

Netnografia e a pesquisa científica na internet

Samara Sousa Diniz Soares* 

Márcia Stengel 

PUC Minas. Belo Horizonte, MG, Brasil

Resumo: Este artigo tem como objetivo fomentar a discussão sobre a realização de pesquisas acadêmicas em ambientes *on-line* e, especialmente, em locais que soam como inadequados para a construção de um saber científico. Tendo como suporte metodológico a Netnografia e a descrição de um percurso metodológico que utilizou exclusivamente o Facebook como *lócus* de produção de dados, o que se conclui é que a possibilidade de invenção metodológica é, inegavelmente, um dos legados da internet para as pesquisas científicas – processo criativo que não pode excluir o rigor, a condução ética e a fidedignidade, características tão caras e imprescindíveis ao método de construção do conhecimento científico, mas que ainda impõem muitos desafios que precisam ser superados.

Palavras-chave: internet, pesquisa científica, netnografia, etnografia virtual.

Introdução

A relação do homem com as novas tecnologias digitais foi um campo relativamente marginal no final do século XX, mas agora tem sido considerada por muitos pesquisadores, de diferentes formações, parte essencial do conhecimento humanístico contemporâneo. Essa mudança de visão deve-se ao reconhecimento de que a sociedade se encontra cada vez mais organizada em rede (Castells, 2006), e que a internet constitui uma representação de práticas e interações sociais complexas jamais imaginadas.

Apesar de já não ser possível conceber um cotidiano que não seja mediado pelas tecnologias, a comunidade científica ainda engatinha no que diz respeito à apropriação da internet como objeto e/ou local de estudo na realização de pesquisas – vale ressaltar que as mídias podem ser objetos, campos e instrumentos de pesquisa; porém, esse descompasso entre realidade social e produção de conhecimento impacta direta e negativamente na capacidade de pesquisadores responderem às demandas atuais.

As mudanças psicossociais ocasionadas pela internet requerem dos cientistas a criação de outras maneiras de estudo de seus fenômenos (Ferraz, 2019). Em um cenário cada vez mais digital, os métodos de pesquisa precisam acompanhar a realidade. Essa mudança de prática não significa, entretanto, abandonar perspectivas antigas de trabalho, mas reinventar e reconstruir seus processos e técnicas de forma a permitir a melhor compreensão de fatos tão complexos e tipicamente contemporâneos. Desprezar a condição digital no contexto atual é ignorar o fenômeno social da nossa era.

Assim como George Marcus (1994) – sensível às mudanças individuais e coletivas impostas pela Modernidade – analisou os dilemas que a etnografia precisaria enfrentar para compreender sua época e oferecer respostas condizentes com ela, hoje também é necessário perceber que a globalização e o capitalismo trouxeram transformações inusitadas. O deslocamento metodológico que Marcus (1994) fez ao propor uma etnografia a partir das novas identidades pessoais e coletivas, forjadas pelas mudanças de sua época, revelam a necessidade de repensar métodos quando situações psicossociais se alteram.

O etnógrafo deve acompanhar ativamente as mudanças socioculturais e ser capaz de analisar as implicações psicossociais (Sánchez, 2017). A interconectividade, diversidade, flexibilidade e variedade do ciberespaço requer o rompimento dos padrões invariáveis e tradicionais em procura de novas soluções, possibilitando a invenção e a criatividade (Lima, 2014). De acordo com Ferraz (2019), “as chaves que abrem a compreensão das tecnologias da comunicação estão na adaptação das técnicas metodológicas que se dão pela aproximação integral ao campo de estudo, explorando-o para entender como as atividades se dão.” (p. 59-60).

Nesse contexto psicossocial complexo e provocativo, cuja invenção se configura como uma condição para obter respostas de questionamentos igualmente complexos – como fazer, aplicar e pensar de forma empírica e inventiva os problemas de pesquisa propostos, isso sem perder a austeridade científica, têm sido um desafio enfrentado pelos pesquisadores. Desafio, inclusive, que este trabalho visa enfrentar para contribuir com a reflexão da produção científica em tempos de hiperconexão.

*Endereço para correspondência: samarasousadiniz@gmail.com



A netnografia enquanto método de pesquisa

Investir na pesquisa científica de forma consciente e criativa, aproveitando toda a diversidade e variedade de dados que o ambiente virtual nos apresenta, se faz necessário. A netnografia (*nethnography*=*net*+*ethnography*), método predominantemente usado para análise das mídias sociais (Santos & Gomes, 2013), surgiu em função da necessidade de pesquisadores abordarem o mundo on-line em suas pesquisas.

A etnografia, quando associada ao campo on-line, tem sido apropriada por muitas áreas que vão além da antropologia – daí sua variedade de nomes e usos. Netnografia, etnografia virtual, webnografia, etnografia digital, etnografia em mídias sociais ou etnografia on-line são alguns exemplos dessa variedade. Enquanto o termo netnografia é mais usado pelos pesquisadores da área do marketing e da administração, etnografia virtual é mais utilizada pelos pesquisadores das ciências sociais e antropologia (Amaral, Natal, & Viana, 2008). A despeito do que possa parecer, a extensão do método para outras práticas e ciências não corrompe a antropologia ou o próprio método; pelo contrário, os atualiza mediante o contato com um universo de possibilidades de estudos em constante movimento (Ferraz, 2019). Como afirma Hine (2004), a mobilidade e a adaptabilidade da etnografia são sua maior força, mas ela só é uma ferramenta realmente poderosa para descobrir como a internet faz sentido para as pessoas se os pesquisadores estiverem dispostos a adaptá-la e abri-la a todas as diferentes dimensões de “fazer sentido”, onde quer que ocorram.

Para Rifiotis (2016), a etnografia no campo da cibercultura no Brasil é marcada por um movimento pendular de desconfiança e revelação. Desconfiança da possibilidade de realizar uma etnografia no ciberespaço, questões sobre a especificidade e a validade da observação de campo on-line, impasses sobre como pensar a relação mediada, dificuldades de produzir uma reflexão incorporando a mediação técnica na etnografia. A revelação, por outro lado, se mostrou à medida que se multiplicavam rapidamente as experiências dos próprios pesquisadores com o ciberespaço – fato que contribuiu positivamente na produção de objetividade e validação de pesquisas antropológicas no ciberespaço. Rifiotis (2016) ratifica a importância de dar crédito às ações realizadas na internet e, para ele, a criação de uma etnografia virtual é uma maneira de fazer isso, pois encara a internet como fenômeno sociológico.

