



As Adaptações da Etnografia Virtual à Análise de Ambientes Gráficos Online¹

Rafael Soares KRAMBECK²

Liliane Dutra BRIGNOL³

Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS

RESUMO

As novas formas de sociabilidade advindas do uso cotidiano das tecnologias exigem formas de análise das interações sociais adequadas. Isso deve, essencialmente, aos espaços sociais surgidos na internet, onde o sujeito experimenta modos inéditos de identidades e representações. Nesse contexto diversos autores apontam a adaptação do método etnográfico como uma alternativa eficiente nos estudos da cibercultura. Este artigo é resultado das observações realizadas sobre a etnografia virtual como parte da pesquisa cumprida para execução de trabalho final de graduação e busca adaptar a metodologia oriunda da antropologia aos ambientes gráficos multiusuários online.

PALAVRAS-CHAVE: metodologia; etnografia virtual; ambientes gráficos; cibercultura; cibernociabilidade.

COMO ESTUDAR ESSA NOVA SOCIEDADE

O advento das tecnologias digitais tem trazido um sem-fim de instrumentos que são incorporados ao cotidiano das pessoas. A apropriação dessas tecnologias digitais dinamiza o modo como as pessoas se constituem e estabelecem as suas relações e, assim, acarreta alterações significativas nas relações sociais na pós-modernidade.

Nas diferentes dimensões da vida social, o ciberespaço aparece cada vez mais, como meio e espaço de constituição das pessoas e das suas relações sociais. Desta forma, alguns estudiosos empenharam-se em apontar a tecnologia como construtora de uma cultura e fomentadora de estratégias de interação social.

Diferentemente das clássicas concepções dos estudos sócio-técnicos iniciais que lhe deslocavam para uma realidade extra-real, pode-se perceber, hoje, esse ciberespaço muito mais para além das fronteiras online e off-line. Hoje em dia, entende-se duas realidades que já não apenas se completam, mas que se confundem em uma só realidade complexa.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Acadêmico do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, email: krambeckrafael@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, email: lilianedb@yahoo.com.br.



Debruçar a análise teórica sobre o papel das tecnologias digitais no estabelecimento de vínculos sociais na contemporaneidade vai além de entender o próprio processo. É considerar o comportamento humano, ainda mais, é entender o sujeito, como unidade social.

Mesmo que haja uma vasta bibliografia sobre os trabalhos realizados no campo ainda existe certa insegurança no que diz respeito a teorias e técnicas operacionais de análise, pois “vários pesquisadores assinalam que ainda inexiste uma teoria consistente para o estudo dos conteúdos virtuais” (PRADO, 2002). Por se figurar como uma forma de cultura de difícil analogia, muitos pesquisadores tendem a adotar, com devidas modificações, conceitos e processos de ciências afins. No entanto, autores como Turkle (1997) e Hine (2004) argumentam que os estudos já realizados na área costumam comparar a sociedade online com as configurações off-line, contudo tais abordagens são limitadoras e, hoje em dia, deve-se ultrapassar tal ponto de vista.

Este artigo é resultado da pesquisa do trabalho final de graduação, “Meu Eu, Meu Mundo, Meu Outro: Um Estudo Etnográfico da Sociabilidade em Ambientes Gráficos Multiusuários Online (AGMUO) a Partir da Dualidade Identidade/Representação”.

O trabalho monográfico, iniciado em março de 2010 e a ser defendido em dezembro do mesmo ano, busca entender a sociabilidade no ambiente gráfico multiusuário online Second Life, a partir dos conceitos de identidade e representação. Inicialmente, discutem-se os comportamentos sociais, que ajudam a entender como as formas sociais se organizam, se apropriando da tecnologia, formando o conceito de cibercultura e cibernociabilidade. Além disso, ao focar-se no entendimento da sociabilidade com referência no sujeito, teoriza-se sobre as idéias de identidade e representação no contexto contemporâneo.

Tendo em vista que, na sociedade contemporânea, o uso, cada vez mais acentuado, da Internet propicia uma rica troca de informações, difusão de conhecimentos e outras formas de relacionamentos, a comunicação mediada por computador propicia aquilo que Bertolli Filho chama de “uma nova fabulação do real” (2006, online). Assim podemos perceber a cibercultura como “uma matriz de sentido destes tempos” (ROCHA, MONTARDO, 2005, p. 6), o que nos leva há conclusão das mesmas autoras de que “há de se pensar o modo pelo qual o olhar científico deve se guiar na análise de tais ocorrências” (ROCHA, MONTARDO, 2005, p. 6).



