

## **Do *Off-line* para o *Online*: a Netnografia como um Método de Pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a Etnografia para a Internet**

**Autoria:** Márcio Noveli

### **Resumo:**

Não é novidade que o avanço das tecnologias da informação e comunicação tem permitido às pessoas se relacionarem por novos meios. Grupos sociais têm avançado quanto aos meios utilizadas no seu relacionamento, e ao invés da interação física tem utilizados meios tecnológicos para se relacionar. O relacionamento mediado por esses novos meios, conhecidas como comunicação mediada por computador, tem permitido a construção de diversas comunidades, que só existem e são construídas na medida em que seus membros estão presentes, *online*. Esse fato tem levado diversos pesquisadores a lançar mão de técnicas e métodos de pesquisa tradicionais em um ambiente eletrônico, adaptando essas mesmas técnicas e métodos. Um desses métodos é a etnografia, que sob a denominação de netnografia, têm sido utilizadas nesses grupos *online*. Essa utilização da etnografia como método base que instrui pesquisas em comunidades *online*, não significa o desenvolvimento de um novo método em contradição à etnografia, mas quiçá, uma adaptação das técnicas e do delineamento etnográfico para possibilitar pesquisas nessas comunidades. *Compreender* melhor o que é, qual a origem, os métodos, as vantagens e desvantagens e as questões éticas relacionadas à netnografia foi o objetivo deste artigo. Nesse sentido, foi realizado um levantamento da literatura atual sobre o assunto, bem como uma breve comparação entre uma etnografia (*off-line*) e uma netnografia (*online*), refletindo sobre essas práticas. Discuti-se que na medida em que a utilização de comunicação mediada por computador pelos integrantes de determinados grupos sociais, no sentido que novas tecnologias são utilizadas, a netnografia pode sair de um modelo baseado apenas na análise de dados textuais extraídos do “campo” *online* e abarcar outros tipos de dados que podem permitir uma maior riqueza de detalhes na construção do conhecimento sobre os objetos considerados nos estudos dentro dos ambientes *online*. Por fim, o estudo permitiu compreender que essas possibilidades metodológicas podem se coadunar na busca por um melhor entendimento dos objetos de pesquisa, na medida em que a realidade hodierna pode ser considerada um *continuum* do *off-line* para o *online* ou vice-versa. Essas observações foram realizadas considerando as limitações deste trabalho, que apesar de limitarem suas contribuições, apontam possíveis caminhos que a pesquisa dentro desta temática pode seguir no futuro.

## 1. INTRODUÇÃO

O etnógrafo levanta, mas se encontra em sua casa, liga o computador, digita o endereço da comunidade virtual no *browser* e já está no campo. Lá, já transcritos e em farta quantidade, estão os discursos dos membros da comunidade. Uma comunidade da *internet*, cujo interesse comum é o consumo de algo. Opiniões, reclamações, dicas, sugestões, palpites. Um conjunto de discursos permeando o mesmo tema. Sujeitos de pesquisa: homens, mulheres e anônimos. Uma coleta de dados de pesquisa pronta e praticamente organizada para a análise do pesquisador.

Esse é o cenário que aparece construído na literatura acadêmica sobre pesquisa em marketing nos últimos anos sob a denominação de netnografia. Método que nasce em função da necessidade da academia de abordar um “novo” espaço, o virtual, o *online*.

O termo virtual não é entendido aqui como oposto do real. Parafraseando Castells (2006), as culturas consistem em processos de comunicação e todas as formas de comunicação são baseadas na reprodução e consumo de sinais, portanto, não há separação entre realidade e representação simbólica e a especificidade das novas tecnologias de informação e comunicação não induzem à realidade virtual, mas fomentam a construção da realidade virtual. A “[...] realidade, como é vivida, sempre foi virtual porque sempre é percebida por intermédio de símbolos formadores da prática com algum sentido que escapa à sua rigorosa definição semântica” (CASTELLS, 2006, p.459).

Assim, cada vez mais permeada pela tecnologia, difundida e ubíqua, a vida e o dia-a-dia das pessoas se molda em torno de novos artefatos. As tecnologias de informação e comunicação permitiram o advento de vários desses artefatos: telefones, celulares, computadores, internet, câmeras digitais, filmadoras digitais, comunidades virtuais, identidades virtuais.

Todo esse aparato tem mudado a maneira como as pessoas constroem a realidade, organizam seus grupos, se relacionam. Principalmente, pelos “novos” meios de comunicação que possibilitam a Comunicação Mediada por Computador (CMC), a qual utiliza não somente o computador, mas todos os periféricos que permitem à sociedade, ou a parte dela que tem acesso ao aparato, criar uma realidade *online*, vivida paralelamente ou em conjunto à realidade *off-line*, física, no sentido de não eletrônica/digital, como normalmente a conhecíamos.

Os mundos, *online* e *off-line*, não são necessariamente realidades separadas – mundo real *versus* mundo virtual – podem ser considerados um *continuum* da mesma realidade. De tal forma, o pesquisador deve desenvolver técnicas que o permitam analisar os dois extremos do *continuum*. Nesse sentido, é interessante notar que, dentre as comunidades ou os grupos que um pesquisador viria a estudar, pode-se destacar os puramente virtuais, ou seja, que só existem ou coexistem no ambiente virtual; as que existem tanto *online* quanto *off-line*; e as que existem puramente *off-line*.

Apesar das diversas dimensões, o pesquisador deve optar primeiro pelo seu tópico de interesse de pesquisa, para depois determinar o campo em função de levar ou não em consideração o fato de a comunicação poder ser mediada por computador; ser *online*, *off-line* ou ambos (Garcia et al., 2009). De qualquer forma,

[...] para continuar a explorar efetivamente alguns dos principais e contínuos problemas da pesquisa etnográfica, (tais como a natureza mundos sociais específicos e subculturas; a construção de identidade; as crenças; valores; e visões de mundo subjacentes a ação humana e à vida social; e a experiência da vida do dia-a-dia) os etnógrafos precisam incorporar a internet e a CMC nas suas pesquisas para entender

adequadamente a vida social na sociedade contemporânea. (Garcia et al., 2009, p. 53).

Dado esse contexto, diversos pesquisadores têm tentado acessar o que tem acontecido dentro dessa “nova realidade”. Nessa tentativa, uma das ferramentas que vem sendo utilizadas para alcançar esse objetivo é a denominada netnografia, que se pressupõe ser a “prática *online* da etnografia” (KOZINETZ, 2006, p. 279).

Assim, de fato são encontrados na “realidade física” – também considerada como: realidade *off-line* –, vários grupos de consumidores que interagem em torno de um objeto de consumo, clube do fusca, clubes de motos, aeromodelismo e vários outros. Esses espaços de interação, que são na maioria itinerantes, ou seja, não necessariamente ocorrem no mesmo local físico, agora tem lugar na dimensão “virtual” ou eletrônica.