De acordo com Kozinets (2014), a netnografia adapta os procedimentos etnográficos comuns de observação participante às contingências peculiares da interação social mediada por computador, utilizando essas interações como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural. Assim como toda pesquisa empírica, a netnografia é caracterizada por cinco grandes etapas, que compreendem: definição das questões de pesquisa;

identificação e seleção da parcela da internet que será estudada; a entrada no campo, que é marcada pela observação participante ou não, além da coleta de dados; análise e interpretação dos dados produzidos e, por fim, a redação e o relato dos resultados de pesquisa, articulando-os à teoria. Definir etapas, entretanto, não implica forçosamente uma condução linear e processual de pesquisa, mas passos orientadores para o pesquisador que constrói sua pesquisa de maneira circular. Pesquisar é sempre um processo cíclico que alterna entre avançar, pensar sobre o que foi feito e retornar, caso necessário.

Devido ao seu caráter adaptativo, aberto às possibilidades inventivas e ao contexto em que é empreendida, a netnografia aparece como um método especialmente adequado para a construção de conhecimento sobre uma realidade social e subjetiva tão complexa e cambiante como é a atual. Seu particular modo de operar faz com que se desloque de um escopo científico tradicional protocolar (e, muitas vezes, engessado) para se firmar como um método com grande potencial de produzir respostas para fenômenos emergentes e para se desenvolver constantemente na medida em que é utilizado. É justamente a flexibilidade e porosidade da netnografia aliada ao avanço das novas tecnologias que possibilita sua constante renovação e reinvenção a cada vez que é utilizada, permitindo assim a criação de novas maneiras de explorar o cotidiano assertivamente (Noveli, 2010). Para Rifiotis (2016) e Ferraz (2019) é justamente a fluidez e a falta de receitas do método netnográfico que é sua potência, pois é capaz de abrir possibilidades de pesquisa. Nela, os pressupostos metodológicos do etnógrafo são constantemente contestados – situação que exige novos mecanismos de pesquisa que estejam em sintonia com as formas contemporâneas de depositar, transmitir e intercambiar informação (Sánchez, 2017). As tecnologias digitais criam novos desdobramentos da etnografia clássica, de “carne e osso”, de diário de campo analógico e caneta.

Embora seu nome e ideia sejam uma variação da etnografia tradicional, a netnografia não é caracterizada pela transposição exata do método etnográfico para os ambientes on-line. Essas diferenças não supõem, entretanto, abandono dos pressupostos e características filosóficas do método etnográfico tradicional, agora adaptados à realidade digital. Para Sá (2005), a netnografia mantém os procedimentos básicos da tradição etnográfica que são: a postura inicial de estranhamento do pesquisador em relação ao objeto; a consideração da subjetividade como elemento fundante; os dados resultantes da observação são construções do pesquisador sobre interpretações feitas por outras pessoas e, enfim, que o relato etnográfico é fruto de textualidades múltiplas.

Entretanto, existem significativas diferenças de um método para outro, especialmente no que tange a interação realizada entre os próprios sujeitos pesquisados e, também, com o pesquisador. Ora, a primeira e grande alteração entre a etnografia tradicional

e a netnografia é justamente a participação invisível que o pesquisador pode adotar, uma vez que sua postura em pesquisa netnográfica pode variar – desde a intensa participação até a não obstrução, compondo um longo espectro. Fragoso, Recuero e Amaral (2011) nomeiam de *insider* o pesquisador inserido no ambiente de pesquisa, em contato direto com os sujeitos participantes. Já o *lurker*, adota como postura o ato de ficar à espreita (Braga, 2007), na medida em que o pesquisador apenas observa silenciosamente determinado grupo social com o objetivo de interferir o mínimo possível em suas práticas - postura peculiar do netnógrafo, que inclui participar, observar e descrever, mesmo que não seja visto ou reconhecido pelos pesquisados. Ainda como *lurker* (observador), o pesquisador pode optar também por se identificar e informar aos participantes sobre a realização de sua pesquisa sem, no entanto, se manifestar dentro do grupo (Polivanov, 2013).

Ferraz (2019), ao citar Skågeby (2011), também elenca três tipos possíveis de observação do pesquisador em um ambiente on-line, variando entre a observação aberta (revelação da identidade), a observação parcialmente aberta (ou pseudoanonimato) e a observação oculta (anonimato). O grau de participação do pesquisador on-line dependerá dos objetivos e dinâmicas de funcionamento de cada pesquisa. No trabalho aqui mencionado como exemplo, a observação invisível ou distante (Morton, 2001) foi adotada pelo fato de se ter trabalhado com um número elevado de comunidades (4014, em números específicos) fato que tornaria impossível a realização da pesquisa caso tivesse que entrar em contato com todos os administradores de cada comunidade para apresentação e obtenção de aprovação. Além disso, as análises realizadas não visavam focar especificamente uma comunidade, mas obter um panorama do fenômeno – fato que, em alguma medida, as preserva.

Vale ressaltar que os materiais produzidos serão significativamente diferentes ao considerar em que campo foram produzidos (on-line ou off-line) e como foram produzidos (visíveis ou invisíveis). O objetivo não é ranquear qual seria o formato mais fidedigno, pois cada ambiente e postura possuem suas riquezas, modos de operação próprios e limitações. Sabe-se que a qualidade dos dados de uma pesquisa não depende exclusivamente do local em que foram coletados e nem do modo de apresentação do pesquisador, mas principalmente, da postura adotada ao conduzir todo o processo.

Fragoso, Recuero e Amaral (2011) ainda pontuam que, independentemente da maneira escolhida em relação ao grau de inserção do pesquisador junto à comunidade pesquisada (*lurker* ou *insider*), ambos oferecem ganhos e perdas, “pois o que se perde em proximidade pode-se perder em tempo e andamento de projeto; e o que se ganha em não participação pode-se perder em termos de uma visão mais holística” (p. 194). Se o objetivo da (n)etnografia é compreender os diferentes significados atribuídos às coisas e pessoas a partir do ponto de vistas

dos nativos de determinados grupos ou comunidades, e se esse resultado pode ser encontrado a partir de vários caminhos (Santos & Gomes, 2013), ambas posturas possuem seu respectivo valor.

Outra mudança facilmente percebida na transposição de um método para outro diz respeito ao campo, pois troca-se o presencial pelo virtual, o off-line pelo on-line – espaços que, embora distintos, possuem ligação entre si. Para Santos e Gomes (2013), os questionamentos envolvendo as interações face a face estão na origem das desconfiças da possibilidade de realizar uma etnografia no ciberespaço. As particularidades da interação mediada que ocorre no espaço virtual e as limitações na captação dos aspectos não verbais da comunicação (gestos, entonação da voz etc.) são vistos como pontos de demérito da netnografia. Porém, Sá (2005) defende que tanto na relação face a face, preconizada pela etnografia tradicional, quanto na relação virtual que ocorre na netnografia, há mediação – essa ideia de um encontro realmente autêntico com o outro não existe. Para ela, tanto a rede de computadores (como câmeras, gravadores, máquinas fotográficas e intérpretes) engendram relações mediadas e específicas. Desse modo, não cabe ranquear relações qualificando-as, mas aproveitar a potência de cada uma para a realização da pesquisa, visto que as diferentes relações construídas sofrerão com os diferentes filtros relacionados às possibilidades, peculiaridades e potência de cada tecnologia utilizada para mediação.