Adota-se o estudo etnográfico como método de desenvolvimento do trabalho, pois este “é muito pertinente e particularmente adequado à investigação científica da comunicação” (WINKIN, 1988, p.129), além de que pode ser considerado “una forma de investigar que responde muy adecuadamente a estrategias de investigación de cariz inductivista y se ha demostrado cómo un instrumento idóneo para abordar problemas sobre los cuales hay poca literatura científica” (SORIANO, 2007, internet). Ao tomar esse caminho metodológico, entende-se que a etnografia “se trata de una vivencia y no sólo de un método de investigación” (SORIANO, 2007, online).

Neste artigo, busca-se trazer algumas considerações da etnografia enquanto método de análise do ciberespaço, ou seja, objetiva-se discutir a aplicabilidade da chamada etnografia virtual. Para tal procura-se articular os conceitos desenvolvidos por inúmeros autores que lançam seus olhares para a interação mediada por computador a fim de observar nela, as novas formas de configuração da sociedade. Por fim, procura-se adaptar o método aos ambientes gráficos online, visando contribuir para uma estruturação da metodologia para a observação dos espaços online.

ESSA TAL DE ETNOGRAFIA VIRTUAL

Devemos partir do pensamento da etnografia enquanto um método antropológico de análise da sociedade e, paralelamente, considerarmos a cibercultura como “uma matriz de sentido” da coletividade na pós-modernidade. Assim, poderemos concluir que “há de se pensar o modo pelo qual o olhar científico deve se guiar na análise de tais ocorrências” (ROCHA; MONTARDO, 2005, p. 6). Logo, “a observação do ciberespaço é relevante” (ROCHA; MONTARDO, 2005, p.9). No entanto, características específicas, como a sua natureza desterritorializada, levantam questionamentos quanto a observação à distancia. Assim “a premissa básica da aproximação ao objeto de estudo merece, então, um redirecionamento” (ROCHA; MONTARDO, 2005, p.9).

Além disso, ao considerar o caráter social que a tecnologia adquire no uso, Hine (2000, p. 10) afirma que “this presents an opportunity for rethinking the shaping of the ethnographic object and reformulating the grounds for ethnographic engagement with the field”. Ela considera também que a etnografia é “una metodología ideal para iniciar esta clase de estudios, en la medida en que puede servir para explorar las complejas interrelaciones existentes entre las aserciones que se vaticinan sobre las nuevas tecnologías en diferentes contextos: en el hogar, en los espacios de trabajo, en los



medios de comunicación masiva, y en las revistas y publicaciones académicas” (HINE, 2004, p. 13).

Ao tomar essa idéia do uso da etnografia como uma metodologia que “reúne técnicas que munem o pesquisador para o trabalho de observação, a partir da inserção em comunidades para pesquisa, onde o pesquisador entra em contato intra-subjetivo com o objeto de estudo” (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 35), o pesquisador “puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnologia” (HINE, 2004, p. 13).

Historicamente, o método surge como “estudo descritivo de diversos grupos humanos (etnias), de seus caracteres antropológicos, sociais etc.”, segundo o dicionário Robert (in WINKIN, 1998, p.129), ou, segundo Baztán, como “estudo descritivo da cultura de uma comunidade, ou de algum de seus aspectos fundamentais, sobre a perspectiva de compreensão global da mesma” (1995, p.3). No entanto, essas etnias examinadas nos estudos primordiais, tratavam-se de culturas desconhecidas e consideradas “primitivas”.

Contudo, Ward Goodenough (1957 apud WINKIN, 1998) traz uma definição de cultura muito simples: "Tudo o que é preciso saber para ser membro" (in WINKIN, 1998, p.131). E, a partir dela passa-se a fazer etnografia “fora das ilhas”, visto que o sujeito pode fazer parte de inúmeras microsociedades, formais e informais, além de que assim, levanta-se questões como “quais são as regras explícitas e implícitas, qual é o saber latente e manifesto que podem adquirir, de uma ou de outra maneira, para se sentirem membros e para serem, perante os membros dessa cultura, previsíveis” (WINKIN, 1998, p.131).