Havendo a factibilidade da construção social de espaços virtuais, é lícito concluir que a netnografia é uma alternativa viável, em termos de pesquisa. Dada essa possibilidade, foi empreendida nesse trabalho, considerando um delineamento de ensaio teórico, a tentativa de verificar desenho, procedimentos, vantagens e desvantagens da netnografia, bem como questões éticas inerentes à sua utilização, conforme apresentados por vários trabalhos acadêmicos. Em tempo, realizou-se uma breve análise comparativa entre uma etnografia e uma netnografia na tentativa de entender melhor esses métodos.

## 2. A ETNOGRAFIA E A NETNOGRAFIA

Esse trabalho não se trata de uma renovação da etnografia, ou da condenação da forma como a etnografia foi, tem sido e ainda é tradicionalmente feita. Trata-se sim de considerar que o contexto social tem mudado em muitas dimensões ao longo dos anos, e que uma dessas dimensões é a tecnológica. Dadas tais mudanças, se considera necessário revisitar alguns conceitos, métodos, técnicas, de forma a entender como estes também podem ser aplicados no contexto atual. A etnografia é, segundo Beaulieu (2004), a “descrição sistemática do comportamento humano e da cultura organizacional baseada na observação de primeira mão. Tão logo novas formas de organização social e comunidades aparecem, os pesquisadores devem adaptar os seus métodos, a fim de capturar melhores evidências”.

Definir etnografia não é uma tarefa fácil. De acordo com Hair; Clark (2003, p.3), a “(...) visão mais estabelecida é a ligada à antropologia, [considerando a etnografia] como um método singular de observação. Outros se referem a ela enquanto conjunto de métodos, estratégia de pesquisa, um paradigma, uma estrutura mental (...)”. Sendo que os diferentes “sabores” da etnografia, considerando as tradições etnográficas enfatizadas por cada autor em seus trabalhos, tornam fútil o exercício de defini-la e fixar suas características essenciais (HINE, 1998).

Não obstante considerar que seja esse o caso, mas talvez, a dificuldade por parte de alguns pesquisadores em se definir o trabalho etnográfico tenha os levado a definir suas pesquisas como etnografias, quando, na verdade, estas se aproximariam mais de outras metodologias como pesquisa documental (como em Kozinetz, 1998). Por outro lado uma questão interessante é levantada por Mitsuishi (2006, p.7):

[...] o uso persistente do termo etnografia na pesquisa *online* é determinado em parte por causa da idéia - ou a construção - do ciberespaço. Toda cultura está inserida em um espaço, e a etnografia tradicionalmente surgiu a partir da investigação de outras

culturas em outras terras. Uma abordagem fenomenológica não depende de um espaço, nem um estudo de caso, ou uma análise de discurso. Seria a idéia de cyberspaço essencial à etnografia *online*?[...]

Isto poderia ser considerado uma justificativa para o uso indiscriminado do termo etnografia em diversos estudos online, pois considerando que a dependência da noção de espaço em estudos etnográficos existe – uma perspectiva etnográfica considera a apropriação ativa do um campo pelos pesquisadores e como isso instrui os seus estudos da concepção à divulgação (ALVARADO, José G.; ÍÑIGUEZ-RUEDA, 2009, p. 8) – e que, por conseguinte, para levar a cabo uma pesquisa com uma comunidade online seria necessária a compreensão do campo no qual aquela comunidade se construiu e é construída, os pesquisadores podem fazer essa conexão, obviamente existem posições prós e contras.

A noção de comunidade, uma importante unidade para o entendimento antropológico, tem sido considerada ilusória quando considerada no contexto online, como para-social ao invés de ser um fenômeno real. Há trabalhos que mostram que o CMC na verdade não é rica o suficiente como um modo de interação significativo para sustentar relações sociais, criticando a própria idéia de cyberspaço. Além da questão acerca da falta de interação face a face e a falta da noção de lugar no qual empreender o trabalho de campo. Por outro lado, outros autores defendem que os métodos etnográficos são na realidade bem adequados ao estudo na Internet, considerando questões como múltiplas identidades e o dinamismo das comunidades. (BEAULIEU, 2004)

Contudo, mais uma vez, não está se defendendo aqui o estatuto de uma nova etnografia, mas buscando se entender como a mesma tem sido base de apoio para pesquisadores interessados em lidar com comunidades *online*. Senão utilizando de suas técnicas, procedimentos ou orientações, pelo menos da noção de etnografia, quiçá, de forma equivocada.

De qualquer forma, equivocada ou não, o uso da noção de etnografia no contexto *online* não se dá sem ônus, “o fato de a etnografia *online* descrever lugares que não são espaços cria, para o etnógrafo, um dilema, pois não há lugar óbvio para ir para realizar o trabalho de campo”. (RUTTER; SIMTH, 2002, p. 1).

A etnografia virtual não é um avanço de um novo método para substituir um antigo, e sim, é apresentada como uma forma de trazer em foco tanto os pressupostos nos quais a etnografia é baseada, e as características que são consideradas especiais no que diz respeito às tecnologias envolvidas. (HINE, 1998, p. 1)

Considerando a possibilidade de desenvolver trabalhos orientados por elementos etnográficos no que tange a metodologia, ou ao próprio delineamento da pesquisa, mais uma vez, talvez partindo de uma noção equivocada, diversas tentativas metodológicas de empreender a etnografia na internet têm sido realizadas, dentre elas, um método específico é a netnografia.

A origem da netnografia é um tanto controversa, enquanto autores como Rocha, Barros e Pinheiro (2005), e Pinto et al. (2007) atribuem a criação do termo “netnografia” a Robert V. Kozinets – termo sugerido por um anônimo segundo o autor – que em 1997 desenvolveu um estudo sobre o consumo de sub-culturas, especificamente, da sub-cultura dos fãs do seriado norte americano Arquivo X; a autora Braga (2006), afirma que:

O neologismo “netnografia” (nethnography = net + ethnography) foi originalmente cunhado por um grupo de pesquisadores/as norte americanos/as, Bishop, Star, Neumann, Ignacio, Sandusky & Schatz, em 1995, para descrever um desafio

metodológico: preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico para “seguir os atores.” O estudo em questão testava novos equipamentos para o desenvolvimento de uma biblioteca digital da Universidade de Illinois, parte de um projeto de maior escala para o desenvolvimento de tecnologias de base para uma infra-estrutura de informação global. O objetivo era ainda entender o uso (tanto factual quanto virtual) a partir de um número de pontos de vista, e em uma larga escala crescente. (BRAGA, 2006, p. 4).

Ainda, durante esta pesquisa, foi encontrado o trabalho de Paccagnella (1997), que apesar de não denominar o seu estudo como uma netnografia, vem abordar a questão da etnografia digital, ou ainda, em meio eletrônico.

A netnografia apresentada por Kozinets em seus diversos trabalhos (KOZINETS, 1997, 1998, 2002, 2006) tem como foco uma área bem específica, a pesquisa de consumidores, e se propõe a abranger os fenômenos que acontecem *online*, na tela do computador, não generalizando as descobertas para fora deste contexto. Comunidades *online*, *newsgroups*, *salas de bate papo*, *listas de e-mail*, *homepages* pessoais, e outros formatos para compartilhamento de idéias, construção de comunidades e contato com companheiros consumidores são considerados fontes objetivas de informações (KOZINETS, 2002). Aqui, apesar de essas relações tomarem lugar em uma realidade “virtual”, pressupõe-se que as interações nesse espaço afetam os comportamentos fora dele, inclusive, e principalmente, dado o foco desse método, no comportamento dos consumidores.