A disponibilidade de informações e a facilidade de acesso a elas é outro fator diferenciador da netnografia. Nela, o pesquisador transcreve automática e integralmente observações, falas e imagens, correndo menos risco de perda de informação. Atitude que facilita consideravelmente o processo de produção e análise dos dados, que pode ser realizado de forma mais direta e rápida, pois a observação e a escrita podem ser feitas simultaneamente. Nesse cenário, os diários de campo ganham destaque. Para Medrado, Spink e Mélo (2014), eles são práticas discursivas – ou seja, linguagem em ação, cujo contexto em que é utilizado define suas conotações específicas. Na pesquisa, por exemplo, eles possuem caráter factual. Destarte, o diário de campo de um netnógrafo é essencialmente virtual no sentido estrito e usual do termo, se referindo a tudo aquilo que é mediado pela internet – pois estes são feitos e salvos utilizando ferramentas digitais –, como também no sentido filosófico utilizado por Lévy (1996) que o caracteriza como potência, força, aquilo que existe enquanto possibilidade – ou seja, devir. Medrado, Spink e Mélo (2014), com o entendimento do diário de campo como potência, recomendam encará-lo como participantes da pesquisa tais como quaisquer outros personagens nela envolvida, e não como arquivo morto. Como atores atuantes e companheiros ativos (não mero registro de informação), os diários são capazes de produzir intensidades materializadas em conceitos de forma criativa.

A netnografia, ainda, suplanta as dificuldades inerentes às dimensões espaço-temporais. Com o processo de virtualização da vida (Lévy, 1996), a internet instaurou a possibilidade de desterritorialização e atemporalidade. Experiências virtualizadas perdem sua limitação geográfica, pois podem ser acessadas em qualquer lugar, desde que haja conexão com a rede; perdem sua limitação temporal, pois podem ser encontradas a qualquer momento. Anacronia e desterritorialização são incorporadas às experiências humanas que outrora eram norteadas a partir de um espaço-tempo rigorosamente delimitado. Hoje, experiências particulares, quando expostas na rede, correm o mundo em questão de instantes e, paradoxalmente, se perpetuam no contínuo do tempo virtual, que nada apaga ou perde.

Sánchez (2017) acrescenta que as novas tecnologias mudam as posições entre pesquisador e pesquisado. Elas ajudam a estabelecer um contato mais duradouro e horizontal com os sujeitos, questionando a hierarquia pesquisador-pesquisado, na qual o etnógrafo permanece distanciado na medida em que sustenta a posição de autoridade. Além disso, permite ao pesquisador ampliar certas informações para sua pesquisa, caso tenha se esquecido ou não tenha tido condições de perguntar a respeito delas durante a produção de dados. Polivanov (2013) resume, portanto, que o afastamento físico e mediação entre pesquisador e pesquisado são características distintivas centrais da netnografia quando comparada à etnografia tradicional – visto que, nos espaços on-line, a mediação da tecnologia interpõem, na interação entre pesquisador e pesquisados, filtros relacionados às possibilidades e peculiaridades de cada tecnologia.

Para Kozinets (2014), as vantagens da netnografia são explícitas, tais como: consumir menos tempo, ser menos dispendiosa (já que não há o deslocamento do pesquisador para um espaço físico), menos subjetiva (os depoimentos e as entrevistas já estão transcritos), 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 para pesquisa, sem que ele interfira diretamente no processo como participante fisicamente presente. A transcrição automática pode dar a ilusão de maior objetividade para a pesquisa, como afirma o autor. Contudo, como salientam boyd¹ e Crawford (2011), a objetividade é realizada por sujeitos e baseada em observações e escolhas subjetivas. Os dados precisam ser imaginados como dados em um primeiro momento, e o processo de imaginação dos dados implica em uma base interpretativa.

Além disso, Kozinets (2014) menciona o fato de que a internet permite o estudo de recursos de comunicação multimídia como textos, áudios e vídeos, que enriquecem o material da pesquisa. Rapidez, praticidade, facilidade na coleta e armazenamento desses dados no tempo e no

espaço também são pontos considerados. boyd (2017), entretanto, sensível à ambiguidade própria dos tempos conectados, afirma que as mídias sociais têm o poder de tornar muito mais fácil a observação e percepção de dados, mas traz consigo também os equívocos que os documentos e as interações on-line propiciam, acarretando, muitas vezes, uma interpretação errônea de determinados fenômenos.

Apesar do dissenso entre os etnógrafos se se pode ou não estudar uma comunidade on-line tão somente pela internet, boyd (2017) acredita ser “... essencial reconhecer continuidades entre contextos on-line e off-line e levá-los em consideração, mesmo quando se tenta entender as práticas mediadas” (p. 112). Para ela, o encontro presencial com os pesquisados oferece profundidade e contexto para o que é captado na internet, embora também reconheça que, apesar de achar ideal esse movimento, ele nem sempre se configura como algo prático. Mas, se considerarmos que atualmente os ambientes on-line e off-line estão completamente imbricados ou justapostos (Marra e Rosa & Santos, 2016), e que as experiências no ambiente *on-line* devem ser consideradas como concretas e reais, representando os modelos contemporâneos de vida, cai por terra o argumento de que o ideal em uma pesquisa para se garantir a fidedignidade e a não equivocidade é transitar entre os dois ambientes. Segundo Castells (2003), se “a internet é a expressão de nós mesmos através de um código de comunicação específico” (p. 11), a vida off-line é nela reproduzida, revivida e reimpressa, embora siga mecanismos próprios. Para Ferraz (2019), a consciência da hibridização da condição presencial com a digital é fator imprescindível para a qualidade da etnografia no campo social/digital. Para Polivanov (2013), a condição on-line dissolve as fronteiras entre on-line e off-line. Esses espaços, antes opostos, agora necessitam de uma reflexão atualizada, dado que a esfera pública fomenta uma série de interações e compromissos que incorporam opacidade considerada do self. O *onlife*, neologismo criado por Floridi (2015), indica a nova condição humana na era digital, em que a barreira entre real e virtual caiu e há precisamente uma “*onlife*”, ou seja, uma existência híbrida.

