como se fundamentam suas relações.

Noção de membro

Para a etnometodologia, a noção de membro se relaciona ao domínio da linguagem do grupo (COULON, 1995a: 48). Dessa maneira, o membro é alguém que compartilha a construção social que o grupo executa através de seus processos interativos (GUESSER, 2003: 163).

Assim, um membro compartilha a vida com outros sujeitos e, juntos, executam a construção de uma realidade social, através de modos de agir, etnométodos e saberes em comum, por exemplo. Desse modo, por exemplo, os membros de uma determinada escola científica se reconhecem pelo vocabulário, pelos procedimentos metodológicos, pelos saberes compartilhados. O mesmo ocorre com os membros de categorias profissionais, estudantis, por exemplo, que desenvolvem regras próprias de agir e falar (COULON, 1995a e 1995b). Assim, um membro de uma comunidade virtual, como a



blogueira, partilha com outros membros do grupo formas de linguagem, procedimentos e saberes reconhecíveis e que lhe inserem na comunidade

A noção de membro e de linguagem são essenciais para a qualificação de uma pesquisa etnometodológica: a competência do uso dessa linguagem e dos gêneros discursivos próprios a esse grupo se torna categoria analítica para o entendimento da realidade social envolvida. Isso se torna ainda mais evidente em se tratando de pesquisa em comunidades virtuais no ciberespaço, em que toda interação constitutiva dos mundos sociais envolvidos ocorre por meio de ações de linguagem.

Em sua pesquisa, Thomsen et al. (1998) estudaram o funcionamento de um grupo de pessoas doentes ou parentes de pacientes com um tipo raro de câncer na cabeça. Os autores mostram como elemento essencial de membresia neste grupo o domínio de termos técnicos específicos relativos a essa doença, de siglas e também da linguagem relacionada a tratamentos e medicamentos.

Aproximação etnometodológica ao ciberespaço

O crescimento da Internet tem motivado a construção de novas formas de relação social e de interação entre sujeitos. Essas novas realidades sociais estão diretamente relacionadas aos avanços tecnológicos que têm promovido novas mídias e novas formas de comunicação que acabam por encurtar as distâncias e separações entre sujeitos.

Uma das características das novas comunidades surgidas no ciberespaço é a sua independência em relação às distâncias geográficas, culturais ou lingüísticas. A proximidade relativa proporcionada pelas novas mídias ajuda a moldar a realidade social no campo virtual com marcas peculiares e, provavelmente, inéditas. Possivelmente, por exemplo, dois blogueiros que sejam membros de uma mesma comunidade blogueira não precisam, necessariamente, interagir no mundo material para efetivarem uma relação intersubjetiva. Tal relação pode ser completamente construída a partir da publicação de textos atualizados em *blogs*, na sua leitura e nos possíveis comentários registrados pelos leitores.

Thomsen et al. (1998) afirmam que as comunidades virtuais⁴ são uma forma primária de interação social que envolve um crescente número de membros que gastam

⁴ Entendemos por comunidade virtual a reunião de pessoas em grupos de relacionamento no ciberespaço, seja em redes de blogs, listas de e-mail ou bate-papos. Essas pessoas se reconhecem mutuamente como membros da comunidade por partilharem linguagem, conhecimentos e etnométodos específicos a cada grupo.



frequentemente horas a cada dia navegando na Internet. Por esse motivo, os mesmos autores esclarecem que cada vez mais pesquisadores sociais têm se voltado a estudar os fenômenos de sociabilidade no campo virtual. As comunidades virtuais são relevantes o suficiente para serem estudadas (THOMSEN et. al., 1998).

A necessidade de se estudar as comunidades formadas no ciberespaço levantam naturalmente a questão acerca de que abordagem metodológica seria apropriada para essa aproximação. Thomsen et al. (1998) perguntam aonde o pesquisador realmente vai e o que ele observa quando seleciona uma comunidade *online* como foco de seu estudo. Na tomada de uma posição metodológica, torna-se essencial entender as mudanças de sociabilidade promovidas nas relações virtuais da Internet. Como já vimos, por exemplo, essas novas relações não se condicionam à necessidade de co-presença física entre os interactantes para se efetivar.