A definição de netnografia tem mudado ao longo do tempo. Inicialmente, não se tratava de um método em si, mas de uma “descrição por escrito de uma cultura online instruída pelos métodos da antropologia cultural” (KOZINETS, 1997, p. 470), que são, por excelência, abrangidos pela etnografia.

Posteriormente, seu recorte foi se tornando mais específico, e suas características detalhadas, sendo tratada como uma metodologia qualitativa, concebida para investigar comportamento de consumo de culturas e comunidades presentes na internet, como adendo à definição anterior (KOZINETS, 1998).

Com o tempo, a definição de netnografia mantém a orientação etnográfica, e é considerada uma adaptação da etnografia a estudos de comunidades online, sendo netnografia considerada sinônimo de “etnografia na internet” (KOZINETS, 2002, p. 61), ou ainda, mais atualmente, como a “prática *online* da etnografia” (KOZINETS, 2006, p. 279). Deve-se considerar que, de acordo com Murthy (2008, p. 839), “invocações de ‘etnografia digital’, ‘hipermídia’, ‘etnografia virtual’, e nova mídia podem, naturalmente, parecerem similares mais a estilo do que a substância, levando-nos a dúvidas sobre o seu real rigor”.

O termo netnografia, como a própria denominação demonstra, obviamente mantém relação com o método etnográfico, intuitivamente, por tentar estudar grupos ou culturas, no caso da netnografia, grupos ou culturas *online*. Segundo o próprio Kozinets: “minha orientação foi autenticamente etnográfica: adequando-me como pertencente à cultura e ganhando a perspectiva e a experiência de um membro de uma comunidade virtual que eu estava investigando, enquanto perseguia o objetivo da pesquisa cultural (KOZINETS, 1998: 75, apud ROCHA; BARROS, PEREIRA, 2005)

A principal diferença entra a netnografia e sua precursora, a etnografia, seria que a primeira parte da observação do discurso textual no contexto *online*, e a identidade do informante nesse contexto é duvidosa; enquanto que a etnografia foca no discurso e no comportamento observado durante a etnografia face a face, na qual as pessoas buscam apresentar uma auto-imagem mais cuidadosamente cultivada e controlada. Assim, a etnografia estaria mais próxima, devido ao encontro face a face, da interação, e da observação

de comportamentos, de uma auto-imagem, e de uma identidade, mais autêntica. (KOZINETZ, 2002).

Aqui cabe mais uma diferenciação, que é a comunicação escrita *versus* a comunicação oral, no que concerne ao impacto nos dados advindos dessas duas modalidades de comunicação. Segundo Dholakia e Zhang (2004, p. 3):

na comunicação escrita as pessoas são capazes de selecionar cuidadosamente o que querem falar, quanto querem falar e como querem falar, sem serem interrompidas antes de terminar seu argumento. Elas são mais articuladas e trabalham duro para escrever o que elas querem dizer. Por outro lado, a CMC é mais informal do que os textos normais. E é caracterizada como uma “fala escrita” – um texto baseado na comunicação a meio caminho entre a comunicação escrita e a fala.

Apesar da netnografia poder ser apresentada como sinônimo de pesquisa com base em dados textuais, de preferência facilmente extraídos em grandes porções a um custo baixo e economizando tempo, essa é uma perspectiva relativamente antiga de CMC existentes e que fornecem dados que podem ser analisados. Uma perspectiva mais atual será apresentada nesse ensaio; nesse momento será desenvolvida a noção que deu origem à netnografia de Kozinets, enquanto método baseado em elementos textuais encontrados na internet: suas vantagens e desvantagens, procedimentos, limitações e questões éticas.

### 3. ESTUDOS EM NETNOGRAFIA: PROCEDIMENTOS

Conforme foi mencionado na introdução, a netnografia pode abarcar três tipos de estudos: “(1) como uma metodologia para estudar culturas cibernéticas “puras” e comunidades virtuais, (2) como uma ferramenta metodológica para estudar culturas cibernéticas e comunidades virtuais derivadas, e (3) como uma ferramenta exploratória para estudar tópicos em geral”. (KOZINETS, 1998, p. 367)

Como em outros métodos de pesquisa, a netnografia possui um corpo de procedimentos organizado por Kozinets (2002) e replicado por diversos outros autores (LANGER; BECKMAN 2005; ROCHA; BARROS; PEREIRA, 2005; SANDLIN, 2007). Os procedimentos são: (1) *entrée*, (2) coleta de dados, (3) análise e interpretação, (4) ética de pesquisa e (5) validação com os membros pesquisados (*member checks*).

O procedimento de *entrée* constitui a formulação da pergunta de pesquisa e a identificação da comunidade online de interesse para o estudo. Algumas características que ajudam a identificar uma comunidade online pesquisável e que devem ser levadas em consideração são: um segmento, tópico ou grupo focado e relevante para a questão de pesquisa, alto tráfego de postagens, alto número de membros que postam mensagens; dados mais detalhados e descritivamente ricos, e mais interações entre membros do tipo necessário às perguntas de pesquisa. Sendo que o pesquisador deve passar algum tempo entendendo as características e normas do grupo (SANDLIN, 2007)

A coleta de dados envolve copiar diretamente os dados da *homepage* ou do site da comunidade em questão e a observação das interações e dos sentidos da comunidade e dos seus membros (LANGER; BECKMAN, 2005). Os dados ainda podem consistir de notas de campo do pesquisador sobre as experiências de campo, combinados com artefatos da cultura ou comunidade. Pode haver ainda, fotografias ou trabalhos de arte e arquivos de som (KOZINETS, 1998). É importante atentar-se ao termo experiência de campo em detrimento a observação, pois segundo Garcia et al. (2009, p. 58),

“[...] Walstrom (2004a and 2004b) usa o termo “experimentador-participante” ao invés de observador-participante, para caracterizar a natureza do papel do pesquisador [...] que implica no papel de contribuinte ativo do grupo sendo estudado. Este papel se refere especificamente ao pesquisador que tem experiência pessoal com o problema central sendo discutido pelo grupo de participantes.

A análise e a interpretação se referem à classificação, análise de codificação e contextualização dos atos comunicativos, para a qual Langer e Beckman (2005) utilizaram análise de frequência como suplemento à análise textual qualitativa. A utilização de softwares que auxiliam a análise qualitativa como o Atlas.ti e o Nvivo são recomendadas.

No que diz respeito à ética de pesquisa, o pesquisador precisa cumprir várias atividades para garantir a idoneidade da pesquisa, dentre elas: se apresentar para a comunidade, garantir confiabilidade e anonimato aos indivíduos pesquisados, buscar e incorporar os *feedbacks* da comunidade, ter uma posição cuidadosa quanto à questão de informações públicas/privadas e conseguir consentimento informado (LANGER; BECKMAN, 2005).

