

A etnografia como método: vigilância semântica e metodológica nas pesquisas no ciberespaço

Maria Elisa Máximo

Theophilos Rifiotis

Jean Segata

Fernanda Guimarães Cruz

Introdução

A discussão que trazemos para este artigo contempla um dos projetos mais caros e mais antigos ao Grupciber¹: trata-se de discutir mais detidamente questões metodológicas relativas à pesquisa no “ciberespaço” (e nos meios digitais, de maneira geral), com base numa reflexão acerca de como os pesquisadores vêm tratando essa questão a partir de suas experiências concretas de pesquisa. O livro *Antropologia no Ciberespaço*, lançado em 2010, constituiu-se como nossa primeira tentativa concreta de sistematização das pesquisas realizadas no Grupciber, tendo por eixo estruturador o viés metodológico e questões acerca do *fazer etnográfico* no ciberespaço.

1 Grupo de Estudos em Antropologia do Ciberespaço, ligado ao Programa da Pós-graduação em Antropologia Social da UFSC, ao qual se integram os autores deste artigo. O Grupciber foi fundado em 1998 e é coordenado pelo Prof. Dr. Theophilos Rifiotis e pela Profa. Dra. Maria Elisa Máximo.

Em que medida e por quais caminhos a pesquisa no ciberespaço nos permite revisar criticamente as concepções de etnografia? Eis um questionamento sempre presente nas discussões realizadas no Grupciber, norteador de parte significativa de nossos empreendimentos de pesquisa. Num primeiro momento, nossos estudos foram significativamente marcados por uma defesa da etnografia no ciberespaço, realizada nos seus moldes clássicos (RIFIOTIS, 2002; MÁXIMO, 2002; 2003; GUIMARÃES, 2000), como será discutido mais adiante. Estávamos vivenciando o boom da internet no Brasil, em pleno contexto de surgimento do campo de estudos do ciberespaço. Percebia-se uma forte tendência em considerar a necessidade de criação de métodos específicos para as pesquisas na internet, pelas implicações que o meio colocava para a inserção e presença do pesquisador em campo. No contraponto, situados na fronteira entre a nossa observação e a nossa experiência como nativos do ciberespaço, buscávamos aquilo que seria a marca registrada do grupo:

colocar sempre em primeiro plano a dimensão vivencial das experiências sociais analisadas. Centramos nossas pesquisas em torno da abordagem etnográfica através da qual dialogamos com os discursos e práticas sociais que têm lugar no ciberespaço (RIFIOTIS, 2010, p. 7).

Desse modo, e apoiados numa concepção dialógica do fazer etnográfico (CLIFFORD, 2008), tínhamos como ponto de partida a necessária suspensão da autoridade do pesquisador, bem como da familiaridade com o objeto, visando à produção de uma narrativa e de interpretações marcadas pelo contínuo movimento entre o “interior” e o “exterior” das experiências sociais. E isso incluía considerar, é claro, o diálogo crítico permanente entre as vivências do pesquisador em campo e sua condição de nativo do seu próprio campo de estudos (RIFIOTIS, 2002)².

2 Refere-se ao artigo intitulado *Antropologia do ciberespaço: questões teórico-metodológicas sobre pesquisa de campo e modelos de sociabilidade*, apresentado em 2001 no encontro anual da ANPOCS e posteriormente publicado no periódico **Antropologia em Primeira Mão**, editado pelo Programa de Pós-graduação em

No entanto, num primeiro momento, nossas discussões sobre o método estavam, de um modo geral, bastante associadas aos relatos sobre o processo de constituição do campo da pesquisa: a inserção em campo, a negociação da identidade juntos aos sujeitos pesquisados, as dificuldades com a interface tecnológica e as estratégias para superá-las, dentre outras questões inerentes ao “encontro etnográfico”. Diferentemente das abordagens generalizantes, marcadas pelas posições ideologicamente polarizadas entre apocalípticos e apoloéticos que inauguraram os estudos do ciberespaço em meados dos anos 1990, nossas pesquisa baseavam-se em estudos contextuais, preocupados em alcançar a dimensão vivencial de cada modalidade de “comunicação mediada por computador” (CMC). Desse modo, seguíamos a tendência de pesquisas que, mais tarde, tornaram-se marcos importantes na constituição do campo de investigação do ciberespaço, como as pesquisas de H. Rheingold (1993) na “comunidade Well”, R. Mackinnon (1992) e N. Baym (1995), nos *newsgroups*, e E. Reid (1991; 1994) nos MOODs e *chats*.

Como já comentamos na primeira publicação da Rede AMLAT (CRUZ; MÁXIMO; RIFIOTIS, 2010a), nossas primeiras experiências de pesquisa apontaram, nesse quadro, para a importância do trabalho etnográfico na compreensão da produtividade social do ciberespaço, permitindo-nos perceber que a existência social desses espaços *online* estava diretamente relacionada aos padrões culturais construídos pelos próprios sujeitos em interação. Tal percepção, fomentada pela dimensão vivencial da experiência etnográfica, manteve nosso foco nas interações sociais produzidas na comunicação *online* e fez das especificidades relativas às interfaces e *softwares* um aspecto secundário de nossas pesquisas.

De uns anos para cá, temos sido frequentemente provocados a problematizar a questão metodológica, sobretudo no que toca as relações entre a teoria e a prática etnográfica. E isso se deve em grande parte à nossa aproximação com o campo da Comunicação, seja pela participação no NECOM (IELUSC), pela nossa participação na Rede

AMLAT e, também, pela nossa participação na ABCiber (a Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura), onde a presença de pesquisadores do campo da Comunicação é bastante ampla. Essa proximidade com o campo da Comunicação tem nos oferecido outros pontos de vista a partir dos quais tem sido possível reavaliar o lugar da Antropologia e da etnografia nesse campo de estudos. Algo muito próximo do exercício de “transformar o familiar em exótico” (DAMATTA, 1974), ou seja, de transformar nossos próprios fazeres e pressupostos teórico-metodológicos em função dessas relações de alteridade vivenciadas no âmbito de trocas e cooperações acadêmicas.

Nesse sentido, o presente artigo se apoia num exercício inicial de levantamento e análise crítica dos estudos e reflexões no campo da cibercultura, com ênfase na discussão metodológica. Fundamentados num visionamento ainda panorâmico desses estudos, pretendemos fomentar o debate acerca de como vem se configurando a reflexão metodológica no domínio das pesquisas na internet e da comunicação mediada (ou intermediada?)³ por computador. E, na condição de antropólogos, nossa contribuição para esse debate será, principalmente, a de pensar como os referenciais e pressupostos metodológicos da Antropologia – em especial a etnografia – vêm sendo apropriados pelos estudos do ciberespaço atualmente.

