

Etnografia e Netnografia

Profa Helena Nunes

UFPR.PPGGI

Material elaborado a partir de outras apresentações, inclusive da
Vanessa Kupczik (doutoranda Design)

ETNOGRAFIA

1. ETNOGRAFIA

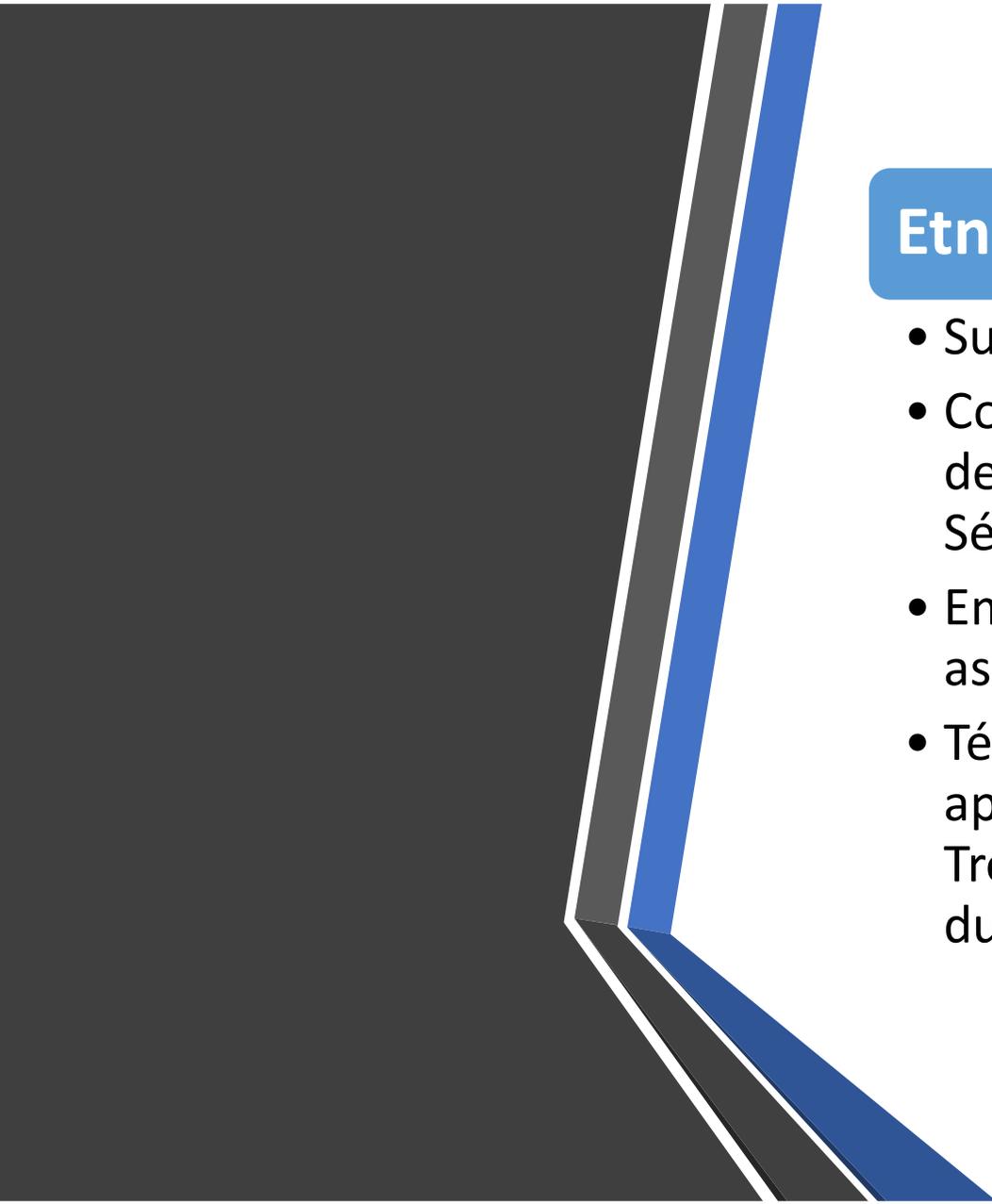
- Ethnos + graphein: povo + descrever
- CULTURA: acúmulo histórico dos artefatos de um grupo (COLE, Michael. 1993)
- Estudo cultural através de uma imersão profunda no grupo que está sendo estudado (GOETZ e LECOMPTE, 1988)
- “A última unidade de análise não é a pessoa mas, sim, o seu comportamento ou ato.” (MEAD, 1950)

Etnografia: Histórico

slide elaborado por Vanessa Kupczik

(RANDALL & ROUNCFIELD, 2002)

- Origem na **Antropologia Social**
- Métodos de observação naturalistas em antropologia: **Malinowski (1914)**
- **Argonauts of the Western Pacific (1922)**
- Vivência de uma vida **nativa** para entender essa cultura e esse modo de vida,
- Antropologia menos "contos estranhos de lugares distantes".
- A etnografia também criou um lugar dentro da **sociologia** (a Escola de Chicago)
- Uma metodologia de **último recurso** - usado para obter **informações sobre grupos e culturas desviantes** -que são impossíveis de investigar de outras maneiras.
- A influência da **Escola de Chicago** estendeu-se a áreas como educação, negócios, saúde pública, enfermagem e comunicação.