Por fim, deve-se realizar o *member check*, ou seja, a validação do relatório de pesquisa junto aos indivíduos pesquisados, para ter mais validade das interpretações acerca de observações realizadas, e permitir aos pesquisados apresentarem suas opiniões sobre o que foi escrito, se está coerente ou não com a realidade que eles vivem.

A partir desse conjunto de procedimentos, o pesquisador poderia desenvolver uma pesquisa netnográfica, deparando-se com vantagens e desvantagens que são próprias do método.

### 3.1. Análise Comparativa ‘A Luz Dos Procedimentos Netnográficos

Buscando uma melhor compreensão do método netnográfico, decidiu-se por realizar uma comparação superficial entre etnografias realizadas *off-line* e *on-line*, na intenção de verificar se há diferenças em termos de procedimentos. Para dar cabo desse processo, foram escolhidas um exemplar de cada método. Como exemplar do método etnográfico, recorreu-se ao livro de Whyte (1993), intitulado “*Street Corner Society: the social structure of a italian slum*”, no qual foi desenvolvida uma etnografia em um bairro pobre de imigrantes italianos no sul de Boston; e como exemplar do método netnográfico, recorreu-se ao livro de Shaap (2002), intitulado, “*The Words That Took Us There: ethnography in a virtual reality*”, desenvolvida em um mundo virtual, e que tinha como objeto o tema gênero. Apesar de essa netnografia não se basear em consumo, como os trabalhos de Kozinetz, ele se dá com base em atos comunicativos textuais em uma comunidade que existe totalmente *online*.

Essa comparação que se dá em relação aos procedimentos considerou as seguintes etapas: (1) *entrée*, (2) coleta de dados, (3) análise e interpretação, (4) ética de pesquisa e (5) validação com os membros pesquisados (*member checks*).

Quanto à *entrée*, na etnografia conduzida por Whyte (1993), o autor revela suas desventuras no processo de interação com os atores do grupo de estudo, as pessoas da comunidade italiana, até encontrar alguém que lhe indica uma pessoa que poderia ajudá-lo. Nesse processo, o autor fixa residência por três anos na região que vai estudar, à semelhança dos antropólogos que buscavam estudar tribos em lugares inóspitos. Na netnografia conduzida por Schaap (2002), o autor utiliza do *covert research*, se inscrevendo na comunidade *online* e acompanhando as suas atividades antes de começar a participar ativamente das atividades do grupo, ainda segundo o autor ele acompanhou e participou da comunidade por dois anos, estando conectado até 16 horas por dia durante o acompanhamento. Diferentemente de Whyte

(1993), Schaap (2002) pode aproveitar da flexibilidade espacial, não tendo que se deslocar fisicamente para o campo, podendo acessá-lo a partir do computador. Diferentemente de Whyte (1993), Schaap (1993) faz um esforço maior na tentativa de justificar seu campo, *online*, e a própria existência e validade do mesmo.

A coleta de dados realizada por Whyte (1993) utilizou principalmente a observação participante, e entrevistas não estruturadas com os atores. Enquanto o trabalho de Schaap (2002), apesar de tratar-se da análise de um MUD (*multi user domain*), uma espécie de jogo *online* construído e apresentado textualmente na internet, toda a realidade é tratada de forma textual, ele participa dessa comunidade, por meio da leitura do que de fato acontece, dada a sua forma de realização, participa, na medida em que escreve e ajuda a construir a realidade desse grupo. A análise dos *logs* (gravação em base de dados dos diálogos e textos construídos ao longo da participação dos jogadores); questionários e entrevistas – realizados *on line* – foram as fontes de dados do autor.

Na análise e interpretação dos dados nenhum dos autores descreve a utilização de nenhuma técnica específica. Essa etapa é de difícil análise, pois, enquanto Whyte (1993) escreve um livro buscando mais descrever uma comunidade, utilizando a teoria de análise de redes sociais como instrumento para esquematizar e ilustrar essas redes dentro daquela comunidade, o autor não foca em desenvolver avanços teóricos nesse trabalho; esse trabalho é sim o conjunto de dados que permite a ele desenvolver posteriormente sua tese de doutoramento, aos moldes acadêmicos. O livro de Schaap (2002), por outro lado, leva a cabo uma forma de escrita, segundo o próprio autor, pós-modernista, diferente dos modelos de pesquisa acadêmicos mais ortodoxos, o que dificultou a análise de técnicas específicas de análise e interpretação dos dados.

Na dimensão ética de pesquisa, Whyte (1993) foi cuidadoso em resguardar os membros da sua pesquisa, criando pseudônimos para lugares e pessoas, de modo a não caracterizar o local ou os participantes da pesquisa, sendo que somente depois de 50 anos do seu trabalho foi realizada uma edição – a qual foi aqui analisada – na qual esses pseudônimos foram revelados em um apêndice que apresenta o desenvolvimento do trabalho etnográfico do autor. Na medida do possível, e de maneira a não comprometer a pesquisa, o autor buscou revelar aos participantes que estaria escrevendo um livro sobre a comunidade. Schaap (2002), por outro lado, utilizou *covert research* para sondar a comunidade antes de efetivamente participar dela, o que, apesar de eticamente discutível, na prática permitiu ao pesquisador se aproximar do objeto sem afetar ou interferir nas atividades cotidianas. Deve ser salientado o fato de que o tema que o autor optou, gênero, é polêmico, o que vai ao encontro das demais pesquisas que tem utilizado o modelo de pesquisas eletrônicas apresentadas a seguir nesse trabalho.

A questão de validação pelos entrevistados (*member check*) foi realizada por Whyte (1993), na medida em que ia mostrando ao seu principal informante o desenvolvimento do seu trabalho, o que o ajudou no desenvolvimento. Schaap (2002) não demonstrou essa validação, valendo-se dos *logs* produzidos no período da sua pesquisa para desenvolver sua análise.

#### 4. ESTUDOS EM NETNOGRAFIA: VANTAGENS E DESVANTAGENS

A exemplo do estudo desenvolvido por Schaap (2002), a netnografia como uma proposta de método de pesquisa é levada adiante por vários pesquisadores que têm conduzido diversos trabalhos. Alguns desses estudos foram levantados por Sandlin (2007), e incluem tópicos como:



[...] casamentos entre culturas (Nelson and Otnes, 2005); novos movimentos sociais de ativismo consumidor tais como aqueles focados em anti-publicidade, anti a empresa Nike, e anti comidas geneticamente desenvolvidas (Kozinets and Handelman, 2004); a organização de direitos humanos *Queer Sisters* com base em Hong-Kong (Nip, 2004); comunidades *online* de café (Kozinets, 2002a); fãs de Jornadas nas Estrelas (Kozinets, 2001); comunidades de boicote ao consumo (Kozinets and Handelman, 1998); Fãs de Arquivo X (Kozinets, 1997); e o consumo de nostalgia por meio de marcas retro como o novo Beetle da Volkswagen e Star Wars Episódio I – A Ameaça Fantasma (Brown *et al.*, 2003). (SANDLIN, 2007, p. 289).

