



ETNOGRAFIA

Metodologia de pesquisa imersiva presencial

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)

BRONISLAW MALINOWSKI



- ✦ Observação participante;
- ✦ Aprendizado da língua;
- ✦ ETNOGRAFIA = integrar os todos (documentar inter-relações culturais sob a perspectiva dos nativos.

BRONISLAW MALINOWSKI



- ✦ Instituições e costumes;
- ✦ O imponderável no dia a dia;
- ✦ Narrativas, folclores e mitos.

BRONISLAW MALINOWSKI

Synopsis Survey of Biological and Derived Needs and Their Satisfaction in Culture					
A	B	C	D	E	F
Basic needs (individual)	Direct responses (Organized, i.e., collective)	Instrumental needs	Responses to instrumental needs	Symbolic and integrative needs	Systems thought and faith
Production (materialism)	Commissariat	Renewal of cultural apparatus	Economics	Transmission of experience by means of pre- cise, consis- tent principles	Knowledge
Production	Marriage and family	Charters of behavior and their sanctions	Social control	Means of intel- lectual, emo- tional, and pragmatic con- trol of destiny and chance	Magic Religion
Efforts	Domicile and dress				
	Protection and defense				
Education	Systems of play and repose	Renewal of personnel	Education		
Management	Set activities and systems of communi- cation				
Health	Training and apprenticeship	Organization of force and com- pulsion	Political organi- zation	Communal rhythm of recreation, exercise, and rest	Art Sports Games Ceremonies

- ✦ Os aspectos culturais precisam ser entendidos em seu próprio contexto;
- ✦ O homem primitivo é tão razoável quanto o homem ocidental dado o seu contexto cultural.

BRONISLAW MALINOWSKI

Synopsis Survey of Biological and Derived Needs and Their Satisfaction in Culture					
A	B	C	D	E	F
Basic needs (individual)	Direct responses (Organized, i.e., collective)	Instrumental needs	Responses to instrumental needs	Symbolic and integrative needs	Systems thought and faith
Production (materialism)	Commissariat	Renewal of cultural apparatus	Economics	Transmission of experience by means of pre- cise, consis- tent principles	Knowledge
Production	Marriage and family	Charters of behavior and their sanctions	Social control	Means of intel- lectual, emo- tional, and pragmatic con- trol of destiny and chance	Magic Religion
Efforts	Domicile and dress				
	Protection and defense				
Education	Systems of play and repose	Renewal of personnel	Education		
Management	Set activities and systems of communi- cation				
Health	Training and apprenticeship	Organization of force and compulsion	Political organi- zation	Communal rhythm of recreation, exercise, and rest	Art Sports Games Ceremonies