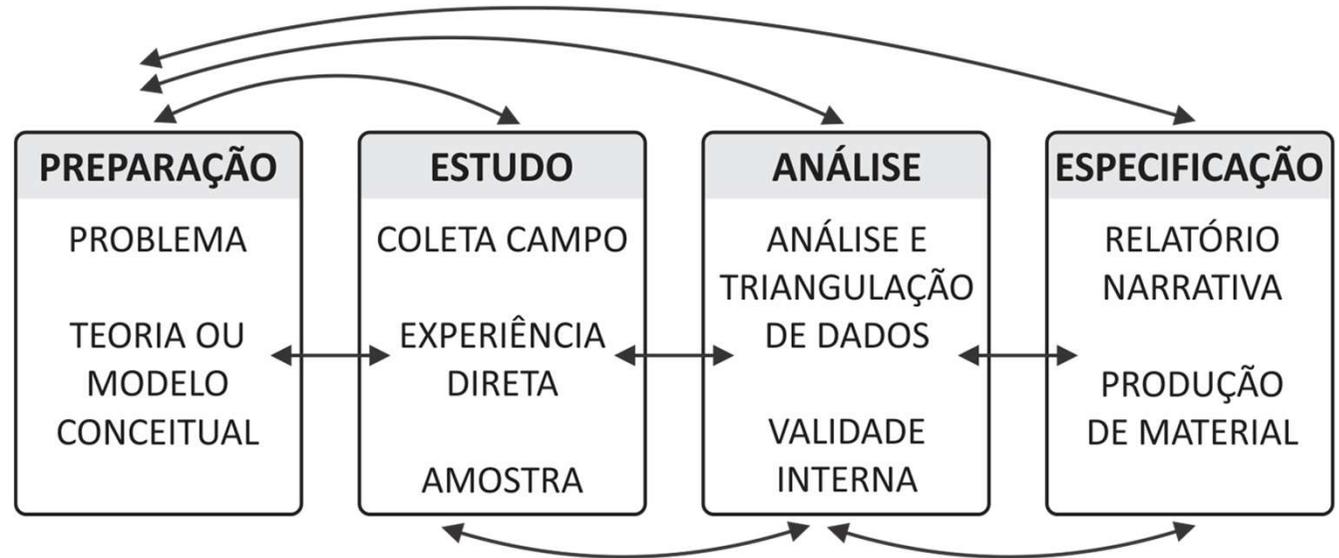


Etnografia

- Surgiu como um neologismo no Século XIX
- Como técnica de pesquisa a etnografia se desenvolveu somente na passagem do Século XIX para o XX
- Em 1922, Bronislaw Malinowski estabeleceu as bases do método etnográfico
- Técnicas de observação participante aplicadas em estudo com nativos das ilhas Trobriand, no leste de Nova Guiné (o estudo durou quatro anos)

Quadro Síntese

ETNOGRAFIA



Elaborado por Vanessa Kupczik

Etnografia: Princípios (

Elaborado
por Vanessa Kupczik)

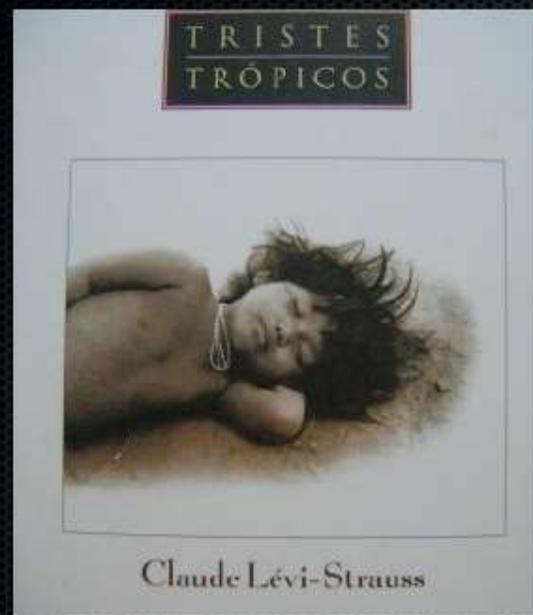
- **Observação** cuidadosa de **comportamentos vividos** e **entrevistas detalhadas** com as pessoas da **comunidade** em estudo.
- Prestar atenção aos **processos de pesquisa de campo**: estabelecer **afinidades** com as pessoas que vivem lá de tal forma que se torne um **membro ativo** do grupo.
- **Preocupação central do etnógrafo**: vidas cotidianas rotineiras das pessoas que eles estudam.
- Coletam dados sobre as experiências humanas vividas que tem por fim **discernir padrões previsíveis**, muito mais do que descrever todas as instâncias imagináveis de interação ou produção.