3 A provocação em torno da noção de “mediação” se deve aos estudos empreendidos no GrupCiber sobre a obra de Bruno Latour (2000; 2005; 2008). No âmbito da *teoria ator-rede*, que coloca sujeitos e objetos em relações simétricas, a noção de “mediação” é associada aos atores (sujeitos, objetos; humanos, não humanos) que, dotados de agência, apresentam capacidade de transformar, traduzir, distorcer ou modificar o significado dos elementos que transporta. Diferentemente, são considerados “intermediários” os atores que transportam significados sem promover transformação. É importante dizer que, na abordagem de Bruno Latour, não há definições a priori de “mediadores” e “intermediários”. Trata-se, na verdade, de maneiras distintas de se perceber os atores, conforme os efeitos de suas agências. Cabe lembrar ainda que a contribuição da *teoria ator-rede* de Bruno Latour para os estudos da cibercultura e das redes sociais, incluindo a problematização mais detida de conceitos como de *ator*, de *rede*, de *tradução*, de *mediadores* e *intermediários*, foi o eixo central de nossos artigos para o segundo (RIFIOTIS *et al.*, 2010b) e o terceiro (RIFIOTIS *et al.*, 2011) livros da Rede AMLAT.

Etnografia ou netnografia: pensando sobre a adjetivação do método

Desde os primeiros estudos no ciberespaço, a questão metodológica aparecia como um desafio colocado pela necessidade de se pensar sobre os modos de se fazer pesquisa *online*, ou seja, em “campos” intermediados e mediados pelo computador. No campo da Comunicação, a discussão se devia, em parte, à questão sobre se a internet se constituía num “meio de comunicação” específico, com linguagens e lógicas próprias, inspirando, portanto, métodos próprios de análise tal como já acontecia nos estudos das outras mídias (meios impressos, televisão, rádio etc.).

Ainda nos anos 1990, algumas obras importantes buscavam cercar esse debate metodológico, como um artigo basilar de Luciano Paccagnella, *Getting de Seat of your Pants Dirty: Strategies for Ethnography Research on Virtual Communities*, publicado em 1997 no JMCM⁴, e a coletânea organizada por Steve Jones em 1999, *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. A discussão voltava-se, sobretudo, para as pesquisas sociais, de caráter qualitativo, levantando questionamentos sobre como se dariam as relações entre pesquisadores e sujeitos da pesquisa em ambientes *online*, bem como sobre as condições para a observação-participante, dentre outras questões.

Nos anos 2000, a questão metodológica foi objeto central de obras como a de Daniel Miller e Don Slater, *The internet: na ethnographic approach* (2000); *Virtual Methods: issues in social research on the internet*, organizada por Christine Hine em 2005 e *Internet Inquiry: conversations about method*, organizada por Annette Markham e Nancy Baym em 2009.

Dentre esses esforços de reflexão e sistematização teórica acerca das questões metodológicas colocadas nas pesquisas no ciberespaço, a etnografia aparece como uma das possibilidades mais “apropriadas” para aqueles que desejam compreender as dinâmicas e especificidades

4 Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 3, junho 1997. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/paccagnella.html>>. Acesso em: 17 jan. 2012.

das interações *online*. Desde a publicação de *Virtual Ethnography* por Christine Hine, em 2000⁵, o termo “etnografia virtual” entrou para o vocabulário do campo de estudos do ciberespaço.

Especificamente no Brasil, acompanhando os debates nos Simpósios da ABCiber⁶ (2006, 2008, 2009 e 2010), tem nos chamado a atenção o interesse crescente e manifesto em outras áreas, em especial na Comunicação Social e nas Ciências da Informação, pela apropriação da etnografia como **um** ou **o** método privilegiado para o estudo dos processos e fenômenos sociais que se expressam no ciberespaço⁷. E, nesse caso, é comum atribuírem-lhe outro rótulo: netnografia. O termo é anterior à abordagem de Hine (2000) e sua autoria é, em geral, atribuída ao pesquisador da área do marketing/comportamento do consumidor Robert Kozinetz que, a partir de 1997, lançou uma série de produções⁸ nas quais aborda a “netnografia” como método interpretativo e investigativo para o comportamento cultural em comunidades online (KOZINETZ, 1998).

A adjetivação do método coloca, portanto, o debate metodológico na mesma esteira das demais categorias engendradas desde a fundação da internet e das tecnologias digitais: primeiro vieram as “realidades virtuais”, o “ciberespaço”, a “cibercultura”, “as comunidades virtuais” e, então, passamos a ter a “etnografia virtual” ou a “netnografia”. Pressupõe-se, com isso, que a experiência etnográfica se modifica nos “ambientes virtuais” e que, portanto, não seria apropriado tratá-la nos mesmos termos das etnografias realizadas em situações face a face, nos campos já clássicos da Antropologia. Por outro lado, é importante

5 Um artigo datado de 1994, intitulado *Virtual Ethnography*, posteriormente deu origem ao livro com mesmo título, lançado em 2000.

6 Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura.

7 Inclusive, em 2009, organizamos uma mesa temática para o III Simpósio Nacional da ABCiber, intitulada Perspectivas metodológicas em pesquisas no “ciberespaço”: redes sociais, identidade e sociabilidade. A mesa, inscrita no eixo “Redes sociais, identidade e sociabilidade”, contou com a participação de Theophilos Rifiotis (GrupCiber/UFSC), Maria Elisa Máximo (NECOM/IELUSC e GrupCiber/UFSC) e Alex Primo (UFRGS).

8 Em 2009, Kozinetz publica, pela Sage Editors, o livro *Netnografia: fazendo pesquisa etnográfica online*.

não tomar “etnografia virtual” e “netnografia” como sinônimos, pois há distinções importantes no tratamento que Christine Hine (1994; 2000) e Robert Kozinetz (1998) dão, respectivamente, a cada um dos termos.

Em 2007, durante uma conferência para o III Congresso do Observatório para a Cibernética, Christine Hine deixou uma questão provocativa: *há um elemento distintivo na etnografia virtual ou a etnografia virtual é unicamente a mesma etnografia clássica com um novo objeto: a internet?*

Situada no campo da sociologia da ciência e da tecnologia, Christine Hine foi uma das primeiras pesquisadoras a discutir detidamente o método etnográfico nos estudos da e na internet. Hine (1994) desenvolve sua concepção da “etnografia virtual” retomando as várias faces do conceito mais moderno de etnografia. Nesse sentido, a autora considera sua **dimensão epistemológica**, situada numa matriz antipositivista, herdeira da sociologia compreensiva, que considera o conhecimento como prática social essencialmente contextual; sua **dimensão conceitual**, associada a uma concepção semiótica da cultura, que considera o potencial de agência dos indivíduos na constituição da cultura; e sua **dimensão** propriamente **metodológica**.