Com Thomsen et. al. (1998), acreditamos que o ciberespaço é um campo de pesquisa passível de ser analisado em seus etnométodos por se caracterizar como um espaço social constituído pelos sujeitos que aí interagem. A etnometodologia entende a realidade social como um construto da interação entre os atores sociais. Mediada pela linguagem, essa interação constrói os elementos que compõem o quadro da realidade social. Para perceber tal coisa, a etnometodologia foca sua atenção nas relações microsociais dos grupos e busca analisar como eles se vêem, se estruturam e entendem a realidade social que lhes parece óbvia e objetiva.

A etnometodologia afirma que a realidade social é uma construção dos sujeitos. Acreditamos que esse fato é mais perceptivelmente visível no chamado ciberespaço. No campo das relações virtuais torna-se nítido o fato de que a realidade social que ali se desenvolve é uma construção a partir da interação entre os atores sociais. Todos os sentidos e campos do mundo virtual só se podem realizar mediados pela linguagem e através da interação.

O pesquisador, ao se inserir no campo da pesquisa – isto é, a comunidade blogueira – deverá assumir os etnométodos, as práticas e as linguagens próprios dos seus membros. Dessa forma, adotando uma postura etnometodológica para aproximar-se desse campo social poderá identificar os conceitos-chave, a unidade básica cognitiva de interação e as expressões indiciais características da comunidade blogueira (THOMSEN et. al, 1998). Tal postura do pesquisador, a partir de dentro da comunidade, atuando como um dos seus membros, garantirá a autoridade e a relevância científica de seus resultados.



Os grupos e comunidades que se formam no ciberespaço se organizam a partir de etnométodos que a cada dia se tornam mais distintos, de tribo a tribo cibernética. Algumas vezes tais etnométodos se reificam no mundo material e as comunidades virtuais se manifestam de maneira atual em algum tempo e lugar. Dessa forma, segundo Thomsen et. al. (1998), os encontros em comunidades virtuais tendem a se manifestar na forma de interações *offline*.

A realidade social no ciberespaço se estrutura e se constrói a partir das relações entre os atores sociais que ali interagem. E mesmo que outras formas de linguagem apareçam nessas interações virtuais na Internet, ainda é o signo verbal o principal veículo de construção dessa realidade social. E por falta da materialidade, quer dizer, por força da virtualidade, as relações sociais na Internet são claramente intersubjetivas. Elas ocorrem em não-lugares, como a tela do computador e, especialmente, a subjetividade dos atores.

Thomsen et. al (1998) desenvolvem sua pesquisa a partir do funcionamento de um *newsgroup*, ou seja, um serviço de interação através da troca de correspondências eletrônicas. Para eles, nesse caso, cada e-mail enviado por um dos membros do grupo deve ser entendido como uma “fala” que precisa ser “ouvida” e se tornar objeto de análise pelo etnometodólogo. No caso da comunidade blogueira, essa interação a ser “ouvida” se manifesta, em suas falas e respostas, na relação estabelecida entre *posts* atualizados e comentários registrados pelos leitores nos *links* apropriados nos *blogs*. Essa relação entre *posts* e comentário se estabelece na forma concreta de uma interação dialógica, onde o leitor tem a possibilidade concreta de responder, concordando ou discordando, àquilo que o blogueiro publicou. Dessa maneira, o procedimento a ser adotado pelo pesquisador é tomar as “falas” desses diálogos para reconhecer padrões, regras ou métodos que acontecem entre os membros da comunidade virtual em análise e o modo como essas estruturas ou convenções influenciam significados e efeitos. Acompanhar o cotidiano das comunidades *online* como membro esclarece acerca dos significados de expressões e construções, fechados aos não-membros, que as mensagens carregam. Em interações *online*, muitas vezes, palavras sozinhas ou simples referências, evocam complexos significados e memórias do grupo.

Analisando o Blog do Tas

Como uma metodologia que se dispõe a analisar as relações da perspectiva da realidade social como construção intersubjetiva por meio da linguagem, a



etnometodologia se faz apropriada para pesquisa social a partir das relações estabelecidas entre leitores e produtores no ambiente dos *blogs*. Essas relações se constituem por meio da linguagem escrita e constroem uma realidade intersubjetiva que tem uns e outros – blogueiros e leitores – como membros de uma mesma comunidade virtual.