Entretanto, essa revolução na forma de fazer antropologia não ultrapassa os limites do objeto. O foco de visão passa a ser a sociedade próxima ao pesquisador, como o barzinho da esquina ou uma praça qualquer. Contudo:

se mantuvieron las características metodológicas del modelo de Malinowski de delimitación de un espacio de observación en el cual se tenía que trasladar el investigador, la convivencia con los sujetos estudiados, la observación de la interacción social en el ambiente natural y el papel de los participantes como informadores privilegiados (SORIANO, 2007, online).

Emerge a percepção de que “pequeños acontecimientos de la vida cotidiana en los cuales nunca nos habíamos fijado pero que en cambio nos dicen mucho sobre cómo somos cuando los observamos detenidamente” (SORIANO, 2007, online). Ainda mais



relevante que essa constatação sobre o objeto da etnografia é aquela verificação sobre o próprio método que abre espaço para:

o potencial de la investigación etnográfica para analizar cualquier campo de las acciones humanas significativas, no sólo las de aquéllos que no se construían una subcultura en la periferia de la cultura general dominante sino también las acciones de todos los colectivos y sectores sociales que con sus relaciones sociales cotidianas construyen también una cultura de la oficina, del club de deportes o de la comunidad de propietarios (SORIANO, 2007, online).

Assim, não só a cultura étnica, mas também a “cultura do dia-a-dia” passa a integrar o espectro interessante frente às ciências sociais. Até mesmo por que, a partir de Goffman (2007), a vida cotidiana pode ser comparável a um teatro, com palco e cenário de fundo, onde nossas relações sociais são assinaladas por “rituais” adequados a cada um desses “cenários”. O autor ainda desenvolve a noção de “envolvimento”, como “a partir do momento em que estamos em co-presença física, sob o olhar possível de alguém, ou se pensarmos estar sob o olhar de alguém, sentimo-nos na obrigação de nos projetar no espaço constituído pela pessoa e por nós mesmos” (WINKIN, 1998, p.135). Esse processo faz com que não tenhamos certos comportamentos e não, outros. Essa idéia de envolvimento acarreta no “para-envolvimento” (involvement shield), sendo “o para-envolvimento são todas as estratégias que vamos utilizar para tentar não nos envolver - com toda legitimidade” (WINKIN, 1998, p.136).

Neste ponto, podemos pensar a etnografia aplicada à comunicação como:

una tradición de investigación que no se puede etiquetar, sin más, como investigación "cualitativa" cuando, en realidad, se trata de todo un planteamiento teórico-epistemológico que se añade a las diversas alternativas de investigación enfrentadas a los planteamientos empírico-analíticos de los funcionalistas (SORIANO, 2007, online)

O autor ainda argumenta que a etnografia da comunicação provoca uma dupla abordagem antropológica dos problemas da linguagem. Primeiramente, é preciso ir além das contribuições fragmentadas da etnolingüística, a psicolingüística e sociolingüística, e passar a investigar diretamente o uso da linguagem em contextos situacionais. Além disso, tem que se afastar da lingüística como principal referência e entender a comunidade como contexto, investigando os hábitos comunicativos como um todo e que o uso dos canais e dos códigos de comunicação como recursos aplicados pelos membros da comunidade.

É válido lembrar que a etnografia da comunicação não busca abarcar a totalidade de uma cultura, e sim, orienta seu foco de atenção para cenas particulares. Assim, os



estudiosos tendem a analisar os padrões de interações sociais entre os membros de uma (ou mais) cultura(s) ou grupo(s) social(is). Segundo Jacob (apud SORIANO, 2007, online) “el trabajo del etnógrafo consiste a describir las interacciones [...] entre culturas y dentro de la propia cultura y relacionar los patrones de interacción con procesos sociales y culturales más amplios”, ou seja, trata-se de entender os microprocessos de interações para relacionar-los aos aspectos macrossociais, como a cultura. Pois, “la cultura es un aspecto central de la etnografía de la comunicación porque se convierte en un elemento configurador de las interacciones sociales” (SORIANO, 2007, online). Jacob ainda considera que essa forma de estudos faz com que especialistas focalizem-se em dois pontos fundamentais: “comprender las reglas de una organización social observante escenas significativas en diversos grupos culturales de la sociedad; y observar cómo las interacciones sociales se convierten en productos sociales”.