(ANGROSINO, 2009)

3 ABORDAGEM ETNOGRÁFICA PADRÃO

	O que as pessoas dizem?	O que as pessoas fazem?	O que as pessoas usam?
OUVIR			
Tomar nota	Conversações		
Gravar	Entrevistas		
OBSERVAR			
Ver		Comportamento	Indícios de Comportamento
Tomar nota		Mapear padrões de comportamento	Vestimentas, objetos, caminhos, etc.
Sketch ou diagrama		Relacionamentos	O uso dos produtos
Fotos		Time-lapse	Fotos do uso dos produtos

CLAUDE LÉVY-STRAUSS

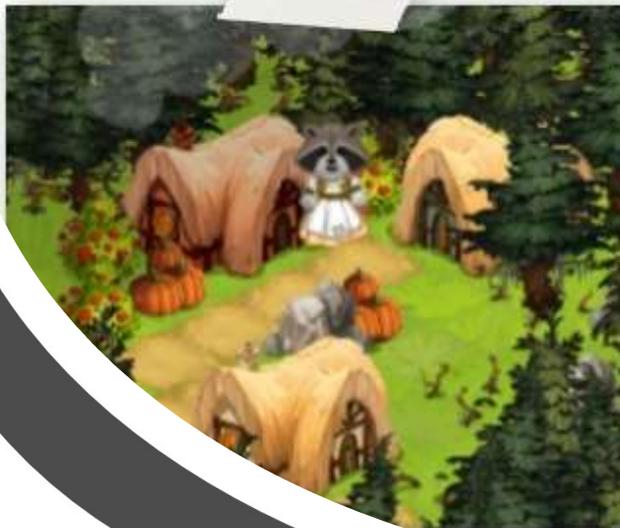


- Descrição da cultura das sociedades indígenas do Centro-Oeste (Brasil) durante a década de 1930 (v. livro);
- Discussão das relações entre o Velho e o Novo Mundo: civilização x progresso.

A Netnografia

Apropriações dos estudos etnográficos para a Cibercultura.

Existem **diferenças**...não é uma simples transposição de 1.

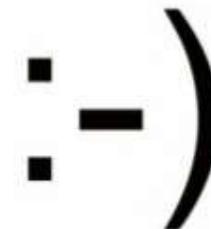


...NETNOGRAFIA

Intenção de abordar as mesmas características do **método etnográfico** (ou seja, estudos de práticas sociais, de artefatos que instituem cultura), com a atenção para o estudo de práticas, interações, usos e apropriações de meios por grupos e comunidades situadas no universo virtual.

A Netnografia

A netnografia, assim, é uma forma de abordar o conhecimento científico que está em constante adaptação, utilizando-se de métodos e procedimentos já desenvolvidos como formas de inspiração a fim de rearranjar e organizar modelos metodológicos que transcrevam e dialoguem de forma mais adequada ao modo de constituir a epistemologia, em especial, na comunicação mediada pela Internet.



NETNOGRAFIA

A netnografia se classifica como uma abordagem da etnografia aplicada ao estudo de culturas e comunidades online (KOZINETZ, 2014) e, para tal finalidade, estuda as comunicações existentes no campo social virtual, levando em consideração as características dos ambientes digitais por intermédio dos computadores como fonte de dados para se chegar a uma compreensão e a representação etnográfica de um fenômeno cultural observado na internet.



Metodologias devem se adequar ao meio;
Reconhecer possíveis limitações;
Rigor metodológico;
Observa-se aspectos da comunidade.

A Netnografia

Vivência em campo;
Narrativa personalizada;
Utilização e combinação flexível de múltiplas técnicas de pesquisa;
Compromisso de longo prazo;
Indução a partir do acúmulo de informações.

(FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2011)



A Netnografia

Surgiu pelo interesse em estudar práticas sociais virtuais.

NET + ETHNOGRAPHY



Etnografia Online
Etnografia Virtual
Netnografia

CIBERESPAÇO



Analisa marcadores verbais e não verbais na Internet;
Caráter qualitativo;
Inserção na realidade em análise.

A Netnografia

PARTE DE QUE:

...o agente de mudança não é a tecnologia em si, e sim os usos e as construções de sentido ao redor dela.



As relações sociais mudaram...

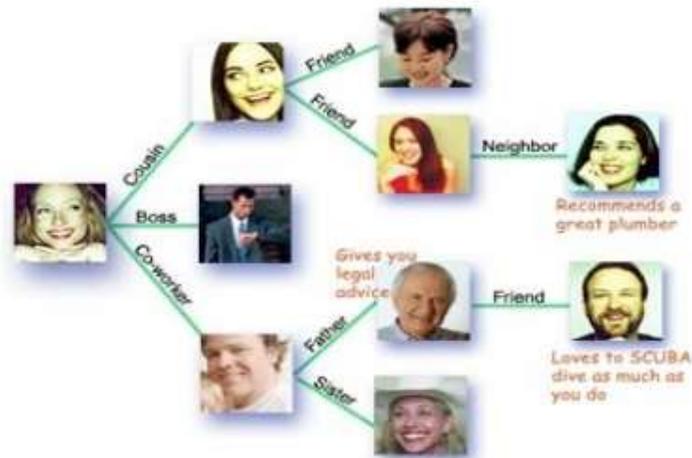
- Não precisam sair de casa;
- As pessoas criam coisas na Internet;
- Grupos, amigos, namoros virtuais;
- Existência de lugares virtuais para a sociabilidade;
- Pessoas interagem pela Internet.



Mas...e onde aplicar a netnografia?

Interações sociais na Internet

- Troca de capital social;
- Formação de laços sociais;
- Formação de comunidades;
- Formação de Redes Sociais;
- Relacionamentos sociais;
- Comportamento social.



