



## ESTUDO DOS BLOGS A PARTIR DA NETNOGRAFIA: POSSIBILIDADES E LIMITAÇÕES

**Sandra Portella Montardo**

Curso de Comunicação –FEEVALE

[sandramontardo@feevale.br](mailto:sandramontardo@feevale.br)

**Liliana Maria Passerino**

Curso de Licenciatura em Computação – FEEVALE

[liliana@feevale.br](mailto:liliana@feevale.br)

### Resumo

Analisando os estudos referentes ao estado da Blogosfera<sup>1</sup> desenvolvidos por Sifry (2006) verifica-se rapidamente que o número de *blogs* dobra a cada seis meses e meio. Isso, aliado com o crescimento de serviços disponíveis na Internet e o número de internautas, chama a atenção para a Internet como um inegável espaço de socialização. Desde seu surgimento, a Internet tem chamado a atenção de pesquisadores de diversos países, porém nos estudos e pesquisas realizados pouco se aborda o viés metodológico empregado para tais investigações. O presente artigo visa analisar a pertinência de uma metodologia de pesquisa qualitativa como a netnografia para o estudo de espaços de socialização mediados por computador como os *Blogs*. A partir de uma análise das articulações e dos distanciamentos entre a etnografia e a netnografia estabelecem-se possibilidades e limitações para o estudo dos *blogs*. Acredita-se que este artigo possa contribuir com pesquisas cujos objetos de estudo sejam *blogs* ou outros espaços/ferramentas de socialização na *web*.

**Palavras-chave:** *blogs*; netnografia; metodologia de pesquisa;

### Abstract

Blogosphere studies by Sifry(2006) has shown that blogs numbers double every six and a half months. This fact, allied to the growth of Internet services and Internet users, shows clearly that Internet is a sociability environment. Since its beginnings, Internet has called the attention of several researchers from distinct countries. However, the corresponding works rarely explore or explicitly declare the methodology employed in the research. This paper aims to analyze the relevance of netnography (virtual ethnography) as a qualitative research methodology for the study of socialization environment mediated by computer applications (like Blogs). Comparing ethnography with netnography, we were able to establish possibilities and limitations for blog researches. We hope to contribute for future researches about blogs or another sociability environments or tools available in the web.

**Keywords:** *blogs*; nethnography; research methodology;

---

<sup>1</sup> *Blogosfera* se refere a tudo que circula no mundo dos *blogs*.

## 1. Introdução

Ainda que o número de brasileiros na Internet seja de cerca de 32,1 milhões<sup>2</sup> no primeiro trimestre de 2005, o brasileiro é o internauta que navega durante mais tempo na Internet no mundo desde outubro de 2005: 20h39 minutos por mês, em junho de 2006. Entre os mais jovens (12 a 17 anos), esse tempo é ainda maior: 28h30 no mesmo período (CÉSAR, 2006). Em estudo realizado pelo Ibope NetRatings neste ano, obteve-se como resultado que os internautas acessaram, respectivamente: portais, ferramentas de busca, serviços como e-mail e mensagens instantâneas e *sites* de comunidades. Quanto a *sites* de relacionamentos, é notável a presença dos brasileiros no Orkut<sup>3</sup>, plataforma criada pelo Google<sup>4</sup>, onde chegaram a perfazer mais de metade dos internautas.

No mesmo sentido, Sifry (2006), em seus estudos regulares sobre o Estado da Blogosfera, indica que o número de *blogs* dobra a cada seis meses e meio. Esses fatos chamam a atenção para a Internet como um novo espaço de socialização. O que este artigo busca indicar é a pertinência de uma metodologia de pesquisa adequada ao estudo de espaços de socialização mediados por computador como os *Blogs*. A partir de uma análise das articulações e dos distanciamentos entre a etnografia e a netnografia estabelece-se possibilidades e limitações do uso da netnografia para o estudo dos *blogs*.

## 2. Blogs como espaços de comunicação mediada por computador

De acordo com Thompson (2006), o primeiro *blog*, Links.net, foi criado pelo estudante Justin Hall, em 1997. Segundo Blood (2000), em sua origem, os *blogs* eram filtros do conteúdo na Internet, consistindo em *links* e dicas sobre *websites* pouco conhecidos, assim como veículo de comentários a respeito de assuntos diversos. Hoje os *blogs* ou *Web logs*<sup>5</sup> constituem verdadeiros sistemas de micro-conteúdo postados por um grupo de pessoas e que são atualizados sistematicamente. Desde o seu início, os *blogs* tiveram as funções paralelas de expressar sentimentos e opiniões de seus donos pela *Internet*, além de dicas referentes à própria Internet. Até 1999, o número de *blogs* não era significativo. Sua explosão aconteceu a partir desse ano quando surgiu Pitas<sup>6</sup>, a primeira ferramenta de criação de *blogs*. Nesse mesmo período foram lançados Pyra<sup>7</sup>, e mais tarde, o Blogger, e Groksoup<sup>8</sup> ferramentas de fácil criação e atualização de *blogs*. Sos *blogs* podem ter seu acesso restrito apenas aos seus criadores, como também, serem compartilhados com um grupo de amigos para permitir as trocas de vivências e opiniões, ou para o público em geral (Shittine, 2004).