Ademais, a repetição exaustivamente encontrada nos ambientes on-line facilita a compreensão de fenômenos sociais, subjetivos e intersubjetivos, uma vez que um mesmo fenômeno pode ser contemplado a partir de vários dispositivos e atores – embora contribua, também, para a obtenção de percepções socialmente construídas que visam tão somente passar imagens, ideias e percepções que são aceitas e desejadas, e não propriamente a realidade. Processo de estetização do self (Marra e Rosa, Santos, Stengel, & Freitas, 2016), em que traços de si e características de suas identidades que coadunam com as expectativas do espectador, são selecionados para serem exibidos enquanto aqueles que não são socialmente relevantes ou desejáveis são mantidos nos porões da vida off-line.

1 A autora faz questão que seu nome seja escrito com letras minúsculas por uma posição política.

Para além das inegáveis vantagens da realização de pesquisas em ambientes virtuais, sabe-se que elas também carregam consigo inúmeros desafios – um deles sendo a delimitação do material que fará parte do corpus de análise. Essa dificuldade em fazer recortes e selecionar os elementos mais significativos conforme apresentam-se as características necessárias para a observação, percepção e análise das motivações centrais da pesquisa está ligada à vulnerabilidade das descontinuidades das conexões – já que a finitude de grupos, imagens ou mensagens depende de um *click* dos administradores (ou possíveis sabotadores) de páginas pessoais, tudo interligado, essencialmente, à imensidão, escala, heterogeneidade e dinamismo da internet.

Como apontam Stengel e Soares (2018), a vastidão que configura o grande fascínio da internet pode se tornar seus grandes empecilho e impasse caso não sejam variáveis administradas corretamente durante a execução da pesquisa. O excesso de informações e a superficialidade da multiplicidade dos dados em rede exigem ainda mais a extensão do olhar pesquisador (Ferraz, 2019). Kozinets (2014) considera prudente o netnógrafo utilizar de vários filtros para fazer a seleção de informações que realmente são relevantes para a pesquisa. Ao selecionar informações, o pesquisador, além de peneirá-las, não corre o risco de ser confundido, consumido ou paralisado pelo seu excesso.

Na tentativa de minimizar os impasses relacionados a essa dificuldade sem perder a riqueza do material abrigado por esse ambiente, o material – que fez parte do *corpus* de análise do trabalho e que aqui será mencionado como exemplo – foi definido mediante sucessivos recortes baseados em critérios pré-definidos com vistas a responder os problemas levantados. Esse tipo de construção de amostra, Frago, Recuero e Amaral (2011) chamam de intencionais. Este percurso metodológico possibilitou o levantamento, a sistematização e a apropriação do material gerado pelos internautas na rede social Facebook, que serviu

de suporte empírico para a realização da pesquisa para a dissertação de mestrado “As faces da amizade no Facebook: semblantes da sociabilidade contemporânea” (Soares, 2018), cujo objetivo foi conhecer quais discursos sobre a amizade são produzidos ou revelados no Facebook e quais imbricamentos esses discursos possuem com a forma atual de estabelecer, manter e romper relações de amizade.

Essa trajetória metodológica ratifica o já conhecido potencial da internet enquanto *locus* de pesquisa, bem como demonstra a possibilidade de o pesquisador se apropriar de ambientes que, a princípio, não se configurariam como espaços adequados para trabalhos acadêmicos – por estarem imaginariamente ligados ao senso comum, mas que, na verdade, são documentos públicos riquíssimos. A fertilidade desses ambientes, atrelada a uma postura atenta, curiosa e metódica do pesquisador, possibilitam a criação e a renovação constantes na hora de realizar pesquisas, assim como a metodologia que será empregada nelas (Stengel & Soares, 2018).

O Facebook como campo de pesquisa

Levando-se em consideração os inúmeros sites de redes sociais existentes atualmente, o Facebook foi privilegiado como local de busca do material empírico da pesquisa aqui mencionada por ser o site de rede social virtual com o maior número de usuários (atualmente), e por nomeá-los como “amigos”. Nesse sentido, o primeiro recorte esteve relacionado à escala da internet, já que o Facebook configura-se como uma parcela reduzida (mesmo que ainda ampla) e específica da internet.

Valendo-se da conta pessoal da pesquisadora no referido site, foi realizado um levantamento das comunidades relacionadas ao tema da “amizade” utilizando-se do local de busca disponibilizado no canto superior esquerdo da página inicial da conta do usuário, e a palavra “amizade” e seu plural “amizades” como descritores e, conseqüentemente, como critério de recorte temático (Figura 1).

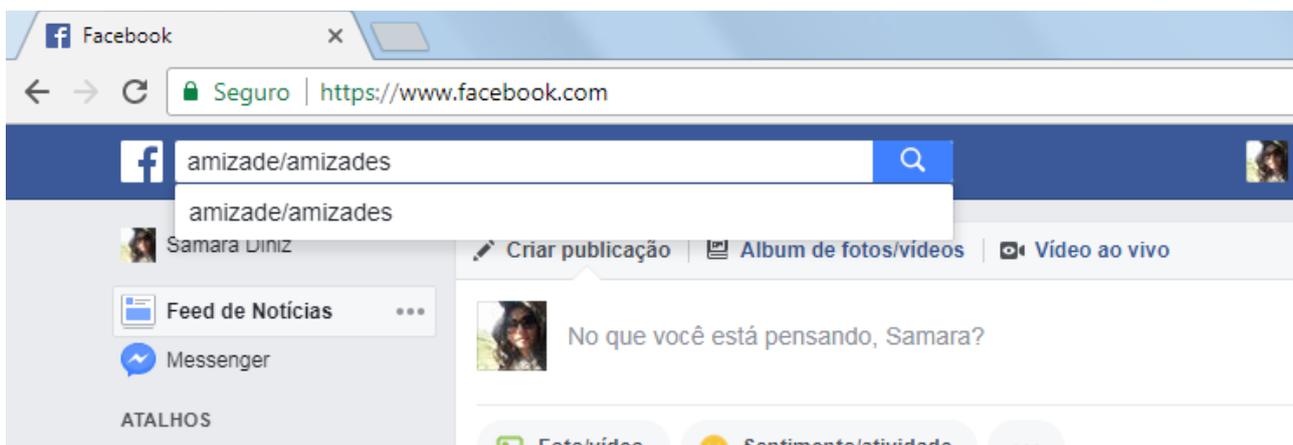


Figura 1. Local de busca do Facebook utilizado para realizar as pesquisas e os descritores utilizados para busca | Fonte: Facebook, 2020.