Se antes, a etnografia era um método de observar um espaço delimitado durante um tempo, quando passou a ser utilizada no estudo da comunicação, pouco a pouco ela vai perdendo as delimitações. A aplicação na análise das rotinas de produções de notícias é uma nas quais as fronteiras materiais do campo de trabalho deram início a um processo de ruptura, pois as paredes das redações são ultrapassadas e o campo de atuação do etnógrafo se dilui na rede que envolve o trabalho de redações.

No entanto, a comunicação mediada por computadores (CMC) surge como um novo campo de estudo, com novas interações sociais que “están teniendo importantes consecuencias a nivel metodológico” (SORIANO, 2007, online). Não só a CMC altera a formatação de uma metodologia, como também:

a situação atual de deslocamento, de globalização, de fluxo de informações, de transição de modernidade para pós-modernidade, de distorções de termos como global e local interferem diretamente no critério metodológico a ser selecionado para investigações desse tipo. (ROCHA; MONTARDO, 2005, p.19)

Hine (2004) defende “a utilização da etnografia transposta ao ciberespaço como metodologia para suprir o espaço de estudo das práticas cotidianas em torno da internet” (apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 37-38). Ao defender isso, a autora considera a etnografia tradicional como um processo no qual o pesquisador insere-se no ambiente a ser estudado por um tempo determinado, observando as relações desenvolvidas pelas pessoas que participam dos processos sociais deste ambiente, buscando assim dar sentido as mesmas. “Quer esse sentido seja por suposição ou pela



maneira implícita em que as próprias pessoas dão sentido às suas vidas” (HINE apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 35). Assim, a etnografia virtual se configura enquanto “um desafio metodológico: preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico para ‘seguir os atores’” (BRAGA, 2001, p.5).

Ou seja, podemos neste ponto concordamos com Sá (2002 apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 38), quando ela afirma que “a netnografia mantém as premissas básicas da tradição etnográfica”. A autora levanta tais premissas a partir dos trabalhos de Geertz (2001 apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 38): “manter postura inicial de estranhamento do pesquisador em relação ao objeto; considerar a subjetividade; considerar os dados resultantes como interpretações de segunda e terceira mão; e finalmente considerar o relato etnográfico como sendo de textualidades múltiplas”. Soriano (2007, online) ainda considera que “los trabajos etnográficos de internet [...] se convierten en el exponente más claro de la disolución del espacio objeto de estudio con consecuencias en los diseños metodológicos de los trabajos de campo y en la recogida de datos”.

Portanto, pensamos aqui a etnografia virtual “enquanto ferramenta metodológica utilizada na pesquisa em cibercultura e comunicação, pensando os objetos (games, chats, plataformas sociais, etc.) como dinâmicos e mutáveis frente às atualizações não apenas tecnológicas, mas, sobretudo de ordem comportamental e subjetiva.” (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 39). Isso se dá ao considerarmos ela como “uma das ferramentas metodológicas capazes de proporcionar o acesso dos pesquisadores da área às caracterizações específicas da contemporaneidade, sobretudo a virtualidade, a desmaterialização e a digitalização de conteúdos, formas, relacionamentos, produtos e etc.” (ROCHA; MONTARDO, 2005, p. 4). Pois, ela “serve para explorar as complexas relações existentes entre as afirmações previsíveis das novas tecnologias em diferentes contextos, como jogos, espaços de trabalho, meios de comunicação de massa, etc.” (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 37)

Kozinets (2007 apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 36) considera que “o pesquisador quando vestido de netnógrafo, se transforma num experimentador do campo, engajado na utilização do objeto pesquisado enquanto o pesquisa.” Aqui é válido ressaltar que:

experiencia vivida durante el trabajo de campo es precisamente el elemento distintivo de la investigación. A través de un periodo largo de inmersión en el ambiente objeto de estudio, del establecimiento de



una red de relaciones sociales con los miembros que forman parte, el investigador tiene que ser capaz de entender el significado de las acciones que mueven a los individuos del ambiente estudiado, comprender sus objetivos y sus motivaciones (SORIANO, 2007, online).