Em outubro de 2006, o Technorati<sup>9</sup> contabilizou cerca de 57,4 milhões de *blogs*, além de sinalizar que a blogosfera dobra de tamanho a cada seis meses e meio, conforme Dave Sifry (2006). Sifry (2006) ainda comenta que se verificou que 175 mil novos *blogs* são criados por dia. Ainda em seu relatório sobre o Estado da *Blogosfera*, Sifry (2006) aponta que 18,6 postagens são feitas a cada segundo.

As postagens constituem o corpo principal do *blog* no qual seu proprietário insere suas reflexões,

<sup>2</sup> Inclusão digital ainda é problema in: Revista **Meio & Mensagem**. Meio & Mensagem, São Paulo, 23 de janeiro de 2006, p. 28

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.orkut.com>

<sup>4</sup> Disponível em <http://www.google.com.br>.

<sup>5</sup> *Web* se refere à rede, no sentido de entrelaçamento, navegação na Internet, e log, a registro e conexão. O programador Peter Merholz foi o primeiro a abreviar *web log* para *blog*, segundo Thompson (2006, internet).

<sup>6</sup> Disponível em <http://www.pitas.com>

<sup>7</sup> Disponível em <http://www.pyra.com>

Disponível em <http://www.groksoup.com/>

<sup>9</sup> Disponível em <http://www.technorati.com>.

Cada mensagem enviada é apresentada na página como a entrada de um diário, com a data e a hora em que foi postada. Cada uma dessas entradas chama-se postagem. Em geral, postagens são apresentadas na ordem inversa à que foram enviadas, ou seja, a primeira postagem da página é geralmente a mais recente (isto pode ser mudado pelo dono do *blog*)” (PINTO, 2002, p. 23).

Logo abaixo da postagem, há um *link* em que os visitantes do site podem deixar o seu comentário a respeito do que foi postado e que pode ser usado também pelo dono do *blog* ao responder comentários de seus visitantes.

Para Recuero (2003) os *blogs* são versões mais dinâmicas que os *web sites* pessoais e recebem as mesmas críticas destes últimos, em termos de experiências de publicações amadoras, que muitas vezes se convertem em produtos narcisísticos e exibicionistas. Quanto aos conteúdos dos *blogs*, Recuero (2003) propõe a seguinte classificação a partir de um estudo empírico:

- a) Diário Eletrônicos – trazem pensamentos e fatos da vida pessoal do autor, servindo como seu canal de expressão.
- b) Publicações Eletrônicas – voltados predominantemente para a informação com notícias, dicas e comentários sobre determinados assuntos, baseados no tema do *blog*. Ex: cultura pop, música, tecnologia, esportes, etc.
- c) Publicações Mistas – misturam *posts* pessoais sobre a vida do autor e *posts* informativos e opinativos a respeito de assuntos do gosto do autor.

O conteúdo dos textos postados podem ser analisados das perspectivas de explicitação dos próprios dilemas e reajustes dos processos. Assim, o uso de *blogs* pode ser eficaz na *tomada de consciência* desses dilemas e na busca concreta de soluções, seja pelo compartilhamento, seja pela auto-reflexão daí decorrente.

Ao combinar o conceito de *virtual settlement*, de Jones (1997) e de interação mútua, segundo Primo (1998), Recuero (2003) relaciona *blogs* e comunidades virtuais a partir de um estudo empírico. Recuero (2003) propõe que se estabelecem *webrings*, ou seja, círculo de relações entre autores de *blogs* a partir das ferramentas de comentários e das postagens nos mesmos. De maneira sintética, nas palavras da autora:

Deste modo, acreditamos poder definir *webrings* (como aqui chamamos os círculos de *bloggeiros*) como *virtual settlement*, uma vez que funcionam como um lugar (uma vizinhança) de *bloggeiros* que interagem (através de comentários e *posts*) e travam conhecimento e relações entre si. Os *webrings* são, portanto, compostos não apenas do *blog*, mas do círculo de *bloggeiros* e seus comentários sobre o *blog*, do suporte tecnológico da comunidade virtual. (RECUERO, 2003).