“...uma etnografia da Internet pode olhar em detalhes para as formas pelas quais a tecnologia é experienciada em uso”.

(HINE, 2000)

O que ela exige?

- Compreensão da linguagem do grupo;
- Saber usar a Internet;
- Paciência do pesquisador;
- Rigor metodológico;
- A participação no grupo;
- Observação participante;
- Aplicação de técnicas para coleta de dados.

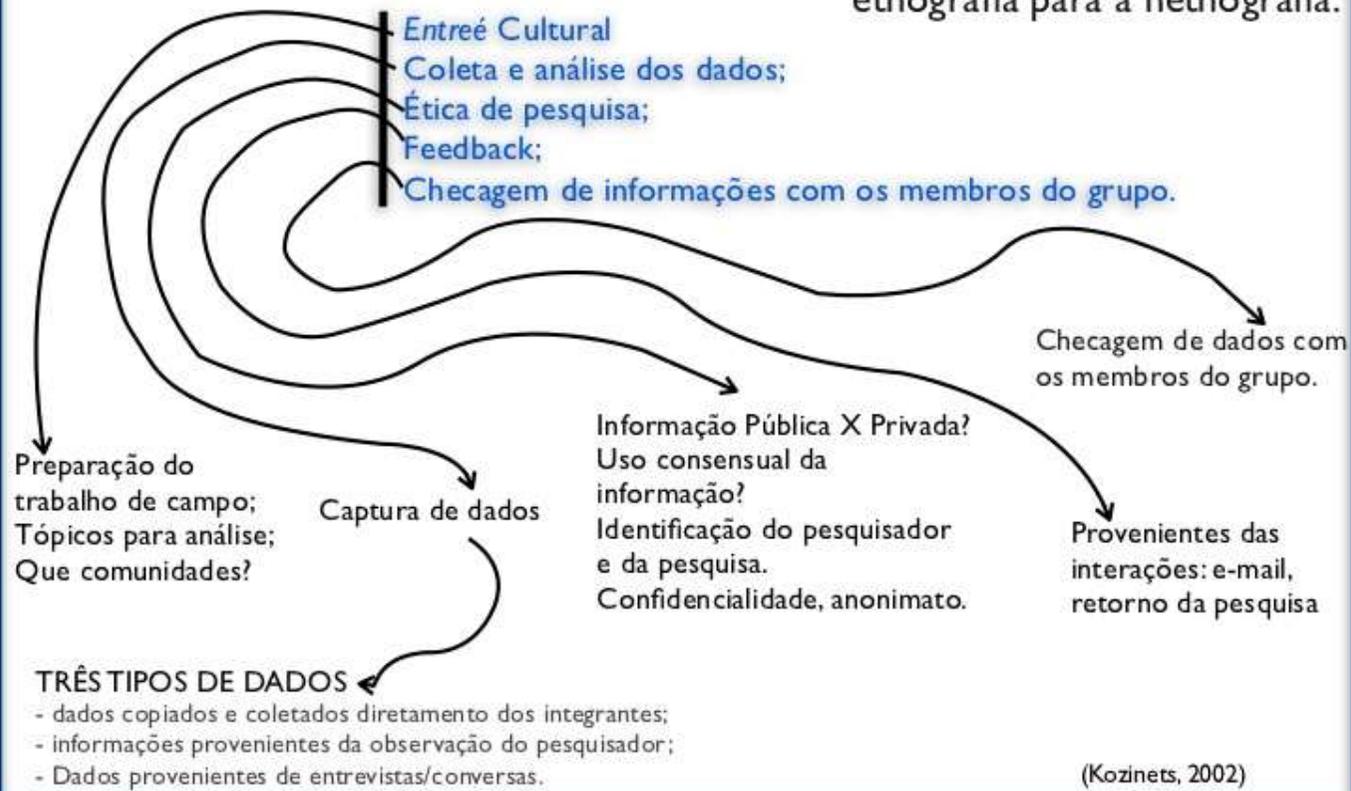
Não possui "receitas"!!!
Permite com que se observe
os sujeitos de análise;
Permite uma descrição densa
dos fenômenos observados;
Busca ler o texto e o
contexto presente na
Internet;



Kozinets;
Hine;
Ardevol;
Amaral;
Sá;
Fragoso;
Recuero;
Montardo;
....

Netnografia

Procedimentos básicos de metodologia específicos da transposição da etnografia para a netnografia.



Mas onde posso aplicar a Netnografia?



Em qualquer ambiente virtual que possua pessoas interagindo, construindo “culturas” e produzindo significações sociais.

Construção de um avatar/perfil;
Experimentação e observação do ambiente;
Interação com sujeitos do ambiente;
Participação dos eventos do grupo do ambiente.



Posições do pesquisador:

- * investigador;
- * observador;
- * interagente;
- * descobridor.

ENTRADA CULTURAL

Pesquisador como INVESTIGADOR

ANÁLISE DOCUMENTAL

Coleta de dados

sobre o ambiente
sobre o grupo
históricos, notícias...
pesquisas
dados informais...

Conhecer o local e o grupo

- Como funciona?
- Para que serve?
- Quando foi criado?
- Há quanto tempo existe?
- Histórias sobre.
- Quem faz parte?
- Quantos fazem parte?
- Como está organizado?
- Hábitos dos moradores.