Há quem considere que a etnografia virtual apresenta vantagens, em relação às formas tradicionais de pesquisa etnográfica, tais como “consumir menos tempo, ser menos dispendiosa e menos subjetiva, além de menos invasiva” (KOZINETS, 2002 apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 36). No entanto, tal pensamento “não [é] plausível[1] no discurso de muitos pesquisadores que acreditam que o processo configura-se como *intermittent engagement*” (ROCHA; MONTARDO, 2005, p. 14).

A etnografia virtual se mostra como um método de análise proeminente no caso de ambientes online, ela pode ser considerada “uma metodologia inseparável do contexto onde se desenvolve, sendo considerada adaptativa” (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 37). O próprio antropólogo Augé afirma “toda etnologia supõe um testemunho direto de uma atualidade presente” (1994, p.75). Portanto, “cabe ao pesquisador-etnógrafo contemporâneo escolher corretamente o que lhe é mais apropriado, em termos de técnicas e ferramentas de pesquisa” (ROCHA; MONTARDO, 2005, p. 10).

Além disso, por tratar-se de uma adaptação da etnografia do espaço físico ao online, “faz-se necessário incluir procedimentos específicos acerca da tipologia dos objetos estudados” (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 38). Não obstante, as autoras lembram que “as metodologias utilizadas para pesquisa nessa área [...] precisam ser constantemente revisadas para que permaneçam pertinentes e atualizadas de acordo com as dinâmicas de sociabilidade da rede.” (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 39)

As análises etnográficas do ciberespaço “podem variar ao longo de um espectro que vai desde ser intensamente participativa até ser completamente não-obstrutiva e observacional” (KOZINETS, 2007, p. 15). Tendo em vista isso, é de extrema importância, ao fazer considerações sobre o objeto, deixar claro o ponto de referência, pois a posição do pesquisador afeta diretamente na forma de reunir e analisar os dados. Desta forma, podemos considerar dois modos essenciais de observação etnográfica: participante, aquela primordial, na qual o etnógrafo passa-se por um membro do grupo; e não participante, aquela quando o pesquisador mantém-se distante, como um espectador da realidade. Ambas apresentam suas vantagens e desvantagens.



A observação participante abre espaço para o etnógrafo ter acesso a processos que dificilmente teria, caso se apresentasse como tal. Também, a “camuflagem” do pesquisador reduz as alterações que podem acontecer no ambiente, devido sua presença. Pois, “la presencia del investigador siempre incide de alguna manera en la vida cotidiana observada” (SORIANO, 2007, online). Em contrapartida, Soriano considera que a camuflagem do investigador pode representar um problema ético, visto que “este é ao mesmo tempo um problema metodológico e um problema deontológico. Não se brinca com as pessoas. Ponto final” (WINKIN, 1998, p.140). Não obstante, o autor ainda traz outros possíveis problemas: “olvidar la tarea de observación científica [...] es más difícil hacer preguntas y curiosear sobre cuestiones [...] es más difícil tomar nota” (SORIANO, 2007, online).

Já a observação não participante, na opinião de Soriano (2007), tem as vantagens como o papel mais neutro em relação ao objeto e a possibilidade de empregar outros recursos durante a pesquisa de campo. Contudo, existem contextos nos quais não se faz necessária a explicitação da situação do pesquisador, pois se tratam de lugares públicos e livre acesso.

O autor ainda considera que na etnografia sempre existem espaços “secretos” e/ou de difícil acesso. No entanto, tal dificuldade de transpor os limites de algumas esferas não é motivo para invalidar a totalidade da pesquisa, e sim, traz questionamentos em relação à noção de que estar presente em um lugar e compartilhar esse espaço durante um tempo com um grupo, não quer dizer que o pesquisador compartilhe suas experiências. Para alcançar fazer essa transposição é importante ganhar acesso interpessoal.