Outros tópicos levantados por este estudo incluem: cirurgia cosmética (LANGER; BECKMAN 2005), negociação de significados de consumidores de revistas (SANDLIN, 2007), e usuários de bibliotecas digitais (PINTO et al., 2007). Dados os vários estudos que partem da proposta do método netnográfico, é interessante verificar quais seriam suas vantagens e desvantagens.

#### 4.1. Vantagens

Uma série de vantagens é associada à netnografia, sendo considerado um método não obstrutivo, que toma menos tempo, menos esforço e tem menor custo, em relação a outros métodos como: entrevista, grupo de foco ou etnografia (KOZINETS, 2002). Ainda, proporciona flexibilidade temporal e espacial, bem como o equacionamento de poder pesquisador *versus* pesquisado.

As vantagens de tempo, esforço e custo menores concernem a diversas situações. (1) O pesquisador pode extrair os discursos prontos da internet, praticamente automaticamente transcritos, sem precisar passar, por exemplo, por um protocolo de entrevista, com gravação e transcrição, o que também evitaria problemas com “caprichos da memória” (livrando o pesquisador do uso de notas de campo, para uma reflexão mais introspectiva do que retrospectiva). (2) Uma vasta busca que pode ser feita *online*, diferentemente do que é feito na etnografia face a face, sendo os dados abundantes e fáceis de obter. (3) A validação pelo respondente é mais simples e conveniente, dado o baixo custo da comunicação mediada por computador, podendo ser feita por meio de uma página na internet ou envio de material como anexo via e-mail e ainda a possibilidade de utilização atualmente, de conversas face a face com programas como o *Skype* ou *MSN Messenger*. (4) A extração e a coleta de comentários dos informantes são também simplificadas pelo uso do e-mail (KOZINETS, 1998, 2002).

Essas vantagens apresentadas, relacionadas a procedimentos de pesquisa, como tempo, esforço e custo menores, não são exclusivas da netnografia; entrevistas *online*, *surveys online*, e outras técnicas que permitem o desenvolvimento de alguns de seus procedimentos mediados por computador, também trazem, no todo ou em parte, esses benefícios (por ex. HELSON, 2003). De tal forma, não é o método em si que traria essas vantagens, mas o meio que o viabiliza.

A questão de ser o método não obstrutivo também levanta dúvidas no que diz respeito a questão ética; por exemplo: o fato do pesquisador ter o consentimento informado do grupo leva o grupo a ter consciência de que ele estará sendo observado, isso pode ter um efeito no seu comportamento, enviesando a pesquisa da mesma forma como outra técnica fisicamente presencial faria. “É o anonimato do pesquisador que o permite espreitar o ambiente de comunicações online conduzindo uma verdadeira observação não obstrutiva” (DHOLAKIA; ZHANG, 2004, p.4).

Revelar a presença do pesquisador ou contatar os membros da comunidade para obter sua permissão para usar qualquer *post* específico enfraqueceria uma das maiores vantagens do método, a saber, sua não obstrução. Os pesquisados poderiam opor-se à pesquisa e não produzir mais *posts*, o que levaria, em última instância, a uma deturpação das considerações dos usuários acerca do tópico, com apenas os usuários mais articulados e aqueles que se sentem menos afetados pela sensibilidade do tópico sendo incluídos na análise (LANGER; BECKMAN, 2005).

Os autores Dholakia e Zhang (2004) consideram ainda duas outras vantagens advindas da netnografia: a flexibilidade temporal e a flexibilidade espacial. A flexibilidade temporal diz respeito ao fato de que a netnografia pode ser baseada em dados gerados por meio de comunicação assíncrona, diferentemente de outras técnicas qualitativas; pressupondo que essas informações não se perdem, ao invés disso, os dados são armazenados no ciberespaço, esperando para ser baixados pelos pesquisadores quando conveniente. Outro benefício é que os pesquisadores podem conduzir pesquisas longitudinais para descobrir e entender as dinâmicas e a evolução de padrões a partir dessas informações armazenadas no ciberespaço.

A flexibilidade espacial proposta por Dholakia e Zhang (2004) remete ao conceito de campo, que pressupunha um local geograficamente delimitado na etnografia tradicional, enquanto que a netnografia, devido ao campo estar *online*, permitiria conduzir trabalhos de campo entre culturas e entre regiões.

Pautado em uma perspectiva crítica, Murthy (2008) levanta como vantagem, a possibilidade de ferramentas baseadas em CMC, como o blog, permitirem a participação dos pesquisados nas descobertas, dando voz a eles sobre os achados sobre eles mesmos, equacionando a relação de poder existente entre pesquisador e pesquisado.

#### 4.2. Desvantagens

Por outro lado, algumas desvantagens da netnografia são: excesso de informação, não possibilidade de observar a linguagem corporal, foco em dados textuais, falta de confiança nos dados obtidos ou nas fontes, falsa noção de neutralidade.

O (1) excesso de informações se dá devido ao ambiente de informações fáceis e abundantes que é a internet (KOZINETS, 1998; DHOLAKIA; ZHANG, 2004); (2) a impossibilidade de analisar a linguagem corporal que ocorre devido o método não ser presencial e o pesquisador não poder observar (ROCHA; BARROS; PEREIRA, 2005); (3) “a utilização apenas de dados textuais pode tirar a oportunidade de perceber os sentidos intersubjetivamente partilhados pelo grupo em exame” (Braga, 2006, p. 9); a falta de confiança advinda dos dados dos entrevistados ocorre devido a problemas de validação e o anonimato que a CMC permite (KOZINETS, 1998; HEWSON, 2003); o falso ar de neutralidade que a internet proporciona, mas que na verdade é um espaço de relações de poder, sendo as análises sempre enviesadas por histórias pessoais e normas sociais, como a falta de inclusão digital por diversos grupos sociais, que seriam vozes não ouvidas nas pesquisas (MURTHY, 2008)

O conjunto apresentado de desvantagens remete a problemas ligados, de maneira geral, à semelhança do que ocorre com as vantagens, ao meio que a pesquisa se dá, ou seja, são próprias da relação mediada por computador. Quando trata de entrevistas online surge uma indagação: “(...) como podemos saber se eles [os entrevistados], não estavam intoxicados, sobre a influência de outras drogas, ou distraídos durante a participação?” (HEWSON, 2003, p.292)

Essa questão torna-se um dilema na medida em que nas interações online há uma troca ocorrendo, e a mesma liberdade que permite às pessoas mentirem sobre elas mesmas e sobre suas opiniões, também permite a outras expressarem aspectos pessoais, ambições e conflitos internos, que de outra forma permaneceriam escondidos (KOZINETS, 1998; LANGER; BECKMAN, 2005; DHOLAKIA; ZHANG, 2004).