Consideradas essas três dimensões, a etnografia pode ser mobilizada para alcançar os significados da tecnologia e das culturas que a estruturam, ao mesmo tempo em que são estruturadas por ela (HINE, 2000, p. 8). Isso está relacionado a duas formas distintas de conceber a internet, segundo a autora. Na primeira, ela concebe a internet como *lugar* (ciberespaço) onde a cultura é produzida e reproduzida. Trata-se da instância propriamente social da internet, que dá lugar as experiências interativas e comunitárias. Nesse caso, o estudo etnográfico das situações *online* pode contribuir para a consolidação da internet como universo cultural onde as diferentes apropriações das tecnologias disponíveis tornam-se objetos de estudo. A segunda forma de se conceber a internet é, para Hine, considerá-la como sendo *artefato cultural*, ou seja, como produto da cultura. Nesse sentido, Hine trata a internet como uma tecnologia produzida por pessoas particulares, com metas e prioridades contextualmente situadas, moldada para usos e mercados

específicos (HINE, 2000, p. 9). O que a internet é e o que ela faz é, desse modo, produto de entendimentos culturalmente produzidos que podem variar no decorrer do tempo.

Diante dessa dupla possibilidade, a abordagem etnográfica sugere, segundo a autora, que podemos pensar as tecnologias como tendo flexibilidade interpretativa, que seus usos e sentidos específicos devem ser entendidos contextualmente. E, com isso, Hine chama atenção para o fato de que, na maior parte dos estudos etnográficos, privilegia-se a internet como *cultura* e negligencia-se seu status de *artefato cultural*. Daí a importância de se pensar na especificidade da prática etnográfica em contextos *online*⁹, repensando as relações entre a etnografia e o espaço, considerando a internet como cultura, bem como artefato cultural (ibid., p. 10). É possível dizer, portanto, que Hine está preocupada em não reduzir a complexidade dos fenômenos produzidos *online* e suas possibilidades interpretativas apostando-se numa mera “transposição” da abordagem tradicional da etnografia à “comunicação mediada por computador”.

Assim, a noção de “etnografia virtual” não remete, para a autora, à criação de um novo método, mas para a importância de se colocar em foco os pressupostos que estão na base da etnografia juntamente com aspectos relativos às tecnologias que se tornam centrais e constitutivos desses contextos que estamos estudando. O principal argumento de Hine (1994) para a definição de uma “etnografia virtual” é o de que *se estamos produzindo novos insights sobre os praticantes dessa cultura* – no

9 É importante lembrar que a abordagem de Hine acerca da “etnografia virtual” repousa num estudo cujo propósito era “seguir” um sistema de informação em seus dois polos – de produção e de consumo –, mobilizando um tipo de etnografia em que o artefato tecnológico era sujeito tanto quanto os atores humanos. Tratava-se de um grupo de profissionais de informática que proviam acesso remoto a um sistema de menus através do qual geneticistas britânicos podiam se comunicar e acessar bancos de dados. Nesse caso, Hine se inspirou em Bruno Latour e sua proposta de uma Antropologia simétrica, em que a noção de ator-rede não força distinções a priori entre agências humanas e não humanas. No entanto, ela não considera que sua abordagem “se enquadre” na teoria ator-rede; apenas se diz testando a hipótese de que tomar a tecnologia mais seriamente pode fazer diferença nas conclusões dos estudos nesse campo.

caso a cibercultura – *antes é necessário examinar os pressupostos de nossa própria prática analítica, considerando-se que nossas análises não podem ser vistas como independentes das culturas que estamos estudando.*

Em termos gerais, este artigo segue a mesma proposta. Não há dúvidas de que o estudo das interações mediadas por computador traz para a Antropologia uma série de desafios teóricos e metodológicos, impondo-nos uma retomada dos fundamentos da disciplina (RIFIOTIS, 2010)¹⁰. Em última instância, refletir sobre a especificidade da etnografia no ciberespaço e sobre a pertinência e/ou significado das adjetivações do método é um caminho para a revisão crítica dos pressupostos fundadores do fazer etnográfico. Ao mesmo tempo em que é uma tentativa de ocupar o lugar da Antropologia nesse debate metodológico, é também uma forma de confrontar com o *standard* antropológico, considerando que a riqueza das questões colocadas pelas pesquisas no ciberespaço ultrapassa as especificidades desse universo e combina-se com as discussões da maior atualidade na Antropologia (ibid., p. 17).

A discussão não se esgotará neste artigo, estamos certos disso. Pelo contrário, está nos planos do GrupCiber transformar as linhas gerais dessa discussão num projeto de pesquisa que nos permita mapear e analisar como está se dando o debate sobre as metodologias de pesquisa na internet, sobretudo no que toca a etnografia e os modos pelos quais ela vem sendo apropriada pelas pesquisas em outras áreas.

A etnografia como “método”

Especificamente, o que nos interessa é refletir sobre como a questão metodológica tem sido discutida pelos pesquisadores brasileiros e, nesse contexto, como a etnografia vem sendo apropriada como “método” para a investigação das interações *online* nas suas diferentes

10 Essa questão foi tema do paper apresentado por Theophilos Rifiotis na mesa redonda A sociedade da informação: reflexões teóricas e metodológicas da XXV Reunião Anual da ANPOCS (Caxambu, 2001). O paper foi posteriormente transformado em capítulo do livro Antropologia no Ciberespaço, organizado pelo GrupCiber e lançado em 2010 (EDUFSC).

modalidades e formas de expressão. O foco no cenário nacional deve-se, fortemente, à fundação e consolidação da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCIber), que impulsionou e deu mais visibilidade à produção científica nacional nesse campo.

Dentre os pesquisadores que têm os métodos de pesquisa para a internet no centro de suas preocupações podemos citar Simone Sá (2001); Sandra Montardo e Paula Rocha (2005); Sandra Montardo e Liliana Passerino (2006); Adriana Amaral (2007; 2008; 2009); Adriana Braga (2007), Renata Duarte (2008); e, Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2011). Nesses estudos, todos situados no campo da Comunicação, a etnografia é tratada como “instrumento”, “ferramenta”, “método”, “perspectiva” ou “abordagem” privilegiada para as pesquisas no ciberespaço. Como sugerem Montardo e Rocha (2005, p. 4), a “netnografia” pode ser considerada

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 etc.

Nesse caso, a experiência da “virtualidade” é entendida como lócus de produção de formas específicas de relacionamento e de gestão da informação, demandando, conseqüentemente, métodos de investigação igualmente específicos. Adriana Braga (2007 p. 5), ao discutir o emprego da etnografia nas pesquisas na internet, concorda que

o modo peculiar de interação ocorrente na CMC é de alguma forma uma novidade, que traz desafios metodológicos à aplicação dessa tradicional técnica de pesquisa, tornando necessário ajustar alguns pressupostos da etnografia a esse novo objeto, de que somos testemunhas e agentes em sua confecção.

O termo “netnografia” emerge, então, das tentativas de “transposição dessa metodologia (a etnografia) para o estudo das práticas comunicacionais mediada por computador” (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 2). Trata-se, como sugeriu Adriana Braga, de um esforço de

“ajuste” dos pressupostos clássicos da etnografia às particularidades do ciberespaço ou da “comunicação mediada por computador”. É justamente esse esforço que parece estar na base do argumento de Kozinetz (1998).