Contudo, nacionalmente, a etnografia virtual ainda é uma metodologia recente, pois como afirma Amaral; Natal e Viana “no Brasil [...] ainda são poucos os estudos voltados para essa questão, seja no que diz respeito à metodologia em si ou aos objetos analisados” (2008, p. 35). Na cena acadêmica nacional, a pesquisadora Simone Pereira de Sá desenvolve o método em alguns de seus estudos sobre o tema. No texto “Netnografias nas redes digitais” (in PRADO, 2002), ela privilegia esta técnica ao propor:

uma metodologia assumidamente focal, experimental, detalhista e interpretativa, que se reconhece como fruto de uma “negociação construtiva” entre o pesquisador e o pesquisado durante relações concretas, intensivas e “carnais”, permeada por sentimentos, emoções, afetos, surpresas e incertezas nos encontros, festas, ensaios de quadra e desfiles durante o Carnaval. Para tanto a pesquisadora realiza



monitoramento de sites relacionados à comunidade carnavalesca que é seu objeto de pesquisa, seu local de observação (ROCHA; MONTARDO, 2005, p. 14).

Kozinets (2007, apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 38) transpõe os quatro processos fundamentais de metodologia específicos da etnografia para a virtualidade. São elas: “Entrée cultural; coleta e análise dos dados; ética de pesquisa; e feedback e checagem de informações com os membros do grupo”.

“A entrée cultural é uma etapa delimitada pelo pesquisador previamente, como preparação para o trabalho de campo” (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 38). Primeiramente, o pesquisador precisa preparar-se, levantando quais hipóteses ele deseja questionar; e em que tipo de ambiente ele poderá obter respostas satisfatórias à sua pesquisa. No entanto, “para los etnógrafos resulta siempre de utilidad considerar y tratar de articular las asunciones con las cuales llegan al campo. La creciente familiaridad con el entorno puede, o bien reforzar los problemas prefigurados, o bien provocar su total refutación y rechazo” (HINE, 2004, p. 14). Não só Hine considera essa possibilidade, Soriano reflexiona que “los primeros momentos del trabajo de campo siempre son confusos por exceso de información y sirven más para adaptarse que para recoger datos de forma efectiva” (SORIANO, 2007, online).

Outro ponto relevante sobre a chegada no campo de trabalho é a adoção do “diário”. Yves Winkin ao tratar da etnografia da comunicação, levanta a importância desse artefato para o trabalho do pesquisador:

Tão logo cheguem ao campo, vocês devem se comprometer a ter um diário (diary) [...] Nele vocês anotarão tudo o que chamar a sua atenção durante as sessões de observação. [...] Vocês vão reler-se regularmente e fazer anotações [...] Aos poucos, verão surgirem regularidades, que os americanos chamam de patterns [...] São recorrências comportamentais que nos levam a falar em termos de regras, quando não em termos de códigos [...] Quando escreverem seu relatório final, retornarão esses surgimentos de "regras" para propor enunciados de natureza generalizante (WINKIN, 1998, p.138-139).

Então, a maior autoridade do diário é referente ao registro e análise dos dados, pois como ressalta Winkin (1998, p. 133) “é preciso que a observação de vocês possa ser sistematizável”. Mais que isso, devemos lembrar que anterior ao registro, se faz necessário o acesso e a captura dos mesmos, segundo Kozinets (2002, apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 38) são capturas eficazes de dados:

[...] os dados coletados e copiados diretamente dos membros das comunidades on-line de interesse, onde, devido ao grande número de informações coletadas e às dúvidas que estas possam causar, é prudente o pesquisador se utilizar de vários tipos de filtros para que sobre apenas informações de relevância para o contorno da pesquisa. [...] informações que o pesquisador observou das práticas comunicacionais dos membros das comunidades, das interações, simbologias e de sua própria participação [...] os dados levantados em entrevistas com os indivíduos, através da troca de e-mails ou em conversas em chats, mensagens instantâneas ou outras ferramentas.

Além disso, pode-se realizar entrevistas, que, segundo Winkin podem servir para “tentar reconstituir a percepção do lugar por meio de seus diferentes usuários profissionais ou amadores” (1998, p.140). O autor defende a utilização de entrevistas só em um segundo momento, pois “mais vale, [...] termos nós mesmos chegado a uma certa perspectiva sobre o lugar urbano pesquisado do que conseguir logo de saída certas chaves daqueles que o conhecem bem” (WINKIN, 1998, p.140).