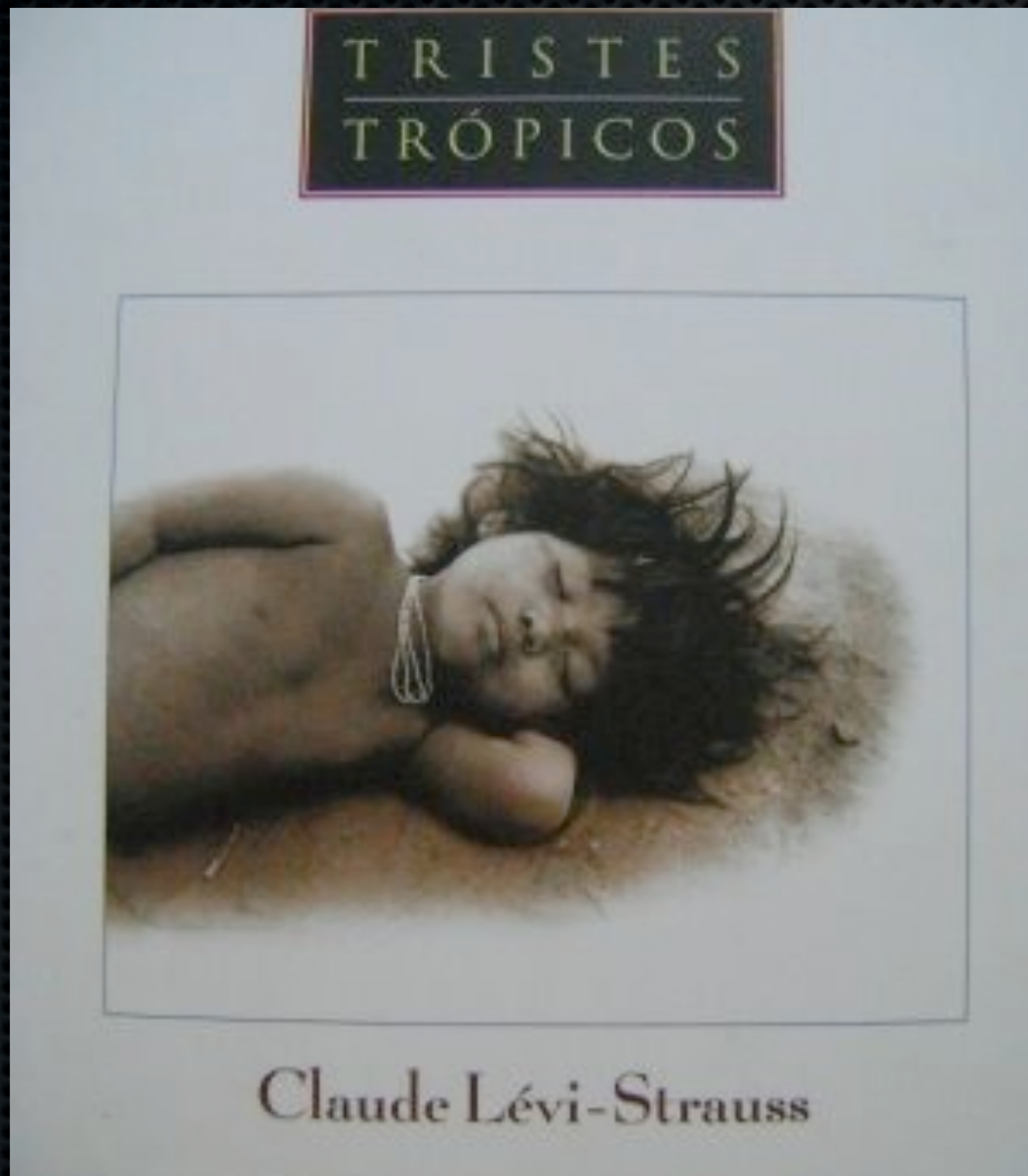
- ✦ Atenção para os comportamentos e para as crenças: ambos nem sempre se fundem;
- ✦ Descrição das necessidades individuais através do funcionalismo.

CLAUDE LÉVY-STRAUSS



- ✦ “...Não pode existir uma civilização absoluta mundial porque, na própria ideia de civilização, implica a coexistência de culturas oferecendo entre elas o máximo de diversidade.”

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.

SANDRA MONTARDO



- ✦ “Uma etnografia é uma reconstrução analítica de cenários e grupos culturais que traz as crenças, práticas, artefatos e conhecimentos compartilhados pela cultura que está sendo estudada,” (MONTARDO e PASSERINO, 2006)



A word cloud containing various terms related to netnography. The words are arranged in a dense, overlapping manner. The most prominent words, shown in larger fonts, include 'insight', 'respondents', 'community', 'social media', 'social networks', 'future', 'surveys', 'opinions', 'listening', 'conversations', 'panels', 'facebook', 'real time', 'panel', 'specialists', 'story', 'participants', 'international', 'online', 'fieldwork', 'internet', 'penetration', 'video', 'china', 'mobile', 'advertisers', 'access', 'data', 'quality', 'ideation', 'social networking', 'feedback', 'forum', and 'panel'. The words are colored in shades of blue, orange, and grey.