Teorias são essenciais para a pesquisa.

(POPPER, 1975)



aporte teórico
autoetnografia

(AMARAL, 2009)

Coleta e Análise

Observação sistemática
Investigação Interpretativa



Desvendar e decompor
padrões de comportamento
social e cultural



INDISPENSÁVEL O
CONTEXTO

Coleta e Análise dos dados

Pesquisador se torna membro do local
Imersão do pesquisador na realidade cultural

“viver com e como
um determinado
grupo social”



Coleta e Análise dos dados

Do sujeito...

Visual (avatar)

Descrições (perfil, nicks)

Interações (rastros)

O que observar?

forma linguagem

padrões de comportamento

expressões características

identidade visual



Coleta e Análise dos dados

Pesquisador como OBSERVADOR

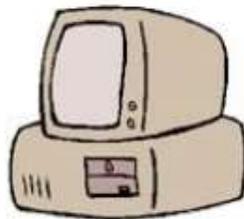
OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

Entrada a campo - passa a “fazer parte”

•Fazer parte do grupo

- Entrar nas normas estipuladas;
- Participar dos “eventos”;
- Criar uma IDENTIDADE (nick, avatar, perfil...);
- Formação de laços sociais.

(KOZINETS, 2007)



Coleta e Análise dos dados

OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

Existe uma intervenção do pesquisador
tanto na comunidade como com suas interpretações.



CEREBROW



The screenshot shows a social media profile for Sabrina Belarde on the Orkut platform. The profile includes a profile picture, name, location (Pelotas, Brazil), and a bio. The bio reads: "Sou uma garota determinada. Sigo o que acredito e não tenho medo do que os outros pensam em relação a minha pessoa. Acredito muito no amor e tenho consciência do quanto difícil é amar uma pessoa de verdade (e aceitá-la do jeito que é). Discreta, tenho amigos especiais que considero como pérolas em minha vida. Acho que é isto. Um beijo a todos!" The profile also shows a date of birth (13 novembro), a list of friends (DENE, Tatiana, SR. & SRA., etc.), and a relationship status (solteiro(a)).

Coleta e Análise dos dados

OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

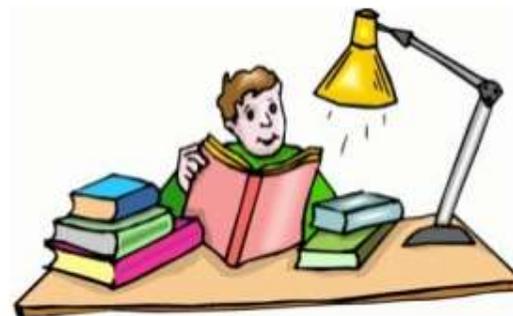
O Diário de Campo.

Anotações (salvar arquivos);
Descrever com detalhes o lugar, as
pessoas e como elas interagem tanto
entre elas como com o local.

Visualização da organização do ambiente.

Visualização das interações sociais.

Rotina;
Conversas informais;
Fatos que acontecem;



Pesquisador como INTERAGENTE

Coleta e Análise dos dados

ENTREVISTAS

PESQUISADOR: ao participar do grupo, automaticamente interfere no meio.
conhecimento e competência comunicativa do meio.

NESTE MOMENTO: interações mais claras, com diferente abordagem.



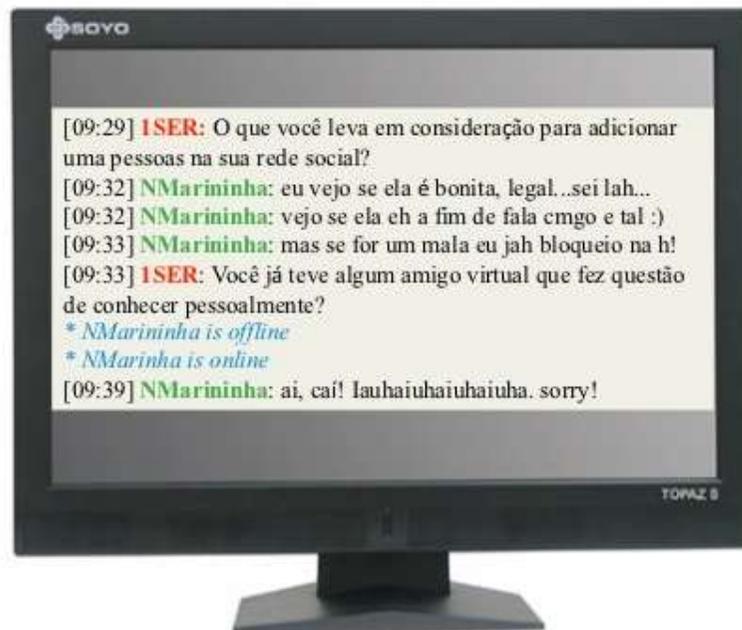
- Construção das perguntas;
- "Questões base";
- Parte de uma conversa.

Busca informações não adquiridas na observação
participantes

Coleta e Análise dos dados

ENTREVISTAS

Ritmo da conversa



- Lag ;
- Cair conexão;
- Atenção pessoal;
- “linguagem cortada”;
- Exige paciência ;
- Respostas “curtas”;
- Respostas adequadas para as perguntas.