Para chegar aos resultados primários encontrados nesta pesquisa, foi realizado um terceiro recorte – dessa vez relacionado ao tipo de resultado. Ao realizar a busca com os dois descritores mencionados acima, o Facebook oferece inúmeras possibilidades de resultado, tais como: publicações,

pessoas, fotos, vídeos, lojas, páginas, locais, grupos, aplicativos e eventos relacionados ao tema da amizade. Para os achados desta pesquisa foi selecionada a opção “páginas” com vistas a encontrar apenas as comunidades que abordassem o assunto de interesse (Figura 2).

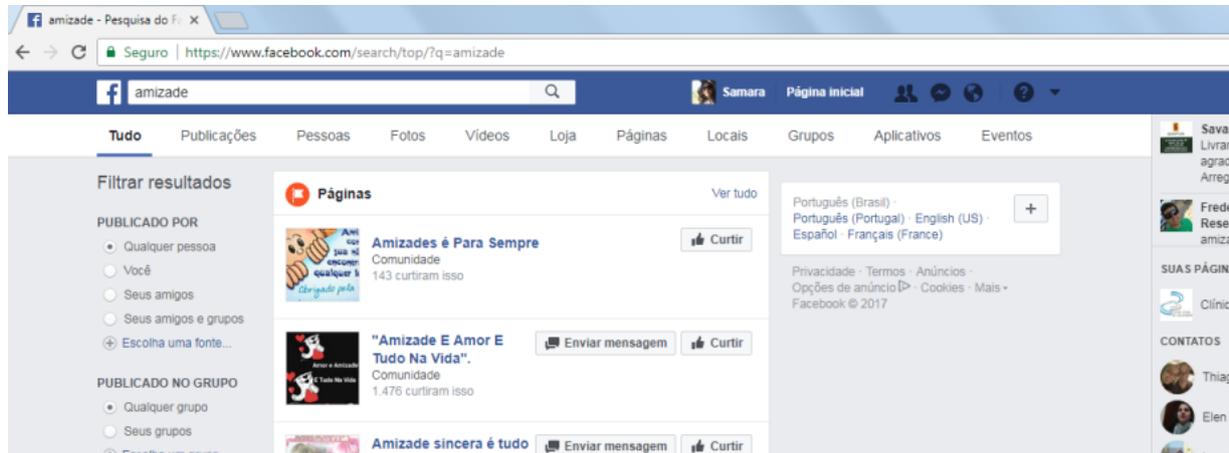


Figura 2. Opções de busca oferecidas pelo Facebook | Fonte: Facebook, 2020.

Ao escolher a opção “páginas”, o Facebook ainda oferece a possibilidade de filtrá-las de acordo com três critérios: curtido por amigos, verificado e categoria. Nessa etapa, foi escolhido o último item da opção “categoria” por este oferecer a possibilidade de localizar apenas as

“comunidades ou causa” que abordassem o tema da amizade, excluindo, assim, páginas que fossem relacionadas a qualquer outra categoria: negócio local ou lugar; empresa, organização ou instituição; marca ou produto; artista, banda ou figura pública e entretenimento (Figura 3).

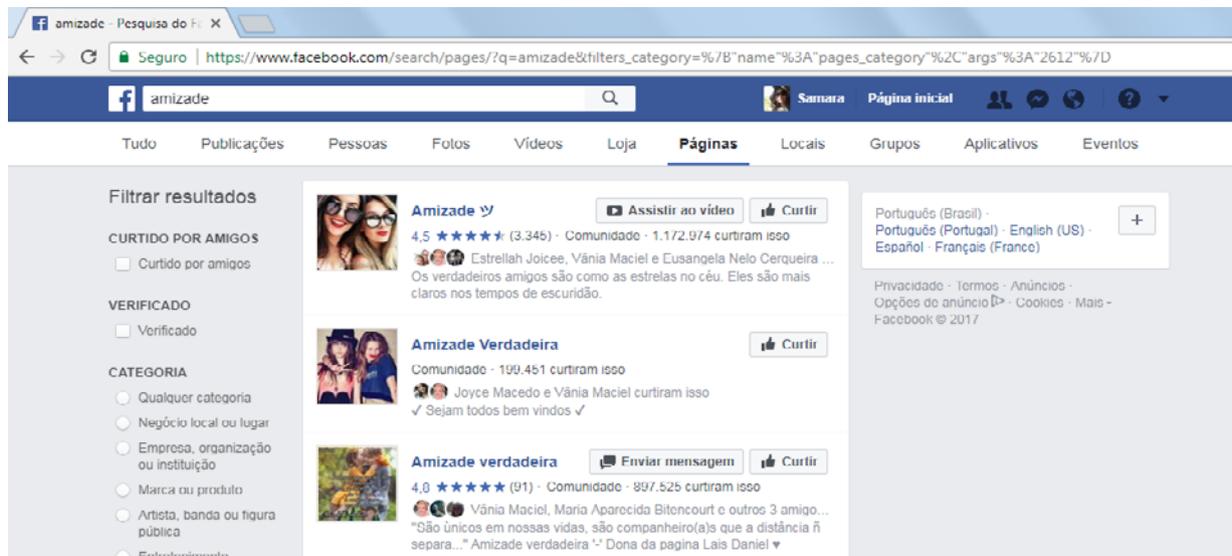


Figura 3. Possibilidades de filtro oferecidas pelo Facebook ao selecionar a opção “Páginas” | Fonte: Facebook, 2020.

Como resultado do primeiro levantamento foram encontradas 37 páginas – número insignificante quantitativamente, especialmente quando se trata de dados colhidos na imensidão da internet; mas rico

qualitativamente, dado que, a partir desse primeiro achado, já foi possível separar as comunidades em 14 grandes categorias, tomando como base os significantes atrelados à amizade (Tabela 1).

Tabela 1. Resultado da primeira busca: 14 categorias geradas a partir dos significantes atrelados à amizade e suas respectivas quantidades

Nº	Categorias/Significantes	Nº de páginas encontradas
1	Amor/amizade	2
2	Cantinho/recanto	2
3	Distância	2
4	Eterna(s)	5
5	Falsa(s)	3
6	Favorita	1
7	Linda(s)	1
8	Louca(s)	3
9	Nova(s)	4
10	Sem limites	1
11	Sincera(s)	1
12	Tudo	3
13	Verdadeira(s)	7
14	Virtual(is)	2
	Total	37

Fonte: Dados coletados pelas pesquisadoras ao longo da pesquisa.

Ao realizar essa primeira pesquisa, percebeu-se que se fossem feitas novas buscas com as palavras-chave de cada categoria correlacionando-as à amizade, a amostra seria mais esgarçada e se tornaria mais representativa numérica e qualitativamente. Assim, em um período de seis meses foram realizadas novas buscas fazendo uso dos significantes relacionados à amizade concentrados nas 14 grandes categorias. Como resultado desta segunda etapa metodológica, foi possível encontrar um número relevante (para não dizer significativo) de comunidades: 4.104 especificamente (Tabela 2).