Por outro lado, essas interações transformam-se em um processo que chamamos de intersubjetividade virtual: o mundo social dos sujeitos no ciberespaço se constrói por meio dessa interação. A etnometodologia se entende justamente como uma perspectiva de pesquisa sociológica que visa à descrição da intersubjetividade como mecanismo de construção da realidade social. Logo, ao apontarmos processo semelhante na Internet, entendemos o ciberespaço, em particular o mundo dos *blogs*, como um campo social que se constrói por meio dele e assim pode ser investigado.

Em nossa pesquisa de mestrado, escolhemos como *corpus* o Blog do Tas (<http://marcelotas.blog.uol.com.br>). Foram pesquisadas, em uma perspectiva etnometodológica, as relações intersubjetivas construídas a partir dos dezessete textos publicados por Marcelo Tas no mês de abril de 2004.

A construção dos sujeitos que entram em relação intersubjetiva no mundo dos *blogs* e estabelecem uma nova realidade social se manifesta ao pesquisador através de indícios na linguagem, também com a constituição de grupos que orbitam em torno de *blogs* e redes de *blogs*. Isso se constata ao se perceber, no *blog* pesquisado, a frequência de comentários por parte dos mesmos membros a cada novo *post*. Ilustra essa afirmação o exemplo do membro que se identifica como Antonio Brasileiro. Ele marca sua participação entre os comentadores do Blog do Tas pela ironia explícita de suas falas, em defesa sarcástica de personagens controvertidos da história recente do país.

Antonio Brasileiro é, nitidamente, um personagem conscientemente construído. Ainda que a reflexividade dos membros suponha o não-falseamento das representações, neste caso, devido ao caráter irônico de suas intervenções, somos conduzidos a acreditar que sua representação seja falseada, exemplo de um cinismo crítico.

Entre os comentários dos dezessete *posts* destacados nos trinta dias de coleta de dados no Blog do Tas, Antonio Brasileiro aparece com 44 participações, muitas delas, no entanto, são textos repetidos. Antonio Brasileiro não comentou em sete dos dezessete *posts*. Ele não aparece – à exceção de um único comentário não relacionado ao tema no Post 10 – nos comentários aos quatro textos de Tas sobre o “Caso Grafite”, quando o jogador de futebol argentino, Leandro Desábato, terminou preso em uma



partida da Copa Libertadores em São Paulo por uma ofensa racista contra o atacante Grafite (do São Paulo). Podemos supor que, devido ao fato de se tratar de um assunto delicado e bastante polêmico, Antonio Brasileiro tenha optado por não emitir seus comentários irônicos enquanto durasse o assunto na agenda do Blog do Tas, talvez por ter considerado inadequado o humor naquela situação.

Vale destacar que cada membro que comenta em um *blog*, e mesmo o próprio autor, reflete uma espécie de personagem. O sujeito é, muito mais no *blog*, aquilo que ele deseja ser. A máscara que o anonimato da Internet permite ao usuário usar nos impede de garantir que, nas suas relações sociais fora do ambiente virtual, membros como Marcelo Tas e Antonio Brasileiro venham a se comportar ou se parecer com que manifestam nos *blogs*.

Um dos comentários de Antonio Brasileiro, que pode servir de ilustração de sua participação no blog em análise, é reproduzido a seguir:

[Antônio Brasileiro][Brasil]

Dou continuidade a uma necessária pavimentação dos caminhos tortuosos aos quais foram submetidos os senhores mais dignos da história sócio-política do Brasil. E dentro desse processo de reconhecimento ainda que tardio, convido os leitores para que se congratulem um a um por termos entre nós alguém como o senhor Antônio Carlos Magalhães. Se Charles de Gaulle representou o ideal de liberdade francês do século XX, ACM é o brasileiro que detém essa honra. Homem de uma dignidade ímpar, de um talento político incomum, de um engajamento social que muito supera nossas fraquezas humanas, se é que esse senhor as teve. A internet parece ter armado as pessoas com pedras de todos os tipos. Pois ACM recolheria cada uma delas e então construiria casas para seu povo. Sem mais delongas e em nome de todos os brasileiros eu digo: obrigado Antônio Carlos Magalhães, seu exemplo de luta e perseverança conduz esse país rumo a dias mais prósperos.

18/04/2005 22:56

O exemplo de Antonio Brasileiro esclarece que as relações sociais intersubjetivas que se constituem nos processos de escrita e leitura dos *blogs*, como quaisquer relações sociais, podem se fundamentar em interações tanto concordantes quanto em posições criticamente distintas e opostas entre os membros. Essas relações serão apreendidas pelos pesquisador a partir da indicialidade presente em cada intervenção dos membros.