ENTREVISTAS

O Contexto

- Pedir dedicação;
- Pessoas falam com mais de uma pessoa ao mesmo tempo;
- Laços fortes .

dificuldades
vantagens



- Anonimato;
- Não compartilhar do mesmo espaço físico;
- Entrevistado no próprio território.

MAIS CONFORTO

Princípios básicos da Netnografia

1. Presença do etnógrafo no campo de pesquisa (Internet);
2. Visualização do ciberespaço como campo de pesquisa;
3. Considerar as interações como dinâmicas;
4. Toda forma de interação é relevante;
5. Compreender dinâmica do campo;
6. Observar limites entre online e offline (bem como suas conexões);
7. Deslocamento do entendimento de tempo e espaço;
8. Não é imparcial;
9. Precisa-se de tempo e dedicação do pesquisador;
10. Necessita da imersão do pesquisador na interação virtual;
11. Informantes presentes ou não;
12. É uma apropriação da etnografia para o ciberespaço.

DIFICULDADES

• Descrição do campo
(espaço)

Como limitar o espaço
virtual?

As relações sociais estariam
limitadas neste único lugar?

• Descrição das pessoas
(habitantes)

Com quem eu falo?

Como perceber a
hierarquia das relações
sociais?

ATENÇÃO ESPECIAL

Como olhar?

manter postura inicial de estranhamento do pesquisador em relação ao objeto;
considerar a subjetividade;
considerar os dados resultantes como interpretações de segunda e terceira mão;
considerar o relato etnográfico como sendo de textualidade múltipla.

Mantém premissas básicas de etnografia.

O pesquisador quando vestido de **netnógrafo**, se transforma num **experimentador do campo**, **engajado** na utilização do objeto pesquisado enquanto o pesquisa (KOZINETS, 2007).

REFLETIR SOBRE:

O papel do pesquisador no contexto...

AUTOETNOGRAFIA



ATENÇÃO ESPECIAL

A identidade do sujeito
Se mostra o que se quer!

FOFINHA_POA
DESTRUIDOR
MARCELO84



LinkedIn

PLURK
Your life on the web



FOTOLOG

VIDA OFFLINE

twitter

orkut

facebook



flickr

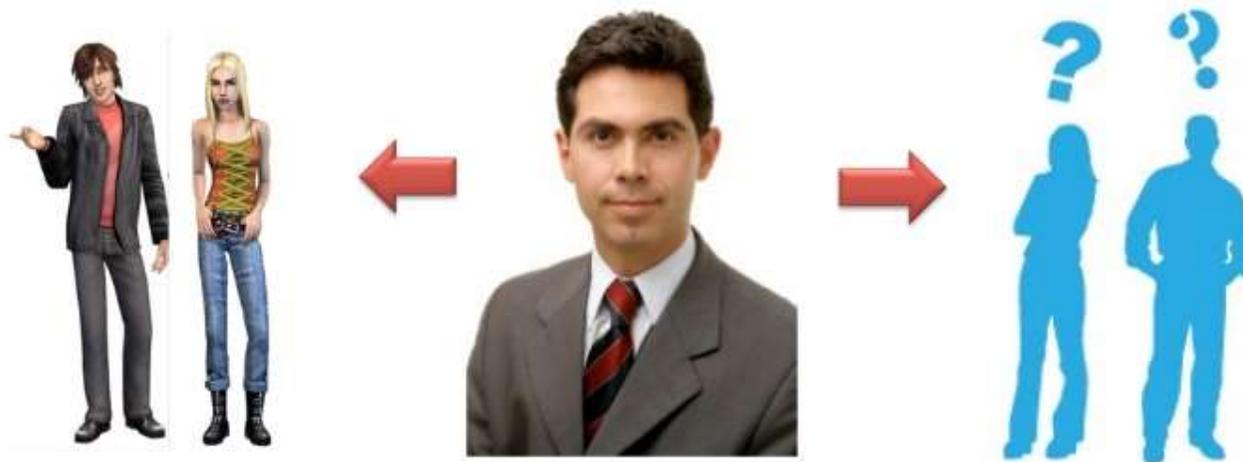
Messenger:mac



Questões éticas

Identificar-se “concretamente” ou não na etnografia virtual?

- a. Altera a forma dos sujeitos interagirem?
- b. Observar e interagir sem deixar explícito?
- c. Somente na entrevista?



Pesquisador como **DESCOBRIDOR**

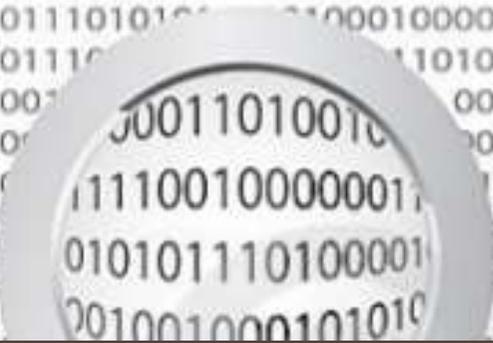
Coleta e Análise dos dados

ANÁLISE DOS DADOS

Realizada após finalizar todas as etapas metodológicas

Confere conservação de informações de um grupo em determinado momento no ciberespaço.

(Braga, 2006).