Bericat (1998 apud SORIANO, 2007, online) considera ainda que “estrategias de investigación extensivas dificultan las observaciones repuestas y en profundidad de los objetos de estudio pero el distanciamiento que gana el investigador respecto de la idiosincrasia de cada caso facilita la formulación de generalizaciones y da validez externa a los resultados”. No entanto, Soriano (2007, online) levanta o problema de que “la necesaria inmersión prolongada en un ambiente objeto de estudio limita mucho la posibilidad de observar muchos y diversos casos al mismo tiempo” e, também, que “los problemas de acceso interpersonal que se tienen que superar [...] se han resuelto con versiones etnográficas de entrevistas en profundidad” que “se llevan a cabo con numerosas entrevistas [...] pero no con una inmersión de los investigadores en los espacios o ambientes”. Isso é uma expressão do que o autor comenta no trecho:

La observación etnográfica, en cambio, se ha caracterizado tradicionalmente por una flexibilidad durante la recogida de datos que obliga al investigador a orientar sobre la marcha su mirada en un proceso en el que sus intereses se van focalizando progresivamente hacia aquellas zonas del trabajo de campo que se consideran más ricas y significativas para los propósitos generales de la investigación (SORIANO, 2007, online).

No caso de etnografias virtuais, as interações do pesquisador com os informantes tomam um lugar privilegiado como protagonistas no processo de coleta de dados, visto que são interações do pesquisador com a tecnologia em si. Na substituição do espaço físico pelo espaço virtual é mais válido buscar nas interpretações dos usuários com as quais podemos entender os espaços e seus significados sociais, que se constroem nessas



interações. Já nos estudos etnográficos de recepção e audiência, a voz dos “observados” ganha uma relevância considerável. A multiplicação de contextos nos quais se dão as realidades estudadas tem relativizado a importância de aspectos como a distribuição dos espaços, o aspecto físico dos indivíduos, em favor das declarações.

Além disso, Kozinets (2002 apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 39) pondera que “a checagem de dados com os próprios membros do grupo, legítima e acrescenta credibilidade à pesquisa”. Através das entrevistas, é possível observar o sentido do espaço para os entrevistados e as interações por meio das quais se edifica este social.

Então, podemos pensar o trabalho do etnógrafo como um processo no qual, o pesquisador participa, observa e pergunta. Os questionamentos podem surgir como uma conversa informal ou uma entrevista formal e assim, se atrelam a observação, como formas complementares. Desta forma, o trabalho etnográfico torna-se um entrelaçamento de perguntas e observações. Contudo, mais que isso é necessário ao etnógrafo saber repassar o estudo a um público terceiro em relação ao processo

E a partir da inserção do pesquisador no ambiente, “o lugar [...] parecerá menos “agressivo” ou menos desinteressante. Os dados vão entrar em quantidades cada vez mais consideráveis [e] é nesse estágio que entram as releituras sucessivas do diário, com vistas a demarcar patterns” (WINKIN, 1998, p.143).

ADAPTAÇÕES “CONSIDERATIVAS”

A análise empírica a ser realizada no trabalho monográfico será desenvolvida no ambiente gráfico multiusuário online (AGMUO) *Second Life*. A escolha é feita, em detrimento a outros MUDs, devido à liberdade criativa propiciada pelo mesmo, nas mais diversas escalas. Isso ocorre em consequência da extensa margem de elementos que constituem os avatares e os ambientes, além de que grande parte dos elementos constituintes do ambiente online é customizável, por parte do usuário. Sendo que o estudo trata-se de uma pesquisa empírica baseada numa perspectiva etnográfica de cunho comunicacional.

Ao adaptar a metodologia à análise da sociabilidade no *Second Life*, toma-se como ponto de partida o raciocínio que a mesma pode ser entendida como “eu faço minha representação no avatar, identifico-me com um “lugar” do ambiente online e encontrarei representações de sujeitos que também identificarem-se com o mesmo



“lugar”.” A partir do desmembramento dessa idéia inicial, temos os conceitos de representação/identidade, além da própria sociabilidade. Assim, os processos metodológicos aplicados na realização do trabalho são pensados a partir dessa hipótese inicial de entendimento da sociabilidade em AGMUO, focando suas atenções no sujeito/usuário.