Para suavizar essa situação, Kozinets (2002) recorre a Wittgenstein e afirma que considerando que se está analisando o discurso, e não a pessoa, dentro da perspectiva de jogos de linguagem – na qual se considera que colocar um texto na internet é uma ação social –, essa problemática é amenizada. “Se esse for o caso, então, todo aspecto do ‘jogo’ (o ato, tipo, e conteúdo da colocação; o meio, e assim por diante) é em si dado observacional, capaz de ser confiável” (KOZINETS, 2002, p. 64).

A generalização também é um problema que deve ser levado em conta. Como o foco do pesquisador é estreito, localizado e específico, qualquer tipo de generalização poderá induzir a erro. Para escapar desta situação, [...] sugere [-se] que o netnógrafo tenha sempre em mente que há uma especificidade social em quem utiliza a Internet regularmente. Principalmente se considerarmos a ainda incipiente entrada da informática no dia-a-dia dos brasileiros, pode-se afirmar que apenas uma mínima parcela da população cultiva este hábito. (ROCHA; BARROS; PEREIRA, 2005, p. 14)

Assim sendo, se o pesquisador optar por estudar determinado grupo *online*, os achados, sobre esse grupo, não poderão ser inferidos para outros grupos fora do ambiente em que a pesquisa foi realizada. Os grupos *online*, pela questão da não homogeneidade, simplesmente considerando quem nem todos os grupos populacionais se encontram na internet, podem ser em si, fonte de viés em um argumento científico que busca generalização.

## 5. ESTUDOS EM NETNOGRAFIA: QUESTÕES ÉTICAS

Existe na literatura acerca do tema netnografia ou etnografia digital muita discussão sobre questões éticas, sendo que duas delas se destacam nos trabalhos pesquisados: a questão domínio público *versus* privado; o *lurking* ou *covert research*, que se configura no ato de pesquisar às escondidas, sem o conhecimento ou consentimento do pesquisado.

No que tange à questão de domínio público *versus* domínio privado, questiona-se a possibilidade de utilização dos dados da internet como dados públicos. Assim sendo, discursos, perguntas, informações disponibilizadas em *homepages* pessoais seriam informação pública? Garcia et al. (2009) apontam para o fato que a internet não é um “espaço” físico, e que a questão de domínio está ligada à acessibilidade da informação. Se a informação é acessível, então seria pública. Por outro lado, pode-se optar pelo consentimento informado, pedindo para as fontes a permissão da utilização de suas informações na pesquisa. O que soaria como uma solução eticamente viável, porém arriscada, devido ao fato de os pesquisados decidirem por não permitirem o uso das informações.

O *lurking* ou *covert research* é mais facilmente realizado em um entorno de CMC, dado que dificilmente alguém saberia por que alguém está lendo os *posts* de sua comunidade, ou ainda, quem é aquele anônimo ou aquele novo membro do grupo realmente, e quais são seus interesses. Existem argumentos pró e contra.

Para autores como Langer e Beckman (2005) e Sandlin (2007), em favor de argumentos pró encontram-se aqueles que desenvolvem pesquisas sobre tópicos sensíveis, como sexo, obesidade, doenças, homossexualismo, dos quais algumas pessoas têm dificuldades em expressar por meio de uma pesquisa etnográfica, face a face, tradicional, mas

que dissertam livremente em comunidades com seus pares na internet. Para os autores como Kozinetz (2002), em favor de argumentos contra é levada em consideração a questão ética do anonimato dos pesquisados. “A ética, portanto, é um dos grandes debates entre os estudiosos da Internet, já que se subjetiviza aquilo que deveria ser objetificado: o campo da pesquisa”. (ROCHA, BARROS; PEREIRA, 2005, p. 10)

## 6. DISCUSSÃO

Dado todo esse quadro levantado acerca desse recente método de pesquisa, algumas perguntas ainda ficam sem resposta. É possível realizar uma descrição densa (*thick description*) aos moldes realizados pela etnografia, *online*? Partindo-se do pressuposto que se está estudando um grupo que só existe dentro da internet, ou seja, *online* – não que os indivíduos vivam dentro da internet –, que interajam somente por esse meio e que sua existência seja limitada a ele, parece válido dizer que sim, que é possível.

Para Braga (2006), dado a não presença física, seria possível, a partir de uma observação, por conseguinte, não-participante, apreender a cultura de um grupo? A própria autora responde que sim, pois, mesmo que invisível – por exemplo: no caso de *covert research* ou *lurking* – há a “[...] participação no grupo, que irá viabilizar a apreensão de aspectos daquela cultura possibilitando a elaboração posterior de uma descrição densa, que demanda uma compreensão detalhada dos significados compartilhados por seus membros e da rede de significação em questão”. (BRAGA, 2006, p. 5).

Além disso, para grupos *off-line*, mas que utilizam CMC, a netnografia pode ser uma ferramenta para auxiliar a etnografia tradicional, dado o contexto atual, no qual vários grupos que são de interesse acadêmico utilizam desse meio ou das tecnologias de informação e comunicação para se relacionarem. Nesse caso, entra-se na questão de triangulação de dados, também discutida na literatura, e que visa extrapolar a dimensão *online* para a dimensão *off-line*. Considerando assim,

[...] a validade da etnografia na contemporaneidade na observação de manifestações de formas da cibercultura, merece um aprofundamento que leve em conta a possibilidade de olhar o objeto, de aproximar-se dele de modo virtual, on-line e netnográfico, mas também, quando existir a chance, de modo presencial. (ROCHA; MONTARDO, 2005, p. 19-20).

Portanto, considerando-se que a etnografia é sobre contar histórias sociais, atualmente, os contornos dessas histórias, “feitos a mão”, têm sido substituídos pelos desenhos lineares auxiliados por computador. Contudo, apesar do furor de trabalhos acadêmicos utilizando a internet, os livros de metodologia qualitativa não têm feito muita menção à utilização da internet enquanto meio de pesquisa. Sendo que até mesmo as entrevistas gravadas demoraram trinta anos para o seu uso desde o seu surgimento, e o advento da tecnologia digital segue os mesmos passos (MURTHY, 2008).

Como dito no início do trabalho, a netnografia é relativamente antiga, e surgiu em uma época na qual a internet era fortemente baseada em conteúdo textual. Hodiernamente a realidade é outra, com a internet 2.0 e suas redes sociais, como *Orkut* e *Facebook*, e com os primeiros passos do surgimento da internet 3D, com o *Second Life* e o *Open Sims*, novas possibilidades de utilização da internet surgiram.

O trabalho de Murthy (2008), que tem experiência própria com questionários online, atesta as vantagens procedimentais da utilização da CMC. Ele argumenta que a utilização de

métodos online, como troca de e-mails, aumentou o número de pesquisados, bem como viabilizou acesso a entrevistas face a face, mais do que o contato direto face a face. A etnografia digital ajudou na etnografia física. Além disso, outros métodos como utilização de webcams para a criação de diários em vídeo pelos pesquisados é outra oportunidade que demonstra o pesquisado no seu dia a dia.