0111101110101000100010000001100011011
10101110101000110010101110
1000100011010010
0010100011010010
10100011110010000001
10100011011100100
10001001010100001
010010001000101010

Feedback e checagem das informações

Checagem das informações com os sujeitos....

Oferece credibilidade e legitimidade

Material "sensível"...

Faixa etária, informações "delicadas"...

O retorno com os resultados...

Envio da pesquisa à comunidade.



ETNOGRAFIA: a partir da observação participante, onde o pesquisador se insere na comunidade na qual deseja estudar.



NETNOGRAFIA: a diferença está na comunidade na qual o pesquisador irá se inserir e nos instrumentos que usará. Aqui, a comunidade estudada será virtual, e contará com técnicas e instrumentos online para análise e descrição dos dados.

TIPOS DE PESQUISA

Etnografia X Netnografia

LIMITE ESPACIAL	concreto	virtual/imaterial
COMUNICAÇÃO	não mediada - direta	mediada pela internet
IDENTIFICAÇÃO	identidade física	avatar/perfil/nick
RITMO ENTREVISTA	elevado	não muito elevado
ATENÇÃO	maior	compartilhada
CONTROLE ENTREVISTA	maior	menor (cortes, lags...)
CONFORTO/LIBERDADE	menor	maior
TEMPO DE RESPOSTAS	menor tempo para formular	maior tempo para formular
DESENVOLVIMENTO RESP.	maior/oralidade	menor/escrita
IDENTIDADE PESQUISADOR	construída	construída em nicks/avatar
INTRODUÇÃO NO ESPAÇO	percebida	nem sempre é percebida
ETICA ENTREVISTA	seguida	ética do avatar? Nick?
COMPREENSÃO CULTURA	necessária	necessária
ESTUDO	práticas sociais	hibridização tecnosocial

A word cloud of terms related to netnography. The words are arranged in a roughly rectangular shape, with 'insight' at the top and 'listening' at the bottom. The words vary in size and color, with blue and orange being the most prominent. The background is white, and the entire word cloud is set against a dark teal background with a white border.

insight
participants story
international online fieldwork respondents
social media panel specialists
forum social networks video china
community internet penetration panel mobile
feedback future advertisers conversations
access panels facebook real time
social networking data quality ideation
surveys opinions
listening

NETNOGRAFIA

Em seus estudos, Kozinets (2014) apresenta as vantagens e inconvenientes da “netnografia” em relação à etnografia. A “netnografia” pode ser aplicada de forma **mais rápida**, é **menos dispendiosa**, haja vista que se resume a textos verbais, e é **menos subjetiva**. Como inconveniente, destaca sua **concentração na linguagem textual** (fato que está sendo rapidamente superado devido às novas ferramentas de comunicação disponíveis no ciberespaço) e que trouxe **outra maneira de redação, muito mais informal**, pois aceita abreviaturas de palavras, siglas, misturas de som, texto e imagem (multimídia), entre outros.

	ETNOGRAFIA	NETNOGRAFIA
Ética na pesquisa	<ul style="list-style-type: none"> - Não publicar segredos culturais. - Não retratar pessoas e práticas imprecisamente. - Não tratar costumes, indivíduos e crenças desdenhosamente. - Mais fácil de conseguir o consentimento. 	<p>Os fóruns on-line são considerados públicos ou privados? O que significa “consentimento informado” no ciberespaço?</p> <p>É preciso ter consciência de que, embora os dados estejam no território-rede, na realidade, os participantes de comunidades on-line são efetivamente seus construtores e, não necessariamente, pretendem ver seus dados representados na pesquisa. De forma resumida, percebe-se que a questão ética em “netnografia” está relacionada à privacidade, confidencialidade,</p>



	ETNOGRAFIA	NETNOGRAFIA
Interpretação confiável	<ul style="list-style-type: none">- Observação do equilíbrio do discurso com o comportamento.- Observa as pessoas.- Triangulação de dados necessária.- Não é mediada por computador.- Não está disponível publicamente.- Não é gerada em forma de texto escrito.- As identidades dos participantes da conversação são mais fáceis de serem discernidas.	<ul style="list-style-type: none">- Observação do discurso textual. Assim, a auto-imagem dos informantes é mais controlada. No entanto, a unidade final de análise da netnografia não é a pessoa, mas o comportamento ou o ato.- Observa e recontextualiza os atos da conversação.- Triangulação de dados é útil se o pesquisador buscar a generalização.- É mediada por computador.- Está disponível publicamente.- É gerada em forma de texto escrito.- As identidades dos participantes da conversação são mais difíceis de serem discernidas.

ETNOGRAFIA**NETNOGRAFIA****Planejamento e entrada**

Seleção e definição de problemas, a escolha do local onde será feito o estudo e o estabelecimento de contatos para a entrada no campo.

Formular os objetivos da pesquisa, identificar os fóruns específicos adequados e aprender o máximo possível sobre eles e seus participantes.

Coleta de dados

Por calcar-se na observação, o método etnográfico dá especial atenção à utilização do chamado “diário de campo”.