Kozinetz (1998) concebe a netnografia como “método qualitativo”, interpretativo, desenhado especificamente para investigar as comunidades produzidas através da comunicação mediada por computador. Fazendo referência ao conceito antropológico de etnografia como proposto por Clifford Geertz e à abordagem proposta por Arthur Escobar (1994) sobre a importância da análise antropológica na compreensão dos tipos de comunidades criadas a partir do uso das tecnologias emergentes, Kozinetz (1998) considera a netnografia como uma “adaptação” do método antropológico com ênfase para o trabalho de campo e para a observação-participante. Nesse sentido, o autor ressalta as “vantagens” da netnografia no que se refere aos “dados” produzidos durante as pesquisas. Sendo estes dados privilegiadamente textuais, resultantes de downloads de arquivos, de postagens em newsgroups, trocas de emails ou de registros automáticos de conversações em “tempo real” (chats, MUDs¹¹ etc.), para o autor, é como se eles (os dados) surgissem prontos, “já transcritos”. Assim, os dados “podem estar menos sujeitos à memória imaginativa (fazendo com que as notas de campo sejam usadas para uma reflexão mais retrospectiva e menos introspectiva)”¹² (KOZINETZ, 1998). Segundo Kozinetz, a predominância textual permite, ainda, ao “netnógrafo”, a “pré-edição” dos pensamentos expressos em campo, assim como mais possibilidades para uma apresentação “estratégica” do eu.

Desse modo, a abordagem de Kozinetz sugere uma espécie de “simplificação” da perspectiva etnográfica, propiciada pelas supostas facilidades que o “meio digital” oferece para a experiência da observação-participante e, principalmente, para a coleta e registro de dados. E a maior evidência disso é o recorrente tratamento da etnografia enquanto

11 Abreviação para Multiple User Domain.

12 Tradução livre dos autores. Originalmente, “...thus may be less subject to the vagaries of memory (freeing the research’s use of fieldnotes for more introspective, rather than retrospective, reflection)” (KOZINETZ, 1998).

“método” ou “instrumento” de pesquisa, verificado em grande parte dos trabalhos dedicados a delinear os contornos da “netnografia” a partir de experiências concretas de pesquisa.

Em livro recentemente publicado no Brasil, Suely Frago, Raquel Recuero e Adriana Amaral propõem-se a “apresentar perspectivas metodológicas construídas para as problemáticas relativas à própria comunicação mediada pela tecnologia digital” (2011, p. 18) e dedicam uma parte do livro à discussão sobre “a amplitude e as limitações da adaptação do método etnográfico a esse contexto” (ibid., p. 20). Introduzindo o capítulo *Abordagens Etnográficas*, as autoras procuram contextualizar os debates gerados em torno da apropriação do “método etnográfico” pelas pesquisas na internet desde os anos 1990, apontando os questionamentos suscitados em torno da postura do pesquisador em campo; das implicações colocadas para o exercício do estranhamento no âmbito da “‘fria’ relação entre homens e máquinas”; e dos reflexos do redimensionamento das dimensões de espaço e do tempo nas narrativas produzidas a partir da experiência etnográfica etc. (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 172). Nesse quadro, consideram não só a “netnografia” tal como concebida por Kozinets (1998) para os estudos de mercado, como também a noção de “etnografia virtual” desenvolvida por Christine Hine (2000) no âmbito acadêmico, dentre outras terminologias nascidas, segundo as autoras, das aproximações entre as pesquisas de mercado e as pesquisas acadêmicas, como “web-nografia” ou “etnografia digital” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 176).

No entanto, apesar de considerarem as nuances desse debate metodológico e concordarem que uma abordagem mais instrumentalizada da etnografia pode reduzir a sua complexidade teórico-epistemológica, as autoras estão confessamente inclinadas a pensar as “funcionalidades do método etnográfico” nas pesquisas em ambientes digitais, em relação a objetos e problemáticas específicas. Por um lado, as autoras mostram-se preocupadas em esclarecer que para cada objetivo e problema de pesquisa há métodos e estratégias para a constituição do campo mais ou menos apropriadas. Por outro lado, ao enfatizar a instância do “quando” e “como fazer” etnografia na internet, as autoras acabam por

esvaziar a importância de se refletir sobre a dimensão vivencial da experiência etnográfica. A ênfase desse tipo de abordagem está nitidamente colocada sobre os instrumentos de coleta de dados e de observação, entendendo-se que sua aplicação varia dos ambientes *offline* para os ambientes *online*.

As diferenças, sejam elas sutis ou intensas, entre uma entrevista realizada presencialmente e uma entrevista conduzida por e-mail ou ferramenta de conversação como o MSN ou Skype devem ser incluídas na narrativa etnográfica que será construída ao longo da pesquisa. O refinamento das análises sofrerá influências que podem ser significativas, e, nesse sentido, devem ser respeitados os planos *online* e *offline* (ibid., p. 178).

Ao tratar a etnografia como método que, como tal, pode combinar-se com outros métodos e técnicas (ibid., p. 188), Fragoso, Recuero e Amaral acabam reduzindo a importância da dimensão que, pode-se dizer, é constitutiva da própria teoria etnográfica: a dimensão da experiência, fundada no exercício de imersão do pesquisador nos domínios da “vida nativa”. Há dois pontos do texto das autoras que apontam mais significativamente para essa redução conceitual da etnografia. O primeiro deles diz respeito ao processo de inserção em campo que, na internet, abriria espaço para a opção pela observação silenciosa, realizada apenas na condição de *lurker* (ibid., p. 192). Sobre isso, nos perguntamos: seria realmente possível, do ponto de vista etnográfico, realizar uma etnografia na condição de *lurker*, optando por uma observação “silenciosa” ou “anônima” sem que se revele a identidade do pesquisador diante do grupo estudado? Um segundo ponto, diz respeito ao nível de familiaridade do pesquisador em relação ao grupo estudado. As autoras sugerem, nesse sentido, que o “grau de inserção do pesquisador” em campo é uma questão de “escolha” que tem implicações éticas e que influencia na análise dos resultados da pesquisa. Diferente do *lurker*, o pesquisador *insider*, por exemplo, leva a campo elementos autobiográficos e conhecimentos prévios acerca da cultura estudada que também comprometem a narrativa etnográfica e que devem, portanto, ser problematizados. Segundo Amaral (2009),

a opção pela pesquisa *insider* abre espaço para uma “autonetnografia”, compreendida como

uma ferramenta reflexiva que possibilita discutir os múltiplos papéis do pesquisador e de suas proximidades, subjetividades e sensibilidades na medida em que se constitui como fator de interferência nos resultados e no próprio objeto pesquisado (AMARAL, 2009).

Sob essa perspectiva, *lurker* e *insider* integram um conjunto de categorias que parecem remeter a uma espécie de “objetivação” da experiência etnográfica, transformando em “ferramentas” de pesquisa aquilo que é próprio da vivência de cada pesquisador. Tomando por base os entendimentos canônicos acerca da representação etnográfica, diríamos que realizar uma observação mais silenciosa ou mais participante não implica em escolhas que o pesquisador deve fazer a priori, mas depende das relações e das negociações estabelecidas em campo e, portanto, são processos construídos no âmbito de cada experiência de pesquisa particular.