NETNOGRAFIA

Metodologia de pesquisa imersiva online

2. NETNOGRAFIA

- ✦ Reconstruir o cenário cultural do objeto pesquisado sob o olhar do pesquisador;
- ✦ Obter dados fenomenológicos que representem a concepção de mundo dos observados da maneira mais parecida possível;
- ✦ Observação direta, participante e crítica.

2. NETNOGRAFIA

- ✦ É impossível evitar uma certa subjetividade na montagem do panorama e no teor dos dados coletados;
- ✦ Nas TICs, o fato de grande parte dos dados de campo já estarem transcritos é uma vantagem (KOZINETTS, 2002);
- ✦ A digitalização dos dados textuais e multimídia não demanda tanto esforço da memória do netnógrafo em relação ao etnógrafo (pois o último utiliza um diário de campo);

2. NETNOGRAFIA

- ✦ Ao contrário da etnografia, a netnografia normalmente não proporciona ao pesquisador uma percepção nítida a respeito da comunicação não-verbal dos entrevistados (KOZINETTS, 2002);
- ✦ Há uma necessidade de adaptação das técnicas de abordagem de campo em função das características do(s) grupo(s) e do(s) ambiente(s) no(s) qual(is) o pesquisador precisa imergir.

2. AUTONETNOGRAFIA

- Narrativa empírico-descritiva que reflete acerca dos limites, das possibilidades e das dificuldades do pesquisador-insider (AMARAL, 2008, p. 1);
- Representa um ponto delicado dentro da relação entre o observador e seus informantes na observação de uma determinada comunidade virtual (AMARAL, 2008, p.2).

2. AUTONETNOGRAFIA

- ✦ ***Entrée cultural do pesquisador:*** referências e motivações;
- ✦ **Coleta e análise de dados:** áudio, vídeo, texto, posts, comentários, tags, links, chat, questionário, etc.;

2. AUTONETNOGRAFIA

- ✦ **Ética da pesquisa:** facilidades e dificuldades de acesso junto aos entrevistados, consciência acerca da pesquisa, questões legais, etc.;
- ✦ **O *feedback* e a checagem de informações** junto ao grupo pesquisado.

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 do 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
VCR/DVD, camcorder e/ou publicação na rede		Vídeos da rotina diária	Vídeos de atividades específicas
Digital		Webcams	Webcams

Caso haja gravação,
publiquem na web e enviem
o URL no relatório.

Entre si e/ou
com o
etnógrafo?

Exemplo de
possibilidades de
cruzamento de
dados.

	O que as pessoas dizem?	O que as pessoas fazem?	O que as pessoas usam?
OUVIR			
Tomar nota	Conversações		
Gravar	Entrevistas		
OBSERVAR			
Ver		Conversam entre si, resmungam, navegam em silêncio...	Mouse, trackpad, atalhos de teclado
Tomar nota		Mapear padrões de navegação	links, botões, ícones, etc.
Sketch ou diagrama		Pontuar os momentos em que efetuou os cliques	Onde, por que, quando clicou?
Fotos		Time-lapse	Fotos do uso do site
VCR/DVD, camcorder e/ou publicação na rede		Vídeos da rotina diária	Gravação da navegação
Digital		Acompanhamento remoto via Webcam	Acompanhamento remoto via Webcam

Sensações durante a experiência:
conforto, satisfação,
surpresa, tédio,
inconformidade, etc

???

3 ABORDAGEM ETNOGRÁFICA PADRÃO

- ✦ Perguntem se eles compreenderam/interessaram-se pelo conteúdo indicado e por que;
- ✦ Não há problema se os usuários já conhecerem o site observado. Porém, não esqueçam de registrar se eles já o conheciam ou não;
- ✦ Registrem tudo: resmungos, suspiros, olhares, comentários, dúvidas, sugestões, críticas;
- ✦ Perguntem se eles voltariam a este site e por que.