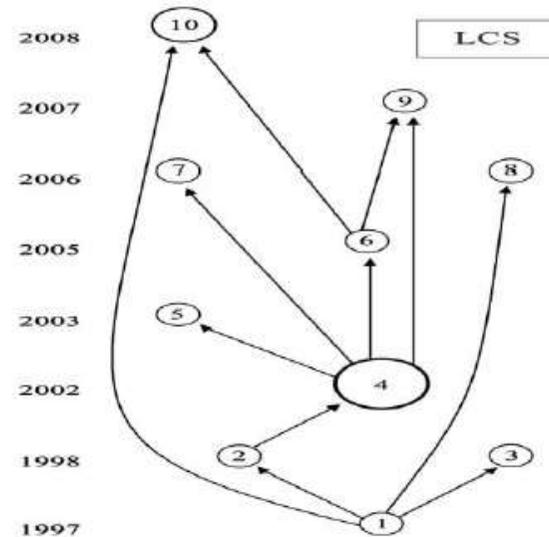
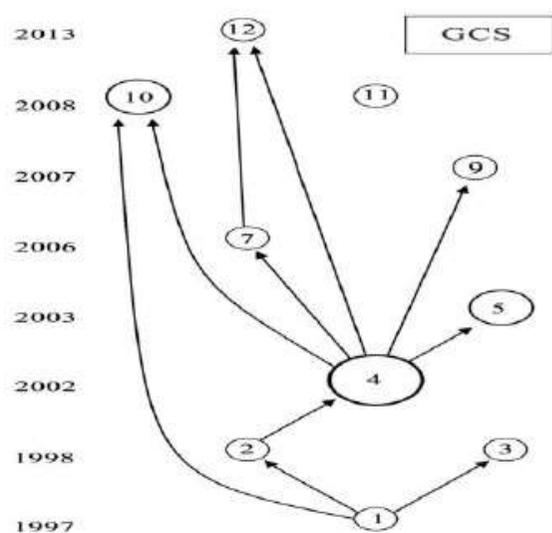
1) os dados podem ser copiados diretamente dos discursos travados entre os membros dessas comunidades e 2) os dados que o pesquisador obtém dizem respeito a suas observações sobre a comunidade, seus membros, interações e significados.

Análise de dados

Envolve uma busca das partes de uma cultura, a relação entre essas

Contextualizar os dados online (até mais que a etnografia), que são

	ETNOGRAFIA	NETNOGRAFIA
Checagem dos participantes	<ul style="list-style-type: none">- É oneroso.- Não é tão empregado.	<p>O relatório final é apresentado para alguns dos participantes a fim de que eles possam efetuar uma “avaliação” ou tenham alguns comentários sobre os resultados da pesquisa. Esse procedimento permite que se obtenha <i>insights</i> adicionais sobre a pesquisa, que se levante as fragilidades da mesma e que se estabeleça um contato contínuo entre pesquisadores e pesquisados. Trata-se de obter o <i>feedback</i> dos envolvidos na pesquisa.</p> <ul style="list-style-type: none">- Não é tão oneroso.- É mais empregado.



Legenda:

GCS – Global Citation Score (Top 10 artigos sobre a temática que receberam maior quantidade de citações no Web of Science™)

LCS – Local Citation Score (Top 10 artigos sobre a temática que receberam maior quantidade de citações dos artigos selecionados)

- 1- Kozinets (1997)
- 2- Kozinets (1998)
- 3- Kozinets e Handelman (1998)
- 4- Kozinets (2002)
- 5- Brown, Kozinets e Sherry (2003)
- 6- Nelson e Otnes (2005)

- 7- Cova e Pace (2006)
- 8- Kozinets (2006)
- 9- Fuller, Jawecki e Muhlbacher (2007)
- 10- Mathwick, Wiertz e de Ruyter (2008)
- 11- Yim, Tse e Chan (2008)
- 12- Brodie *et al.* (2013)



COMO REALIZAR A PESQUISA NETNOGRÁFICA?

ETAPA 1



Definir as questões da pesquisa, websites sociais ou tópicos a investigar

ETAPA 2



Identificação e seleção da comunidade

ETAPA 3



Observação participantes da comunidade (envolvimento e imersão) e coleta de dados (garantir procedimentos éticos)

ETAPA 4



Análise de dados e interpretação iterativa dos resultados

ETAPA 5



Redação, apresentação e relato dos resultados de pesquisa e/ou implicações teóricas e/ou práticas



06 de Maio de 2016

Seminários da Pós-Graduação



Netnografia como método monitoramento e análise de redes sociais nas eleições presidenciais de 2014



Victor Kraide Corte Real

Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes - USP. Docente e Integrador Acadêmico no Centro de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas

Local: Mini-Auditório B (UL70b – Prédio da Pós-Graduação) | Horário: 10h30-12h30 | www.fca.unicamp.br

II SEMANA DE HUMANIDADES DA UERN

• NETNOGRAFIA COMO MÉTODO DE PESQUISA NO ESTUDO DE POVOS INDÍGENAS NO CIBERESPAÇO

Izaira Thalita da Silva Lima
Prof. Dr. José Glebson Vieira

Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais
e Humanas da UERN - PPGCSH

Referências

- CORRÊA, M.V.; ROZADOS, H. B. F. A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e Ciência da Informação, v.22, n.49, p.1-18, maio/ago., 2017.
- AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico em comunicação digital. **Cadernos da Escola de Comunicação**, Curitiba, n. 6, p. 1-18, 2008.
- HINE, C. **Virtual ethnography**. London: Sage, 2000.
- KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014, cap. 4