Em Malinowski (1976), para quem a preocupação com o rigor do método era central, a dimensão subjetiva e vivencial da etnografia já era reconhecida como sendo essencial na pesquisa antropológica. Para o autor, a observação da dinâmica social de qualquer grupo ou comunidade humana nos coloca diante de um conjunto de fenômenos importantes (os chamados *imponderáveis da vida real*) que integram a essência da vida social e não podem ser registrados com auxílio de instrumentos mais precisos como entrevistas e questionários. Como pontua Geertz (1997, p. 86), os diários de campo de Malinowski nos ensinam que somente é possível conhecer a maneira como um ativo pensa, sente e percebe o mundo se formos capazes, “graças a algum tipo de sensibilidade extraordinária”, de pensar, sentir e perceber o mundo como um nativo. Mais do que uma questão ética, “ver as coisas do ponto de vista dos nativos” trata-se de uma questão epistemológica constitutiva do conceito moderno de etnografia que, mesmo já tendo sido submetida a revisões e críticas contemporâneas, ainda define significativamente os modos pelos quais realizamos nossos trabalhos de campo.

Diretamente ligada à compreensão da análise antropológica como forma de conhecimento, a etnografia – ou a prática da etnografia – não é mera questão de métodos (GEERTZ, 1989, p. 15). Desse modo, Geertz nos ensina que não são as técnicas e procedimentos que definem o empreendimento etnográfico, mas sim, o esforço intelectual voltado para a “descrição densa” em busca dos significados. Para tanto, é preciso *situar-se* ou, como coloca Geertz, “tentar formular a base na qual se imagina [...] estar-se situado” (ibid., p. 23). Assim, o processo de inserção do pesquisador em campo é uma construção constante, sempre a mercê das interações estabelecidas com os sujeitos da pesquisa que, por sua vez, não são necessariamente igualitárias.

Por fim, é preciso dizer que o empreendimento etnográfico não se encerra no trabalho de campo, na realização da pesquisa propriamente dita. É na escrita que a natureza interpretativa da etnografia toma definitivamente seu lugar. A escrita é, por excelência, o lugar de expressão do jogo dialético entre os conceitos de “experiência próxima” (advindos das teorias nativas) e os conceitos de “experiência distante” (acionados pelo pesquisador para descrever seus “achados” de pesquisa) (GEERTZ, 1997, p. 86). Ao final, “o que chamamos de nossos dados são realmente nossa própria construção das construções de outras pessoas” (GEERTZ, 1989, p. 19).

Essas poucas linhas a respeito das concepções clássicas da etnografia já nos possibilitam uma reflexão crítica acerca das formas pelas quais a etnografia vem sendo apropriada nos estudos das interações *on-line*. Parece haver, de fato, uma oscilação entre dois modos distintos de tratar a etnografia no ciberespaço, sobretudo no que se refere às implicações colocadas para a observação-participante (limitações e possibilidades), para os registros de campo (dada a facilidade de arquivamento de informações/dados/conversações) e para o processo de inserção em campo e de negociação da identidade do pesquisador.

Por um lado, o reconhecimento da etnografia como uma perspectiva apropriada para análise das dinâmicas sociais engendradas na comunicação “mediada” por computador sugere uma preocupação desses pesquisadores com o caráter qualitativo de suas pesquisas. Nesse sentido, a etnografia é considerada como um caminho propício para

alcançar a heterogeneidade e complexidade dos contextos e interações estabelecidas *online*.

Por outro lado, o objetivo de compreender como os próprios sujeitos que participam desses contextos *online* pensam, sentem e percebem suas práticas e suas experiências, vem imediatamente acompanhado de um entendimento enviesado da prática da etnografia. A necessidade, vislumbrada por alguns desses estudos, de “ajustar” a etnografia às características e particularidades dos contextos *online* e de definir esses ajustes através de novas terminologias levou a uma instrumentalização daquilo que, segundo Hine (1994), não se concebe fora de suas três dimensões constitutivas: a epistemológica, a conceitual e a metodológica. O resultado disso é uma redução da etnografia a uma perspectiva empiricista, que tem o potencial de aproximar o pesquisador da “realidade” do contexto estudado. No centro da definição que Kozinetz faz da “netnografia”, está a ideia de que esse “método” apresenta

vantagens explícitas como consumir menos tempo, ser menos dispendiosa e menos subjetiva, além de menos invasiva já que pode se comportar como uma janela ao olhar do pesquisador sobre comportamentos naturais de uma comunidade durante seu funcionamento, fora de um espaço fabricado pela pesquisa, sem que este interfira diretamente no processo como participante fisicamente presente (KOZINETZ, 2002 *apud* AMARAL; NATAL; VIANNA, 2008).

Perde-se de vista, desse modo, o caráter interpretativo da etnografia e a natureza pessoal de toda experiência etnográfica. Sob tal perspectiva, o próprio diário de campo parece ter seu sentido esvaziado, pois, como já comentamos anteriormente, entende-se que o meio digital simplifica o registro das informações. Seguindo a linha de Kozinetz, Amaral, Natal e Vianna (2008, p. 36) também consideram que a criação de dados *online* facilita o trabalho do pesquisador, que não precisa mais transcrever suas interações e entrevistas para analisá-las posteriormente. No entanto, como insígnia do fazer etnográfico, o diário de campo, mais do que um instrumento de registro, é um lugar de reflexividade, através do qual o etnógrafo busca constantemente equalizar os

efeitos dos movimentos de estranhamento e familiarização em relação ao universo estudado.

Considerações finais

A análise desses estudos permite-nos arriscar a dizer que na base desse debate semântico e metodológico está a persistente distinção entre os domínios do *online* e do *offline*. Ainda que se reconheça a importância de pensar esses dois domínios como contíguos e interdependentes (AMARAL; NATAL; VIANNA, 2008), nos mesmos estudos perduram as análises pautadas pela reafirmação das distinções entre ambos. Essa necessidade de efetuar a “transposição” para as pesquisas no ciberespaço de métodos originalmente concebidos para pesquisas face a face é uma evidência da permanência dessa dualidade entre *on* e *offline*. Nesse sentido, a adoção de novas terminologias metodológicas como “etnografia virtual”, “netnografia”, “webnografia”, dentre outras, remete-nos ao ato de fundação desse campo de estudos e à profusão de categorias marcadas pelo adjetivo “virtual”.