Esta visão dos *blogs* como espaços de organização social e constituição do *self*<sup>10</sup> requer uma concepção metodológica coerente que permita uma análise dos mesmos sem perder a totalidade do fenômeno de socialização presente nos *blogs*. O próximo item trata desse ponto.

### 3. Etnografia e Netnografia

---

<sup>10</sup>Segundo Mead (1950) o *self* surge no processo de interação social e é possível pela capacidade de assumir o ponto de vista do outro (rol do outro) desenvolvendo-se a partir das relações que o sujeito tem com a totalidade dos processos sociais e com os sujeitos que neles participam. Mead afirma que “se o indivíduo atinge seu *self* somente por meio de comunicação com outros, somente através de elaboração do processo social por meio de comunicação significativa, então o *self* não poderia anteceder o organismo social: o último teria que estar lá primeiro” (Mead, 1950: 233).

A etnografia é uma metodologia de pesquisa originária da antropologia e está intimamente relacionada com o conceito de cultura. Sua origem remonta-se a fins de século XIX e começo do século XX, e embora os trabalhos iniciais, fossem em alguns aspectos divergentes do que hoje se considera um estudo etnográfico, sua essência permanece: o estudo cultural através de uma imersão profunda no grupo sendo estudado (Goetz; Lecompte, 1988).

A etnografia foi muitas vezes criticada em função do caráter subjetivo dos dados e informações produzidos a partir dela (Hammersley; Atkinson, 1994). Foi a partir da obra de Malinowski em 1922 que a etnografia teve pela primeira vez um conjunto organizado e sistemático de descrições que permitiram orientar a análise e interpretação dos dados, tornando-a uma metodologia de pesquisa integral. Após a década de 20 a etnografia migrou como metodologia de pesquisa da antropologia para outras áreas como a sociologia e, mais tarde, a psicologia e a educação.

Segundo Goetz e Lecompte (1988) 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.

Para o etnógrafo, a observação direta, participante e crítica é a melhor técnica a ser utilizada, de forma a conseguir obter dados fenomenológicos que representem a concepção de mundo dos participantes. Essa observação não é genérica, mas particular, detalhada e explorada em profundidade, somente assim o resultado da etnografia torna-se valioso: uma re-construção do cenário cultural estudado na visão do pesquisador.

Como resultado de um estudo etnográfico, não somente a re-criação do cenário é importante, mas o próprio método utilizado. Assim, o processo desenvolvido durante a etnografia torna-se um resultado relevante, pois a investigação etnográfica tem um caráter holístico e empírico sem pré-concepções teóricas que permite ao pesquisador explorar o fenômeno como um todo.

Com o surgimento do ciberespaço<sup>11</sup> tornou-se premente o uso e aplicação de metodologias de pesquisa que permitissem “capturar” a essência dos fenômenos presentes no mesmo. Porém a aplicação de metodologias de pesquisa já existentes, principalmente de caráter qualitativo como a etnografia, não pode ser realizada de forma automática sem adaptações e análise das possibilidades e os limites de tal adaptação para a pesquisa efetuada na *web*. No Brasil, existem estudos esparsos sobre a pertinência e aplicações da etnografia na *web* no campo da comunicação (Sá, 2001; Barros et al. 2005; Montardo e Rocha, 2005). Desta forma, os questionamentos suscitados em torno das adaptações requeridas pela aplicação da técnica etnográfica no ambiente da *web* foram inicialmente introduzidos por Kozinets (1997, 2002) e posteriormente por Hine (2005).

Para Hine (2005), o ciberespaço se torna um meio rico para a comunicação com o aumento do número de usuários e, conseqüentemente, é tomado como um lugar privilegiado para a pesquisa nas áreas humanas. De acordo com Hine (2000), duas fases caracterizam pesquisa social em comunicação mediada por computador (CMC): uma primeira, a utilização de abordagem psicológica dependendo de métodos experimentais para compreender o potencial da conversa mediada por computador. A segunda fase da

---

11 O termo Ciberespaço foi definido inicialmente por William Gibson num conto de ciência ficção O Neuromante (1984), no qual descreve um futuro dominado por redes de computadores e banco de dados. Para Lévy (1999) o ciberespaço é “... um universo de possíveis calculáveis a partir de um modelo digital.” (p. 75), é um espaço de comunicação aberto e flexível gerado a partir da conexão mundial de computadores.

pesquisa em CMC corresponde à crescente aplicação de abordagens naturalísticas para o fenômeno *on-line* e a subsequente requisição da Internet como um contexto cultural.