Sujeitos como Antonio Brasileiro e a maior parte dos demais comentadores do Blog do Tas, caracterizam-se, juntamente com o blogueiro, como membros dessa comunidade. Do ponto de vista da etnometodologia, são membros os sujeitos que



dominam a linguagem e os etnométodos do grupo. O tom polêmico das intervenções parece se caracterizar como um dos elementos dos etnométodos e da linguagem do grupo gerado no ambiente do Blog do Tas, uma vez que a própria tônica dos textos publicados por Tas é essa. Para intervirem de maneira apropriada nessas relações sociais, os membros precisam assumir essas regras de conduta e linguagem do Blog.

As relações intersubjetivas constituem uma realidade social em particular. Essa construção se dá não só a partir de relações consensuais afirmativas, mas também por meio de relações de característica polêmica entre os membros. Em outras palavras, isso significa que não é só através da concordância entre os *posts* e os membros comentadores que se constitui uma realidade social no ambiente virtual dos *blogs*.

Essas relações podem ser definidas e descritas a partir de uma análise etnometodológica de seus elementos. Com base nisso, na nossa pesquisa sobre o Blog do Tas percebemos que quando se manifestam discordâncias e polêmicas, às vezes profundas, entre Tas e os membros que lêem e comentam seu *blog*, mantém-se um tipo de relação entre membros que se posicionam em torno do *blog* e participam da construção da realidade social desse evento virtual. Mesmo os membros que se dizem frustrados com Tas e afirmam que não mais lerão seu *blog*, manifestam um nível de relação intersubjetiva tal com o dono da página que se vêem em posição que lhes permitem discordância radical e profundamente crítica. Toda a nossa análise foi centrada sobre os indícios, a reflexividade dos membros e suas descrições, entendidos conforme uma perspectiva etnometodológica.

Considerações finais

Acreditamos que ao fim desta reflexão apresentada de forma bastante resumida tenha ficado clara a adequabilidade da utilização dos princípios da etnometodologia, a partir do entendimento das noções referentes ao conhecimento do senso comum, como ferramenta metodológica para a análise do espaço virtual e, particularmente, dos blogs.

Em nossa análise, percebemos que a relação que se constrói entre esses membros constitui uma forma de realidade social no ciberespaço, formada de maneira intersubjetiva. Essas relações intersubjetivas em que os participantes podem ou não concordar entre si devem ser analisadas do ponto de vista da linguagem a partir daquelas características apontadas pela etnometodologia, quais sejam, a prática, a indicialidade, a reflexividade, accountability e a noção de membro. O enfoque principal, no entanto, em nossa pesquisa, recaiu sobre a indicialidade e a reflexividade.



Referências bibliográficas

BERGER, Peter L. & LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

COULON, Alain. **Etnometodologia**. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1995a.

_____. **Etnometodologia e educação**. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1995b.

DANTAS, Daniel. **As relações intersubjetivas nos blogs e as práticas de letramento digital**. Dissertação de mestrado. Natal, 2006.

GARFINKEL, Harold. **Studies in ethnomethodology**. Cambridge, UK & Malden, USA: Polity & Blackwell, 2008.

GEERTZ, Clifford. “O senso comum como um sistema cultural” in GEERTZ, Clifford. **O saber local**: novos ensaios em antropologia interpretativa. Tradução de Vera Mello Joscelyne. 9 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

GUESSER, Adalto H. “A etnometodologia e análise da conversação e da fala” in **EmTese**, vol.1, nº 1 (1), agosto-dezembro/2003.

MARQUES, Francisca Ester Sá. **Interpretação de produtos culturais**: contributos de uma abordagem etnometodológica aos estudos da comunicação. Disponível em: <http://ubista.ubi.pt/~comum/marques-ester-abordagem-etnometodo.html>, acessado em 11 jul 2004.

POORE, Simon. **Ethnomethodology**: an introduction. Disponível em: <http://www.hewett.norfolk.sch.uk/curric/soc/ethno/intro.htm>, acessado em 25 jul 2004.

THOMSEN, Steven R., STRAUBHAAR, Joseph D. & BOLYARD, Drew M. “Ethnomethodology and the study of *online* communities: exploring the cyber streets” in **Information Research**, 4 (1). Disponível em: <http://informationr.net/ir/4-1/paper50.html>, 1998.