Um caminho profícuo para a desconstrução dessa dualidade entre o *online* e o *offline* nos é oferecido por Daniel Miller e Don Slater (2000), que propõem uma abordagem etnográfica da internet através de uma pesquisa realizada em Trinidad, onde buscaram compreender como a internet vem sendo assimilada e entendida particularmente nessa sociedade. Ao considerarem a internet como uma característica constitutiva daquela sociedade, os autores afirmam não estarem lidando com um caso de “ciberespaço” ou com qualquer experiência desconectada do *offline*. Revisitando criticamente a primeira geração de estudos sobre a internet, Miller e Slater (2000, p. 5) acreditam que qualquer foco na “virtualidade” pode ter menos a ver com as características da internet e mais com as demandas de projetos intelectuais específicos. Por isso os autores sugerem: se pretendem alcançar a internet, não comece por ela. Miller e Slater sugerem que os “meios digitais” sejam tratados como engendrados no âmbito de estruturas e relações sociais específicas, podendo transformá-las, mas sendo também determinados por elas.

A perspectiva dos autores nos reposiciona diante da complexidade da experiência etnográfica, provocando a reflexão sobre o papel da Antropologia nesse debate acerca das metodologias de pesquisa na internet. Se, sob a influência de Kozinetz (1998; 2007), a prática da etnografia em contextos *online* pode ser reduzida às possibilidades do “netnógrafo” se transformar num *experimentador de campo, engajado na utilização do objeto pesquisado enquanto o pesquisa*, cabe à Antropologia tomar seu lugar nesse debate, resgatando a centralidade da dimensão vivencial da etnografia. É apenas do interior da experiência etnográfica que se pode alcançar e compreender a especificidade dos campos de pesquisa, sejam eles *online*, *offline* ou resultantes de um entrelaçamento desses dois domínios. Assim, a multiplicidade de termos criados para se especificar as etnografias realizadas *online* perdem sua força e seu sentido. Em discussão mais recente, Christine Hine reconhece essa possibilidade e propõe uma possível suplantação do termo “etnografia virtual”. Por ocasião de um debate na lista de discussão da AOIR (*Association of Internet Researchers*)¹³, a autora considera que esses termos acabam aludindo à distinção entre *online* e *offline* e, nesse sentido, o que antes ela mesma tratava como etnografia virtual poderia ser tratado apenas como etnografia.

Com isso, voltamos ao ponto central de nossa participação nas publicações da Rede AMLAT (CRUZ; MÁXIMO; RIFIOTIS, 2010a; 2010b; RIFIOTIS; MÁXIMO; CRUZ; SEGATA, 2011), construído em torno do cruzamento e do diálogo entre a Antropologia e a Comunicação. Revisitando criticamente os pressupostos teórico-metodológicos da Antropologia, procuramos pensar as situações comunicativas não como conjuntos de atos isolados (reduzidos à emissão e à recepção de mensagens, informações), mas como situações constituídas em contextos sociais/culturais específicos. Sob essa perspectiva, as situações comunicativas, sejam elas quais forem, não são apenas informadas pela cultura mais ampla em que se estabelecem, mas também contribuem com a própria construção da cultura. Ou seja, quando se comunicam e interagem, os sujeitos produzem cultura (RIFIOTIS *et al.*, 2010b, p. 175).

13 O debate é referenciado por Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 178).

Tal abordagem contextual da Comunicação reafirma a importância da investigação etnográfica para esse campo de estudos em que somos pesquisadores e, ao mesmo tempo, nativos. Isso pede que situemos o lugar do sujeito pesquisador, problematizando a dualidade entre sujeito e objeto e considerando o diálogo como uma necessidade, assim como uma postura crítica (RIFIOTIS, 2010). Nessa linha, recuperamos a dimensão configurativa da produção antropológica, considerando a existência de uma simetria entre os discursos nativos e os discursos dos pesquisadores (CLIFFORD, 2008). Colocada em xeque a “autoridade” do pesquisador, a experiência etnográfica passa a ser entendida muito mais na perspectiva do “descentramento” do que do “deslocamento” e se configura “como um campo articulado pelas tensões, ambiguidades e indeterminações próprias do sistema de relações do qual faz parte” (GONÇALVES, 2008, p. 10).

Essa perspectiva se constitui como pano de fundo para as preocupações teóricas mais atuais do GrupCiber, como esboçada em artigos anteriores (CRUZ; MÁXIMO; RIFIOTIS, 2010b). Nossa participação na Rede AMLAT foi fortemente marcada por uma reflexão crítica sobre a produção da ciência e suas clássicas dicotomias tais como natureza e cultura, indivíduo e sociedade, sujeito e objeto, humano e não humano. Inspirados pela obra de Bruno Latour (2003; 2005; 2008), e na sua teoria *ator-rede*, procuramos construir uma abordagem socio-técnica das *redes* constituídas na comunicação *online*; uma abordagem que considere o lugar dos dispositivos técnicos nas interações sociais e que nos permita repensar a própria técnica e a centralidade do *social* em nossos estudos.

Não cabe aqui recuperar a reflexão esmiuçada em nossos dois últimos artigos. Cabe-nos, apenas, recuperar o valor metodológico da teoria ator-rede que nos permite pensar a rede como método e não como objeto ou como meio por onde as informações circulam ou são transportadas de maneira intacta. Ligada permanentemente à noção de ator (que, por sua vez, não pode ser confundido com a noção de ator social), a rede, na concepção latourniana, se transforma e transforma o que por ela passa. E o que passa também fica para associar, gerar

efeitos e traduções.¹⁴ Assim, se a rede é multiplicidade, ela não pode ser definida superficialmente, como uma entidade fixa; seu foco está nos agenciamentos, nas alianças entre elementos heterogêneos (humanos e não humanos), na sua capacidade de transformar os seus componentes ou de ser ela mesma (a rede) um ator. Portanto, Latour não está interessado nas redes propriamente, mas nos efeitos das associações, nas possibilidades de conexão, no que faz os atores fazerem (SEGATA, 2009). Nesse caso, a rede é um modo de ver essa produção de efeitos, na possibilidade que ela dá de rastrear e descrever sem explicar o trabalho de fabricação dos fatos, de sujeitos e de objetos que se faz em rede, através de associações entre humanos e não humanos (FREIRE, 2006 apud SEGATA, 2009, p. 138). Seguir as conexões nos possibilita, segundo a proposta de Latour, ver o modo como determinados elementos se associam e fazem fazer efeitos.

Esse descentramento, fomentado pela abordagem latourniana, traz implicações importantes para os estudos do ciberespaço, sobretudo em termos metodológicos. Nesse sentido, temos sido provocados a rever a ênfase sobre a vida social no ciberespaço, entendendo que essa vida social não se resume às interações entre as pessoas (humanas), mas envolve múltiplas associações e agências entre elementos humanos e não humanos que, por sua vez, não devem ser definidos a priori. Isso implica em pensar, como coloca Segata (2009, p. 143), que o computador, a tela, o teclado e os *drivers*, os sites, os *softwares*, os *hardwares* e tudo mais que não é humano são, antes de tudo, agentes das associações produzidas nas interações *online*. Eles *fazem fazer*, no sentido de também produzirem efeitos, de atuarem como *mediadores* (capazes de agência) e não apenas como *intermediários* (sem força de ação, de modificação, de tradução) no processo interativo.