Tabela 2. Resultados da primeira e segunda busca

Nº	Categorias/Significantes	Nº de páginas encontradas
1	Amor/amizade	504
2	Cantinho/recanto	53
3	Distância	52
4	Eterna(s)	965
5	Falsa(s)	61
6	Favorita	1
7	Linda(s)	50
8	Louca(s)	108
9	Nova(s)	191
10	Sem limites	25
11	Sincera (s)	104
12	Tudo	764

Continua...

Quadro 1. Continuação

Nº	Categorias/Significantes	Nº de páginas encontradas
13	Verdadeira(s)	1.119
14	Virtual(is)	107
	Total	4.104

Fonte: Dados coletados pelas pesquisadoras ao longo da pesquisa.

Com a realização da segunda etapa metodológica, ampliou-se consideravelmente os dados de análise, o que trouxe consigo, em contrapartida, o desafio de qual critério utilizar para interrupção da coleta de dados. A pesquisa de dados produzidos na internet, muitas vezes, entusiasma por perceber-se um acesso fácil a uma quantidade massiva de dados. Entretanto, boyd e Crawford (2011) destacam que o acesso aos dados é tudo menos simples, porque, dentre outras razões, na maioria dos casos, falta aos pesquisadores habilidades próprias para levantamento e tratamento dos dados.

Com o objetivo ingênuo de tentar captar todo o material disponibilizado sobre o tema naquele período de tempo, a princípio, foi utilizado um método, por assim dizer, de combinação e variação. Tomando como referência os títulos das páginas que apareceram somente na primeira busca, chamados de descritores primários, foram realizadas novas buscas considerando as variações possíveis até a saturação – ou seja, até não encontrar mais nenhuma comunidade nova. Tal método foi realizado em todas as categorias, mas logrou êxito somente naquelas em que o número de páginas encontrado era menor – fato que eliciou a mudança de estratégia na obtenção da saturação.

Na tentativa frustrada de obter a saturação da amostra de páginas pelo viés quantitativo, a saturação foi obtida de forma qualitativa. Na medida em que as informações contidas nos títulos/nomes das comunidades, nas fotos e/ou nas frases de perfil e de capa, assim como no campo “Sobre”², já não traziam mais nada de novo ou relevante, a busca foi interrompida. Vale ressaltar que tal procedimento foi igualmente utilizado para a análise posterior das informações, visto que, embora tenham sido identificadas e sistematizadas 4.104 comunidades, nem todas entraram no escopo de análise devido à repetição – uma característica marcante do Facebook.

Como principal suporte para produção de dados, foi utilizado tanto o método netnográfico como seu instrumento fundamental: o diário de campo. Arquivo com caráter provisório, precário e parcial, mas que possui uma potência criativa; arquivo vivo que nasce cada vez que se abre para nova escrita ou nova leitura. Aparentemente imóvel, ele cresce e mobiliza o pesquisador na sua pesquisa (Medrado, Spink, & Mélo, 2014). Assim, todos os achados e impressões auferidas foram anotados, assim como as informações observadas foram salvas de forma sistemática no programa Excel.

2 Campo destinado à explicitação de características relacionadas à comunidade, tais como objetivo, data de criação, sites e blogs relacionados, que é preenchido pelo administrador/criador da página.

A análise do material revelou que as 14 categorias encontradas convergiam somente para dois ideais e, conseqüentemente, para duas práticas de amizade: uma pautada na veracidade – que, no limite, se remete à perfeição –, e outra na novidade, que se esgarça na virtualidade. O primeiro tipo de relação amical, baseada na veracidade, na eternidade, na perfeição e atrelada, preponderantemente, à presencialidade dos corpos, é o paradigma que vinha dando o tom às relações de amizade até a Modernidade. Eis um protótipo relacional que vem subsistindo ao longo do tempo – não sem mudanças, obviamente, mas conservando padrões e incorporando mudanças de maneira mais ou menos harmoniosa. Já a amizade preconizada pela novidade, é uma amizade mais fluida que, por sua vez, não carrega a pretensão de eternidade e qualidade extrema, tal qual é esperada nas amizades perfeitas. Antes, é um discurso completamente contrário àquele defendido pelas amizades verdadeiras, eternas, sinceras e, portanto, concretas. Enquanto a amizade perfeita é pautada na durabilidade e, até mesmo, na idealização dos sentimentos, as amizades novas se sustentam na fluidez e dinamicidade, características típicas dos relacionamentos contemporâneos (Soares, 2018).

Os achados desta pesquisa, aqui apresentados de forma muito generalista, pois não configuram o foco da discussão deste artigo, demonstram de que forma o verdadeiro empreendimento etnográfico é preservado no ambiente digital ao desempenhar um papel chave no entendimento dos sistemas simbólicos ao articular os objetos da comunicação e a vida cotidiana dos atores sociais na cultura contemporânea (Godoi & Machado, 2009). Produzir dados, capturar percepções e descrevê-los densamente a ponto de conseguir entender o funcionamento de um determinado grupo ou comunidade é a finalidade última de uma (n)etnografia.

Entretanto, apesar do rigor e cuidado no processo de produção, análise e publicação dos dados da pesquisa descrita acima, a apropriação de dados depositados em ambientes públicos e a não apresentação da pesquisadora às comunidades pode suscitar questionamentos éticos. Para Santos e Gomes (2013), decidir qual método de pesquisa adotar, obter o consentimento dos sujeitos envolvidos na pesquisa e definir questões relacionadas aos aspectos públicos e privados das informações são alguns dos desafios que se impõem quando o assunto é pesquisa no ciberespaço.

A pesquisa na internet suscita questionamentos sobre o que é público ou não e, por conseqüência, o que é passível de trabalho e divulgação – sem necessitar de autorização para utilização. Fragoso, Recuero e Amaral (2011), ao citarem Elm (2009), apontam que os ambientes on-line podem ser classificados em quatro níveis de privacidade. São eles: público (aberto e disponível a todos); semipúblico (requer cadastro ou participação); semiprivado (requer convite ou aceitação); e privado (requer autorização direta). Nesses três últimos, não há

dúvida de qual posicionamento ético adotar visto que o pesquisador necessita de autorização ou, no mínimo, de aceitação no ambiente para realizar sua pesquisa – significando, portanto, que ele não poderá fazer sua investigação de forma silenciosa. Já o nível público suscita indagações, como as de Boyd & Crawford (2011): “qual é o status dos chamados dados ‘públicos’ em sites de redes sociais? Podem ser simplesmente utilizados, sem solicitar permissão? O que constitui a melhor prática ética para os investigadores?” (p. 10, tradução nossa). Santos e Gomes (2013), ao realizarem uma análise dos procedimentos de sete teses e dissertações que adotaram a netnografia como metodologia, constataram que ainda não há consenso sobre a utilização de termos entre pesquisador e pesquisado que assegure a concordância dos envolvidos com a realização do trabalho quando não há observação participante do pesquisador. As autoras chegam a questionar se, de fato, a etnografia tem sido realizada no ciberespaço quando o trabalho é feito com dados públicos, condição que permite ao pesquisador não se apresentar e nem solicitar aprovação para análise e uso dos dados veiculados.