A partir do pensamento primordial e do foco da pesquisa, podemos identificar três momentos críticos, nos quais o sujeito relaciona-se diretamente com sua dualidade identidade/representação, sendo eles: a construção da representação gráfica e do perfil online, pois nessa situação o usuário fará escolhas, ou seja, privilegiará características em detrimento a outras, pensando em como se vê e como quer ser mostrado; a escolha do lugar onde irá sociabilizar-se, pois ele estará buscando um lugar que satisfaça seus interesses e onde, provavelmente, encontrará usuários semelhantes, assim o lugar torna-se um delineador das relações; e a interação com o outro, porque a forma de representação não é restrita ao gráfico, a escolha da palavras e das formas de interação indicam características sobre o sujeito e o seu parceiro, além disso com tal parceiro tem-se atitudes que com outros, não se tem, assim a interação mostra-se essencial na sociabilidade.

Em um primeiro momento de inserção no ambiente online, buscou-se manter uma postura de observação exploratória e descritiva visando uma análise das características do *Second Life*. No entanto, ao considerar que em contextos deslocalizados, como o ambiente a ser analisado, a observação passiva do espaço não é suficiente, pois a comunicação se dará, essencialmente nas interações. Portanto, no caso da monografia em desenvolvimento, opta-se por uma observação participante, na qual, por meio de um avatar, buscar-se-á fazer contatos e selecionar sujeitos, e, posteriormente, realizar uma etapa de entrevistas.

Então, durante a exploração do AGMUO, buscar-se-á manter contato com um grupo de pessoas, o mais diverso possível, para que esses usuários possam ser observados sistematicamente. Apesar de reconhecer a característica redutora de uma amostra, frente aos quase 20 milhões de usuários registrados, o estudo objetiva entender a sociabilidade a partir das recorrências comportamentais existentes neste grupo. O processo de seleção pauta-se pela diversidade por considerar esse um aspecto que pode abrandar a “característica redutora” da amostra. Procurar-se-á encontrar usuários de diferentes sexos, faixas etárias, nacionalidades e até mesmo avatares distintos (humanos, antropomórficos, etc.).



Após o período de observações, buscar-se-á analisar o material obtido de forma a observar regularidades comportamentais que nos levam a falar em termos de regras e tais “regras”, nos permitirão falar de enunciados mais generalizantes. Assim, relacionando os conceitos de sociabilidade e identidade/representação estudados e os as regularidades observadas, apresenta-se-á a conclusão do estudo, com a intenção de produzir uma contribuição para o campo científico da cibercultura e da comunicação.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Sessões do Imaginário**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, V.1, N.20, p. 34-40, 2008.

AUGÉ, Marc. **Não-Lugares**: Introdução a uma Antropologia da Supermodernidade. Campinas: Papyrus, 2003.

BAZTÁN, Aguirre. **Etnografía**: Metodologia cualitativa em la investigación sociocultural. Barcelona: Editorial Boixareu Universitária, 1995.

BERTOLLI FILHO, Claudio. Os “maduros” nos chats: a (des)humanização no mundo virtual. 2006. Disponível em: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?llengua=po&id=174>. Acesso em: 5 mar. 2010.

BRAGA, A. Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica. In: XVI Encontro da Compós, 2007. Curitiba (PR). **Anais eletrônicos...** Curitiba (PR): UTP, 2007 Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf Acesso em: 2 mar. 2010

CORBETTA, Piergiorgio. Metodología y técnicas de investigación social. Madrid: McGraw Hill, 2003.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2007.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. London: Sage, 2000.

HINE, Christine. **Etnografía virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2004.

KOZINETS, R. V. Netnography 2.0. In: BELK, R. W. **Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2007.

MONTARDO, S. P., ROCHA, P. J. Netnografia. Incursões metodológicas na cibercultura. **Revista E-compós**, 2005, v. 4, Brasília. Disponível em: http://boston.braslink.com/compos.org.br/e%2Dcompos/adm/documentos/dezembro2005_paula_sandra.pdf Acesso em: 02 mar. 2010.



PRADO, José Luiz Aidar (org.). **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker, 2002.

SORIANO, Jaume. **Las nuevas reglas de la etnografía de la comunicación**. 2007. Disponível em: http://www.portalcomunicacion.com/esp/n_aab_lec_1.asp?id_llico=30. Acesso em: 2 mar. 2009

TURKLE, Sherry. A vida no ecrã: a identidade na era da internet. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.

WINKIN, Yves. Descer ao campo. In: SAMAIN, Etienne (org.). A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo. São Paulo: Papirus, 1998.p.129-155.