Essa perspectiva traz implicações significativas para o fazer etnográfico concebido a partir das abordagens clássicas. Como já discutido

14 A noção de tradução, na perspectiva de Bruno Latour, compreende o deslocamento de objetivos, as transformações que determinado fato ou ator (pessoas, instituições, coisas, animais, objetos, máquinas, ou tudo isso simultaneamente) vai sofrendo ao passar de mão em mão pela rede (RIFIOTIS *et al.*, 2011).

em artigo anterior (RIFIOTIS *et al.*, 2010b), especificamente no domínio dos estudos etnográficos no ciberespaço, o que temos, em geral, é uma espécie de “vontade de saber sociotécnico”, que nos provoca a buscar um tratamento analítico que traduza as interações entre humanos e destes com os objetos tecnológicos (*softwares*, máquinas etc.). No entanto, o que vínhamos fazendo em nossas pesquisas não ultrapassava o nível das descrições de “modos de iniciação” e de “socialização” dos “usuários” com as plataformas e equipamentos. Desse modo, continuávamos pensando nos “sujeitos” de um lado e nos “objetos” de outro; apresentávamos o domínio da técnica para depois centrarmos na dimensão humana das situações que estávamos analisando.

À luz da teoria *ator-rede*, somos provocados a pensar a etnografia como um exercício de descrição das interações entre todos os elementos, sem que haja definições *a priori* do que sejam os “objetos”, os “sujeitos”, a “técnica”, o “social”. No nosso entendimento atual, essa é a chave para uma abordagem sociotécnica das redes. Se, para Latour (2005, p. 83), qualquer “ente” pode ter agência desde que produza algo em outro “ente” (seja humano ou não humano) e as agências não estão previamente determinadas, cabe à etnografia descrever o que *faz fazer*, identificar se um agente incide de algum modo no curso da ação de outro agente. As perguntas etnográficas configuram-se, nesse sentido, em torno de *como narrar uma ação e mostrar as conexões e rastros que ela deixa?* (LATOUR, 2005, p. 99). Para Latour, o importante é descrever as agências e narrar a multiplicação dos sujeitos presentes nas cenas analisadas. Trata-se, enfim, de *rastrear associações*. A perspectiva latourniana lança-nos no desafio de repovoar as Ciências Sociais com elementos que estavam sendo pensados apenas como acessórios para uma descrição centrada na ação humana.

Todas essas questões, quando pensadas no âmbito dos estudos das situações comunicativas estabelecidas na ou através da internet, complexificam o debate metodológico contornando qualquer tentativa de instrumentalização da etnografia. É desse lugar, portanto, que pretendemos continuar contribuindo com esse debate metodológico, mantendo-nos no desafio do diálogo e da mútua fecundação da Antropologia e da Comunicação que nos trouxe para a Rede AMLAT.

Referências

AMARAL, Adriana. Autonetnografia e inserção online. O papel do pesquisador-insider nas subculturas da web. **Anais do GT Comunicação e Sociabilidade do XVII Encontro Anual da Compós**. São Paulo. 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_315.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2008.

_____. Categorização dos gêneros musicais na Internet: para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.fm. In: FREIRE FILHO, J., HERSCHMANN, M. (Org.) **Novos rumos da cultura da mídia**. Indústrias, produtos e audiências. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. Blogs: mapeando um objeto. In: AMARAL, A; RECUERO, R.; MONTARDO, S. **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. SP: Momento Editorial, 2009. Disponível em: <www.sobreblogs.com.br>.

AMARAL, Adriana; NATAL; Georgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Revista FAMECOS**, PUC/RS, ano 13, n. 20, p. 34-40, 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4829/3687>>. Acesso em: 10 jul. 2011.

BAYM, Nancy. **The performance of humor in computer-mediated communication**, Dissertação Mestrado, Wayne State University, 1995.

BAYM, Nancy; MARKHAM, Annette. **Internet Inquiry: conversations about method**, London: SAGE Publications, 2009.

BRAGA, Adriana. Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica. **Anais do XVI Encontro da Compós**, na UTP, em Curitiba, PR, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf>. Acesso em: 2 mar. 2008.

CLIFFORD, James. **A Experiência Etnográfica**: Antropologia e Literatura no século XX. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

CRUZ, F. G.; MÁXIMO, M. E.; RIFIOTIS, T. Diálogos Metodológicos entre Antropología y Comunicación en la investigación de las formas de apropiación de centros públicos y acceso a la Internet. In: FERNÁNDEZ, Adrián Padilla; MALDONADO, Alberto Efendy (Org.). **Metodologías transformadoras**: tejiendo la red en Comunicación, Educación, Ciudadanía e Integración en América Latina. Caracas: Fondo Editorial CEPAP, Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, 2010a, p. 147-175.

_____. Diálogos de frontera: volviendo a pensar en las redes sócio-técnicas a partir de experiencias etnográficas en lan houses. In: VELA-REZO; Alberto Pereira; MALDONADO, Alberto Efendy (Org.). **La investigación de la comunicación en América Latina**. Quito: Fondo Editorial FACSO-UCE, 2010b, p. 169-195.

DAMATTA, Roberto. O ofício do etnólogo, ou como ter anthropological blues. In: CARDOSO, Ruth (Org.) **A aventura sociológica**, Rio de Janeiro: Zahar, 1974.

DUARTE, Renata F. **Práticas comunicacionais e sociais dos cosplayers no Brasil**: uma análise dos processos *online* e *offline* através do Orkut. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens). Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2008.

ESCOBAR, A. **Welcome to Cyberia**: notes on the Anthropology of Cyberculture, 1994. Disponível em: <<http://www.unc.edu/~aescobar/html/texts.htm>>. Acesso em: mar. 2012.

FRAGOSO, Sueli; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**, Porto Alegre: Sulina, 2011.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

_____. “Do ponto de vista dos nativos”: a natureza do entendimento antropológico. In: **O saber local**: novos ensaios em Antropologia interpretativa. Rio de Janeiro: Vozes, 1997, p. 85-107.

GONÇALVES, José Reginaldo dos Santos. Apresentação. In: CLIFFORD, James. **A Experiência Etnográfica**: Antropologia e Literatura no século XX, RJ: Editora UFRJ, 2008.

GUIMARÃES JR. Mário J. L. **Vivendo no Palace**: etnografia de um ambiente de sociabilidade no ciberespaço. Dissertação de Mestrado. Florianópolis: PPGAS/UFSC, 2000.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. Londres: SAGE Publications, 2000.

_____. **Virtual Methods**: issues in social research on the internet. Londres: Berg Publishers, 2005.

_____. Virtual Ethnography. **International Symposium** When Science Culture Becomes, Montreal, 1994. Disponível em: <<http://www.cirst.uqam.ca/pcst3/PDF/Communications/HINE.PDF>>. Acesso em: 10 jul. 2011.