Complementando essas autoras, Stengel e Soares (2018) perguntam até que ponto a postura do pesquisador não é antiética ao utilizar postagens públicas de usuários, isso sem levar em consideração o fato de que, ao postarem naquela rede social determinado conteúdo, eles não teriam a menor noção de que ele poderia ser utilizado para fins de pesquisa. Boyd e Crawford (2011) consideram que há uma diferença significativa entre estar público e ser público, ou seja: só porque o conteúdo é acessível ao público, isso não significa que tenha sido destinado a ser consumido por qualquer pessoa, ou mesmo em uma situação diferente daquela que foi intencionada por quem produziu o dado. As autoras reforçam o argumento ao assinalarem que não é ético que os pesquisadores justifiquem suas ações como éticas simplesmente porque os dados são acessíveis.

Kozinets (2014), ao lançar a nova proposta metodológica, já vislumbrava os possíveis impasses éticos que poderiam ser causados e recomendava, como caminho mais adequado, a identificação do pesquisador aos pesquisados e a solicitação de permissão aos donos das postagens para sua utilização e publicação, ainda que se tratasse de documentos públicos, bem como a manutenção do anonimato dos informantes e a checagem da veracidade das informações produzidas com os pesquisados. Mesmo que tudo isso fosse possível, Boyd e Crawford (2011) lembram que, mesmo quando os pesquisadores tentem ser cautelosos e éticos em seus procedimentos, nem sempre estão cientes dos danos que podem estar causando em suas pesquisas – até mesmo porque quaisquer dados sobre sujeitos humanos levantam, inevitavelmente, questões de privacidade e os riscos reais de abuso desses dados são difíceis de serem medidos.

Levando em consideração o contexto em que o método fora proposto e o momento social em

relação ao uso da internet que, certamente, ainda era bem mais restrito, talvez as orientações dadas por Kozinets (2014) fossem totalmente possíveis de serem realizadas. Entretanto, atualmente, com um número expressivo e crescente de usuários na internet – e, especificamente, falando das comunidades levantadas neste trabalho, que são inúmeras e com uma quantidade colossal de seguidores (as comunidades mais curtidas tinham mais de 1 milhão de seguidores), – as perguntas que ficam são: seria possível, atualmente, seguir as recomendações dadas por Kozinets (2014) de solicitar a todos os administradores a autorização para utilizar suas comunidades como fonte de produção de dados científicos? Seria possível checar a veracidade de dados publicados com 4.104 administradores das páginas e seus respectivos (milhões) de seguidores? Obter a aprovação só dos administradores das páginas, sem considerar o posicionamento dos seguidores, já seria suficiente para garantir a aprovação de todos? Seriam esses critérios ainda válidos para definir procedimentos éticos na condução de pesquisas em ambientes on-line povoados por milhões de pessoas? Ou ambientes virtuais com milhões de seguidores (comunidades do Facebook; perfis no Instagram ou canais do YouTube com inúmeros seguidores, por exemplo) não podem ser estudados porque não é possível obter a autorização de todos os envolvidos? Como realizar pesquisas acadêmicas sobre os fenômenos emergentes de massa conciliando parâmetros éticos que atuam em uma lógica individual?

Segundo Santos e Gomes (2013), “assim como a própria cibercultura guarda em si inúmeras possibilidades ainda por explorar, as técnicas de pesquisa utilizadas para seu estudo também precisam de ampla discussão sobre seus limites éticos e de apropriação a cada realidade explorada” (p. 12). As mudanças psicossociais atuais exigem discussões e construções de saberes que ajudem a direcionar a conduta dos pesquisadores ao realizarem pesquisas em ambientes virtuais – em especial aquelas cujo foco é o próprio ser humano.

Considerações finais

As novas tecnologias (e as inúmeras possibilidades que elas instauram na vida cotidiana) não retrocederão – muito pelo contrário, elas têm tendência a se desenvolver e a se complexificar. Com seu avanço, reflexões e questionamentos a respeito da renovação de métodos tradicionais e parâmetros éticos de pesquisa florescem. Não fomentar diálogos sobre essas transformações e não reconhecer certos direcionamentos de pesquisa, por serem considerados como inadequados aos padrões científicos analógicos, é não reconhecer que as mudanças atuais exigem revisão no modo de fazer ciência.

A possibilidade de invenção metodológica é, inegavelmente, um dos legados da internet para as pesquisas científicas; mas, para que essa realidade se efetive amplamente, é necessária a revisão dos padrões de cientificidade. Embora este artigo traga mais questionamentos do que respostas devido ao seu caráter introdutório ao debate de questões éticas nas pesquisas científicas em ambientes on-line, o que fica como certeza é a necessidade de se apropriar desse contexto potente para extrair dele todo o seu potencial de descobertas e possibilidades – o que não significa ser ingênuo quanto ao seu status moveído.

Avançar neste campo de discussão significa (1) se apropriar da internet não só como instrumento, mas também como local e objeto de pesquisa válidos; (2) reconhecer seus inúmeros ambientes como locais riquíssimos para a realização de pesquisas, inclusive aqueles que normalmente são atrelados ao senso comum, como por exemplo o Facebook; (3) superar a dicotomia entre on-line e off-line de maneira que essa oposição não reverbera na diferenciação e escalonamento de pesquisas realizadas exclusivamente em um ou em outro ambiente; (4) construir e atualizar padrões de cientificidade, especialmente os éticos, que consigam abarcar concomitantemente a potência e riqueza da internet com a privacidade do sujeito.

Netnography and scientific research on the internet

Abstract: This article discusses the conduct of academic research in online environments, especially in places that apparently sound inadequate for the construction of scientific knowledge. Based on Netnography and on the description of a methodological trajectory that exclusively used Facebook as a locus of data production, we conclude that the possibility of methodological invention is undeniably one of the legacies of the internet for scientific research. It is a creative process that cannot exclude rigor, ethical conduct and reliability, characteristics that are so expensive and indispensable to the method of building scientific knowledge, but which still imposes many challenges that need to be overcome.