O autor descreve também as vantagens de diversas outras mídias presentes hoje na CMC, a web 1.0 e os questionários *online*; os vídeos, digitais que são mídias acessíveis hoje em dia, e que permitem que pessoas façam de sua vida um *reality show* para o deleite de telespectadores e pesquisadores, bem como permitem a construção de diários digitais pelos indivíduos pesquisados; a web 2.0 e o surgimento de redes sociais, que permitem acesso a cadeias de amigos que podem ser respondentes em potencial, contêm vastos armazéns de material multimídia de diversos grupos e movimentos sociais, possibilitam o *lurking*, permitem ao próprio pesquisador criar sua página, entre outros. E os blogs que foram comentados nos tópicos de vantagens e desvantagens do método netnográfico, como fontes de exercício de poder ou distribuição de poder (MURTHY, 2008).

Garcia et al. (2009) também fazem um *upgrade* na netnografia e demonstram que há mais tipos de dados passíveis de análise do que apenas informações textuais, como: o uso de fotos pelos participantes *online*, o uso de *avatares* (representações virtuais dos indivíduos), o uso de *webcams* por participantes *online*, e a gravação de usuários de computador.

Dado que a netnografia é uma possibilidade, e até mesmo uma necessidade em contextos mais fortemente baseados em CMCs, que ela tem evoluído em termos de ferramental de pesquisa, da simples análise de conteúdo textual (LANGER; BECKMAN, 2005) à análise de imagens e redes sociais online, ainda é necessário utilizar esse método considerando alguns cuidados. Para conter toda a euforia e propor uma utilização salutar do método netnográfico, Braga (2006), observa alguns aspectos acerca da utilização do termo CMC da perspectiva da etnometodologia sugere que o foco dos participantes da atividade referida, fosse sempre, na comunicação. Sendo ela o próprio fim e não constituinte de atividades mais amplas ou fazendo parte de um complexo de atividades similares, mas nunca idênticas. Ainda cita a questão do netnógrafo enquanto arqueólogo por opção, termo que empresta de Roy Turner para indicar os analistas – apenas textuais, e de logs no exemplo da autora – que optam por considerar apenas fragmentos e traços de uma sociedade em suas análises, quando a própria sociedade ainda está disponível.

Por fim, existem outras instâncias comunicativas além do CMC que devem ser consideradas. “[...] aspectos de outras instâncias, como da escritura de cartas e ofícios, dos telefonemas, do walktalk, do bip, do bilhete, por exemplo, também podem ser identificados [...]”. (BRAGA, 2006, p. 7).

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O inegável impacto do advento das tecnologias de informação e comunicação no dia a dia das pessoas tem mudado as formas como este é construído, tanto de forma substitutiva em algumas dimensões, com relacionamentos entre os grupos e os próprios grupos existindo totalmente e somente online, quanto de forma complementar em outras, com aquelas tecnologias permitindo “virtualizar” facetas dos relacionamentos dos grupos.

Essas recentes situações abriram a possibilidades de novas modalidades de pesquisas, utilizando as chamadas CMCs, que demandam cuidados específicos, mas que herdam problemas dos métodos *off-line*. Dentre essas novas modalidades de pesquisas destacou-se

aqui o método denominado netnografia, que apesar de incerto quanto a sua origem, foi considerado conforme proposto por Kozinets (1997, 1998, 2002, 2006), alinhado e normatizado aos moldes da etnografia.

Mais que apenas uma proposta, verificou-se que esse método tem sido utilizado, discutido e atualizado, à luz do avanço nos conhecimentos advindos da prática na utilização do método, bem como do avanço nas tecnologias de informação e comunicação, que permitem novas formas de explorar o cotidiano dos grupos ou culturas específicas.

Considerando a netnografia, como proposta por Kozinets, fica uma questão: o que diferenciaria a netnografia de sua precursora, a etnografia? Como se percebe até aqui, os procedimentos do método netnográfico seguem os desenhos propostos pela etnografia, o que já foi explicitado pelo próprio Kozinets (1997, 1998, 2002).

As vantagens ou desvantagens do método netnográfico se dão, em certa medida, mais em função da CMC, do que do método em si. As limitações, especificamente no que diz respeito ao foco na análise textual, seria própria da netnografia, diferentemente das diversas técnicas de coleta de dados e possibilidades de triangulação oferecidas pela etnografia tradicional. Quanto às questões éticas, estas podem ser atribuídas tanto a netnografia, quanto à etnografia, com exceção da problemática das informações *online*.

A comparação entre as etnografias desenvolvida por Whyte (1993) e Schaap (2002), demonstrou que algumas vantagens sobressaem ao método netnográfico, mesmo seus procedimentos sendo orientados pelo método etnográfico. Contudo, por outro lado, uma grande desvantagem que o método netnográfico carrega é uma possível diminuição no rigor, dado as suas limitações.

A pedra angular para a diferenciação entre a etnografia e a netnografia é o espaço em que se constituem os grupos ou as culturas, é desse ponto de partida que se percebe a principal diferença e necessidade específicas dos métodos. O mundo *online* em oposição ao mundo *off-line*, o lugar em oposição ao não-lugar. É a partir desse ponto que se verifica as especificidades da netnografia em relação ao método etnográfico, conforme exposto em seus procedimentos, vantagens, desvantagens, limitações e questões éticas. Por outro lado, se considera que a própria questão da necessidade da noção de espaço, pode ter levado as pesquisas netnográficas a demandarem de um caráter etnográfico – ou pelo menos emprestem a noção de etnografia – para justificar o seu desenho, dado seu objeto de estudo, as comunidades *online*.

O desafio que se coloca para o método etnográfico nesse contexto, não seria o de entrar em um embate com a netnografia, mas sim, como discutido, aproveitar-se dela, de forma a poder triangular uma maior quantidade de dados a serem encontrados na pesquisa, em situações que os grupos interagem tanto *online* quanto *off-line*, como dimensões de uma mesma “realidade”. Isso pode promover uma riqueza em termos de dados representativos da realidade de determinados grupos sociais sob estudo que seria profícua no processo de construção do conhecimento sobre os grupos sociais específicos na medida em que permitiria a construção de quadros mais amplos do contexto cotidiano dos mesmos.

Essa situação tem se consolidado, e tende a se consolidar ainda mais em função da difusão das tecnologias da informação e comunicação e sua ubiquidade na vida das pessoas. Na medida em que isso vai acontecendo, e que estes “artefatos” vão se tornando mais presentes no cotidiano dos grupos, o desafio que se desenha para a etnografia é o de assumir em suas práticas, essas novas realidades.

O contexto se reconfigura, e hoje e no futuro, talvez antes de o etnógrafo ir ao local físico de encontro do um grupo, ele poderá ir à página daquele grupo na internet, ver as atividades do grupo filmadas digitalmente, analisar as discussões *online*, e se ambientar ou ter

a experiência virtual, antes da observação e da aproximação em si. O que poderá abrir portas, ou fechar portas, em função da experiência do etnógrafo, e de como a pesquisa for conduzida. As possibilidades foram apresentadas, resta agora ir a campo, onde quer que ele esteja.