JONES, Steve (Org.) **Doing internet research**: critical issues and methods for examining the net. London: Sage, 1999.

KOZINETZ, Robert. On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. In: **Advances in Consumer Research**, vol. 25, Alba & J. Wesley Hutchinson, Provo, UT: Association for Consumer Research, 1998, p. 366 - 371. Disponível em: <<http://www.acrwebsite.org/volumes/display.asp?id=8180>>. Acesso em: 18 jan. 2012.

_____. Netnography 2.0. In: BELK, R. W. **Handbook of qualitative research methods in marketing**. Londres: Edward Elgar Publishing, 2007.

LATOUR, Bruno. **Un monde pluriel mais commun**: entretiens avec François Ewald. Luxembourg: Éditions de L'Aube, 2003.

_____. **Jamais fomos modernos**: ensaio de Antropologia simétrica. São Paulo: Editora 34, 2005.

_____. **Reemsamblar lo social:** una introducción a la teoría del actor-red. Buenos Aires: Manantial, 2008.

MACKINNON, Richard. **Searching for the Leviatan in Usenet.** Dissertação Mestrado, Departamento de Ciência Política, San Jose State University, 1992.

MALINOWSKI, B. **Os argonautas do pacífico ocidental.** São Paulo: Abril, 1976. Coleção Os Pensadores.

MÁXIMO, Maria Elisa. **Compartilhando “regras de fala”:** interação e sociabilidade na lista eletrônica de discussão Cibercultura. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, UFSC, Florianópolis, 2002.

_____. Sociabilidade no ciberespaço: uma análise da dinâmica de interação na lista eletrônica de discussão Cibercultura. **Antropologia em primeira mão**, PPGAS/UFSC, Florianópolis, 2003.

MILLER, Daniel; SLATER, Don. **The internet:** an ethnographic approach. NY: Oxford, 2000.

MONTARDO, Sandra; PASSERINO, Liliana. Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. **RENOTE – Revista Novas Tecnologias na Educação**, v. 4, 2006.

MONTARDO, Sandra; ROCHA, Paula J. Netnografia. Incursões metodológicas na cibercultura. **Revista E-compós**, volume 4, Brasília, 2005. Disponível em: <http://boston.braslink.com/compos.org.br/e%2Dcompos/adm/documentos/dezembro2005_paula_sandra.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2011.

PACCAGNELA, Luciano. Getting de seats of your pants dirty: strategies for ethnographic research on virtual communities. **JMCM**, vol. 3 (1), junho 1997. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/paccagnella.html>>. Acesso em: 16 jan. 2012.

REID, Elizabeth. **Electropolis:** communication and community on internet relay chat. Honours Thesis, Departamento de História, Uni-

versidade de Melbourne, 1991. Disponível em: <<http://www.aluluei.com/work.htm>>. Acesso em: 26 out. 2006.

_____. **Cultural formations in text-based virtual realities.** Master Thesis in Arts, Programa de Estudos Culturais, Departamento de Inglês, Universidade de Melbourne, 1994. Disponível em: <<http://www.aluluei.com/cult-form.htm>>. Acesso em: 27 out. 2006.

RHEINGOLD, Howard [1993]. **The virtual community**, 1998. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book>>. Acesso em: 26 out. 2006.

RIFIOTIS, Theóphilos. Antropologia do Ciberespaço: questões teórico-metodológicas sobre pesquisa de campo e modelos de sociabilidade. **Antropologia em Primeira Mão**, n. 51, Florianópolis, Programa de Pós-graduação em Antropologia Social/UFSC, 2002.

_____. Apresentação. In: RIFIOTIS, T.; MÁXIMO, M. E.; LACERDA, J.; SEGATA, J. (Org.). **Antropologia no Ciberespaço**. Florianópolis: Edufsc, 2010.

RIFIOTIS, T.; MÁXIMO, M. E.; LACERDA, J.; SEGATA, J. (Org.). **Antropologia no Ciberespaço**. Florianópolis: Edufsc, 2010.

RIFIOTIS, T.; MÁXIMO, M. E.; CRUZ, F. G. Diálogos Metodológicos entre Antropología y Comunicación en la investigación de las formas de apropiación de centros públicos y acceso a la Internet. In: FERNÁNDEZ, Adrián Padilla; MALDONADO, Alberto Efendy (Org.). **Metodologías transformadoras: tejiendo la red en Comunicación, Educación, Ciudadanía e Integración en América Latina**. Caracas: Fondo Editorial CEPAP, Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, 2010a, p. 147-175.

_____. Diálogos de frontera: volviendo a pensar en las redes sócio-técnicas a partir de experiencias etnográficas en lan houses. In: VELAREZO; Alberto Pereira; MALDONADO, Alberto Efendy (Org.). **La investigación de la comunicación en América Latina**. Quito: Fondo Editorial FACSO-UCE, 2010b, p. 169-195.

RIFIOTIS, T.; MÁXIMO, M. E.; CRUZ, F. G.; SEGATA, J. Redes sociotécnicas: hibridismos e multiplicidade de agências na pesquisa da Cibercultura. In: LACERDA, Juciano; BARRETO, Virgínia Sá. **Comunicação, Educação e Vivência:** saberes e vivências em teorias e pesquisa na América Latina. João Pessoa; Natal: EDUEPB; EDUFRN, 2011.

SÁ, Simone Pereira de. Netnografias nas redes digitais. **X Compós**, Brasília: UnB, 2001.

SEGATA, Jean. Entre agentes: a ANT, a Antropologia e o ciberespaço. **Revista Rastros**, ano X, n. 12, Joinville: IELUSC, nov. 2009, p. 133-146.

Alberto Efendy Maldonado
Maria Elisa Máximo
Juciano de Sousa Lacerda
Graziela Bianchi
(Organizadores)

Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação



Rio do Sul | Natal, 2012

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Reitora

Ângela Maria Paiva Cruz

Vice-Reitora

Maria de Fátima Freire de Melo Ximenes

Diretora da EDUFRN

Margarida Maria Dias de Oliveira

Conselho Editorial

Cipriano Maia de Vasconcelos (Presidente)

Ana Luiza Medeiros

Humberto Hermenegildo de Araújo

John Andrew Fossa

Herculano Ricardo Campos

Mônica Maria Fernandes Oliveira

Tânia Cristina Meira Garcia

Técia Maria de Oliveira Maranhão

Virgínia Maria Dantas de Araújo

Willian Eufrásio Nunes Pereira

Editor

Helton Rubiano de Macedo

Seção de Informação e Referência

Catálogo da publicação na Fonte. UFRN/Biblioteca Central Zila Mamede

Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação / Alberto Efendy Maldonado ... [et al.], organizadores. – Rio do Sul : Unidavi ; Natal : EDUFRN, 2012.

362 p.

ISBN 978-85-89234-31-3

1. Epistemologia. 2. Comunicação. 3. Pesquisa científica. I. Maldonado, Alberto Efendy.

RN/UF/BCZM

2012/16

CDD 121

CDU 165