Keywords: internet, scientific research, netnography, virtual ethnography.

Netnografía e investigación científica en Internet

Resumen: Este artículo tuvo como objetivo fomentar el debate sobre la realización de investigaciones académicas en línea, especialmente en lugares donde aparentemente suenan inadecuados para la construcción del conocimiento científico.

Se utilizó como marco metodológico la Netnografía y se hizo la descripción de un camino metodológico que utilizó exclusivamente Facebook como lugar de producción de datos; se concluye que la posibilidad de la invención metodológica es sin duda uno de los legados de Internet para la investigación científica, proceso creativo que no puede excluir el rigor, la conducta ética y la fiabilidad, características que son tan costosas e indispensables para el método de construcción del conocimiento científico, pero que aún imponen muchos desafíos que deben ser superados.

Palabras clave: internet, investigación científica, netnografía, etnografía virtual.

Netnographie et recherche scientifique sur Internet

Résumé: Cet article vise à promouvoir la discussion sur la recherche académique dans les environnements numérique et en particulier dans les endroits qui semblent inadéquats à la construction de la connaissance scientifique. Ayant comme support méthodologique la Netnographie et la description d'un parcours méthodologique qui utilisait exclusivement le Facebook comme lieu de production de données, on conclut que la possibilité d'invention méthodologique est indéniablement l'un des héritages de l'Internet pour la recherche scientifique. Un processus créatif qui ne peut exclure la rigueur, la conduite éthique et la fiabilité, caractéristiques si important et indispensables à la méthode de construction de la connaissance scientifique, mais qui impose encore de nombreux défis à relever.

Mots-clés: internet, recherche scientifique, netnographie, ethnographie numérique.

Referências

- Amaral, A., Natal, G., & Viana, L. (2008). Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. *Cadernos da Escola de Comunicação*, 1(6), 1-12. Recuperado de <https://bit.ly/37laPFE>
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- boyd, D. & Crawford, K. (2011). Six provocations for big data. In B. Dutton, B. Loader, V. Nash & B. Wellman (Chairs), *A decade in internet time: Symposium on the dynamics of the internet and society* [Symposium]. Oxford Internet Institute and iCS, Oxford, UK.
- boyd, D. (2017). Entendendo a vida adolescente: Estratégias para coleta de dados etnográficos em uma era conectada. In N. L. Lima, M. Stengel, M. R. Nobre, & V. C. Dias (Orgs.), *Juventude e cultura digital: Diálogos interdisciplinares* (pp. 107-134). Belo Horizonte: Artesã.
- Braga, A. (2007). Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica. In *Anais do 16o Encontro da Compós na Universidade Tuiuti do Paraná* (pp. 1-19). Curitiba, PR, Brasil.
- Castells, M. (2003). *A galáxia da internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Castells, M. (2006). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Ferraz, C. P. (2019). A etnografia digital e os fundamentos da antropologia para estudos em redes on-line. *Aurora: revista de arte, mídia e política*, 12(35), 46-69.
- Floridi, L. (2015). *The onlife manifesto: being human in a hyperconnected era*. New York: Springer Open.
- Fragoso, S., Recuero, R., & Amaral, A. (2011). *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Godoi, C. K. & Machado, V. V. (2009). Impactos físicos, cognitivos e sociais do uso da internet por idosos: Um estudo netnográfico em redes de comunicação on-line. Trabalho apresentado no 33o Encontro da ANPAD no Hotel Transamérica. São Paulo, SP, Brasil.
- Hine, C. (2004). *Etnografia virtual*. Barcelona: UOC.
- Kozinets, R. (2014). *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso.
- Lévy, P. (1996). *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34.
- Lima, N. L. (2014). A escrita virtual na adolescência: Uma leitura psicanalítica. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Marcus, G. (1994). Identidades passadas, presentes e emergentes: Requisitos para etnografias sobre a modernidade no final do século XX ao nível mundial. *Revista de Antropologia*, 34, 197-221.
- Marra e Rosa, G. A., Santos, B. R., & Faleiros, V. P. (2016). Opacidade das fronteiras entre real e virtual na perspectiva dos usuários do Facebook. *Psicologia USP*, 27(2), 263-272.
- Marra e Rosa, G. A.; Santos, B. R.; Stengel, M., & Freitas, M. H. (2016). Estetização del self en redes sociales: Contradicciones humanas y producción subjetiva contemporánea. *Revista de Psicología (Lima)*, 34(2), 313-336.
- Medrado, B., Spink, M. J. P., & Mélló, R. P. (2014). Diários como atuantes em nossas pesquisas: Narrativas ficcionais implicadas. In M. J. Spink, J. I. M. Brigagão, V. L. V. Nascimento, & M. P. Cordeiro (Orgs.), *A produção de informação na pesquisa social: Compartilhando ferramentas* (pp. 274-294). Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais.
- Morton, H. (2001). Computer-mediated communication in Australian anthropology and sociology. *Social Analysis: Journal of Cultural and Social Practices*, 45(1), 3-11. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/23169987>

- Noveli, M. (2010). Do offline ao online: A netnografia como um método de pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a etnografia para a Internet? *Organizações em Contexto*, 6(12), 107-133.
- Polivanov, B. B. (2013). Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. *Esferas*, (3), 61-71.
- Rifiotis, T. (2016). Etnografia no ciberespaço como repovoamento e explicação. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 31(90), 1-15.
- Sá, S. P. (2005). *O samba em rede: Comunidades virtuais, dinâmicas identitárias e carnaval carioca*. Rio de Janeiro: E-papers.
- Sánchez, D. G. (2017). Antropologia reversa e tecnologias digitais no contexto da migração internacional. *Espaço Acadêmico*, 17(194), 17-30. Recuperado de <https://bit.ly/36oqR2o>
- Santos, F. M. & Gomes, S. H. A. (2013). Etnografia virtual na prática: Análise dos procedimentos metodológicos observados em estudos empíricos em cibercultura. In 7o Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultura, São Paulo.
- Soares, S. S. D. (2018). *As faces da amizade no Facebook: Semblantes da sociabilidade contemporânea* (Dissertação de mestrado em Psicologia, Pontifícia Universidade Católica, Belo Horizonte, MG, Brasil).
- Stengel, M., & Soares, S. S. D. (2018). Pesquisas na internet: Possibilidades, desafios e implicações éticas. In R. M. S. Macedo, I. Kublikowski, & C. L. O. O. Moré (Orgs.), *Pesquisa qualitativa no contexto da família e da comunidade: Experiências, desafios e reflexões* (pp. 45-60). Curitiba: CRV.

Recebido: 29/05/2020

Revisado: 23/09/2020

Aprovado: 25/11/2020