Dado as dimensões de espaço e ao objetivo deste trabalho, que foi entender a netnografia enquanto método de pesquisa instruído pela etnografia, diversas limitações ficaram expostas. A discussão acerca dos estatutos epistemológico e ontológicos da netnografia enquanto forma de pesquisa online não foram discutidos. Partiu-se da validade da noção de cultura *online* (*cybercultura*) ou ainda da noção de comunidades *online*, ou *cybercultura*. E não houve um endereçamento mais aprofundado à questão do rigor metodológico que é um ponto muito criticado nas pesquisas qualitativas. E ainda, não foram considerados problemas que são próprios do método etnográfico, e que também devem ser discutidos dentro da netnografia

Apesar disso, entende-se que esse trabalho dá continuidade a tentativa de construção de conhecimento acerca da utilização de metodologias de pesquisa *off-line* em contextos *online*, considerando aqui, especificamente a netnografia; e que contribui, considerando suas limitações, apresentando pontos que podem carecer de discussões mais aprofundadas, as quais poderão levar ao avanço no conhecimento sobre o tema que é atual, e que deve ser considerado e discutido dentro do contexto acadêmico.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVARADO, José G.; ÍÑIGUEZ-RUEDA, Lupicínio. Ethnography as a social science perspective: a review. **Psico**, v. 40, n. 1, p. 7-16, jan./mar. 2009.

BRAGA, Adriana. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. **UNIrevista**, v. 1, n. 3, p. 1-11, jul. 2006.

BEAULIEU, Anne. Mediating Ethnography: Objectivity and the Making of Ethnographies of the Internet. **Social Epistemology**, v. 18, n. 2-3, p. 139-163, apr./sep. 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2006. cap. 5.

DHOLAKIA, Nikhilesh; ZHANG, Dong. Online qualitative research in the age of e-commerce: data sources and approaches. **Forum: Qualitative Social Research**, v. 5, n. 2, p. 1-10, maio. 2004. Disponível em <<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/594/1290>>. Acesso em 01 abr. 2009.

GARCIA, Angela C. et al. Ethnographic approaches to the internet and computer-mediated communication. **Journal of Contemporary Ethnography**. v. 38; n. 52, p. 52-84, fev. 2009.

GEBERA, Osbaldo Washington Turpo. La netnografía: un método de investigación en internet. **Revista Iberoamericana de Educación**. v. 2, n. 47, p. 1-10, out. 2008. Disponível em <<http://www.rieoei.org/deloslectores/2486Gebera.pdf>>. Acesso em 1 abr. 2009.

HAIR, Neil; CLARK, Moira. An enhanced Virtual Ethnography: the Role of Critical Theory. In. International Critical Management Studies Conference, 3., 2003, Lancaster. **Anais**

- Eletrônicos...** Lancaster: \_\_\_\_\_, 2003. Disponível em <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.133.1904&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em 1 fev. 2010.
- HEWSON, Claire. Conducting research on the internet. **The Psychologist**. v. 16, n. 6, p. 290-293, jun. 2003. Disponível em <[http://ethics.grad.ucl.ac.uk/forms/hews\\_psychol.pdf](http://ethics.grad.ucl.ac.uk/forms/hews_psychol.pdf)>. Acesso em 4 maio. 2009.
- HINE, C. Virtual ethnography. In. Conference Proceedings of Internet Research and Information for Social Scientists, 1998, Bristol. **Anais Eletrônicos...** Bristol: \_\_\_\_\_, 1998. Disponível em <<http://www.sosig.ac.uk/iriss/papers/paper16.htm>>. Acesso em 1 fev. 2010.
- KOZINETS, Robert V. "I want to believe": a netnography of The X-Philes' subculture of consumption. **Advances in Consumer Research**. v. 24, p. 470-475, 1997.
- KOZINETS, Robert V. On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. **Advances in Consumer Research**. v. 25, p. 366-371, 1998.
- KOZINETS, Robert V. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. **Journal of Marketing Research**. v. 39, p. 61-72, fev. 2002.
- KOZINETS, Robert V. T Click to connect: netnography and tribal advertising. **Journal of Advertising Research**. p. 279-288, sep. 2006.
- LANGER, Roy; BECKMAN, Suzanne C. Sensitive research topics: netnography revisited. **Qualitative Market Research: An International Journal**, v. 8, n. 2, p. 189-203, 2005.
- MITSUISHI, Yara. The "ethnographic" at stake: notes on research design of online ethnographies. In. Trials & Tribulations Conference, 2006, Montreal, 2006. **Anais Eletrônicos...** Montreal: \_\_\_\_\_, 2006. Disponível em <[http://realidadesintetica.com/pdfs/mitsubishi\\_ymtrialtribulations.pdf](http://realidadesintetica.com/pdfs/mitsubishi_ymtrialtribulations.pdf)>. Acesso em 1 fev. 2010.
- MURTHY, Dhiraj. Digital ethnography: an examination of the use of new technologies for social research. **Sociology**, v. 42, n.5, p. 837-855, out. 2008.
- PACCAGNELLA, Luciano (1997). Getting the seats of your pants dirty: strategies for ethnographic research on virtual communities. **Journal of Computer Mediated Communication**, v. 3, n. 1. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/paccagnella.html>>. Acesso em 15 maio. 2009.
- PINTO, Virginia Bentes, et al. "Netnografia": uma abordagem para estudos de usuários no ciberespaço. In: Congresso nacional de bibliotecários, 9., 2007, Ponta Delgada. **Anais Eletrônicos...** Ponta Delgada: \_\_\_\_\_, 2007. Disponível em <[badinfo.apbad.pt/Congresso9/COM90.pdf](http://badinfo.apbad.pt/Congresso9/COM90.pdf)>. Acesso em 01 maio. 2009.
- ROCHA, Everardo Pereira Quimarães; BARROS, Carla; PEREIRA, Claudia. Perspectivas do método etnográfico em marketing: consumo, comunicação e netnografia. In: EnANPAD - Encontro da ANPAD, 29., 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: \_\_\_\_\_, 2005. 1 CD-ROM.



ROCHA, Paula Jung; MONTARDO, Sandra Portella. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. **E-compos**, p. 2-22, dez, 2005. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/55/55>>. Acesso em 01 maio. 2009.

RUTTER, J.; SMITH, G.W.H. Ethnographic presence in nebulous settings: a case study. In. ESRC Virtual Methods Seminar, Brunel, 2002. **Anais Eletrônicos...** Brunel: \_\_\_\_\_, 2002. Disponível em [www.cric.ac.uk/cric/staff/Jason\\_Rutter/papers/brunel.pdf](http://www.cric.ac.uk/cric/staff/Jason_Rutter/papers/brunel.pdf). Acesso em 01 fev. 2010.

SANDLIN, Jennifer A. Netnography as a consumer education research tool. *International Journal of Consumer Studies*. n. 31, p. 288–294, 2007.

SCHAAP, Frank. **The Words That Took Us There**: ethnography in a virtual reality. Amsterdam: Aksant Academic Publishers, 2002.

WHYTE, William F. **Street Corner Society**: the social structure of an Italian slum. 4 ed. Chicago: The University of Chicago Press, 1993.