Ao pensar a etnografia como uma técnica que deve dar conta de uma performance de comunidade, a autora (2005) tece as seguintes considerações:

Nós podemos sugerir, então, que uma troca metodológica, a requisição do contexto *on-line* como um site de campo etnográfico foi crucial no estabelecimento do status das comunicações de Internet como cultura. Enquanto experimentos psicológicos demonstraram sua opacidade, métodos etnográficos foram capazes de demonstrar sua riqueza cultural. É possível ir mais longe e sugerir que nosso conhecimento da Internet como um contexto cultural está intrinsecamente ligado com a aplicação da etnografia. O método e o fenômeno definem o outro em um relacionamento de mútua dependência. O contexto *on-line* é definido como um contexto cultural pela demonstração de que a etnografia pode ser aplicada a ele. Se nós podemos estar confiantes de que a etnografia pode ser aplicada com sucesso em contextos *on-line* então nós podemos ficar seguros de que estes são, realmente, contextos culturais, uma vez que a etnografia é um método para entender a cultura. (HINE, 2005, p.8).

Fato inerente a esse interesse crescente é que a Internet significa um contexto cultural e um artefato cultural ao mesmo tempo (HINE, 2000). No mesmo sentido, Schneider e Foot (2005) complementam que a *web* pode ser vista como um cenário de estruturas que suportam a ação *on-line*, comportando uma miríade de dimensões sociais, culturais e políticas.

Quanto a questões metodológicas, Schneider e Foot (2005) indicam que a natureza multi-nivelada e hiperlinkada da *web* faz com que a identificação e a demarcação de unidades de análise nesse ambiente sejam tarefas críticas e necessárias. Nesses termos, os autores interpretam que há uma natureza de co-produção da *web* nas ações *on-line*, que podem ser exploradas examinando-se objetos da *web*, como textos, matérias, *sites* e *links* para outros *sites*, ainda que a pesquisa deva combinar esses dados com dados *offline* (entrevistas pessoais, entrevistas de grupo, telefonemas, etc.).

O conceito de esfera da *web* para Schneider e Foot (2005) traz considerações importantes quanto à delimitação da *web* como objeto de estudo.

Nós conceituamos esfera da *web* não simplesmente como uma coleção de *websites*, mas como um conjunto de recursos digitais dinamicamente definidos estendendo-se sobre múltiplos *sites* da *web* considerados relevantes ou relacionados a um evento central, conceito ou tema, e seguidamente conectado por hiperlinks. As fronteiras de uma esfera da *web* estão delimitadas por uma orientação de tema compartilhado e de uma estrutura temporal. (SCHNEIDER; FOOT, 2005, p. 158).

Hine (2005) ainda aponta que quando falamos em metodologia, estamos implicitamente falando sobre nossa identidade e os padrões segundo os quais nós desejamos que nosso trabalho seja julgado. Na mesma direção, Hine (2005) destaca que as novas tecnologias tornam a questão mais interessante, fazendo-nos interrogar sobre nosso entendimento e compromisso metodológico.

Para Kozinets (1997), a netnografia exige combinação imersiva entre participação e observação cultural com relação às comunidades pesquisadas, sendo que o pesquisador deve ser reconhecido como um membro da cultura, um elemento importante do trabalho de campo.

Em relação à coleta de dados, Kozinets (1997) destaca que há as notas de campo das experiências no ciberespaço que devem ser combinadas com os “artefatos” da

cultura ou comunidade, como *download* de arquivos de postagens de *newsgroups*, transcrições de sessões de MUD ou IRC<sup>12</sup> e trocas de e-mails, além de imagens, arquivos de áudio e de vídeo.

Nesse sentido, Kozinets (2002) destaca que uma das vantagens é que as entrevistas netnográficas já “vem transcritas” e dessa forma não se tem uma dependência tão grande da memória do netnógrafo. Por outro lado, o autor destaca que sendo os dados apenas textuais, produz-se uma limitação importante quanto à comunicação não-verbal dos entrevistados. Acredita-se, porém, que com relação a *Blogs* essa situação pode ser facilmente contornada, utilizando-se ferramentas de comunicação que permitam a transmissão de áudio e vídeo como os atuais comunicadores instantâneos e *Audiologs* e *VideoLogs*.

Segundo Kozinets (1997), a netnografia pode ser empregada de três formas: (1) como ferramenta metodológica para estudar comunidades virtuais *puras*; (2) como ferramenta metodológica para estudar comunidades virtuais *derivadas*; e (3) como ferramenta exploratória para diversos assuntos.

Para o autor (1997), comunidades virtuais puras são aquelas cujas relações sociais se dão apenas na comunicação mediada por computador. Nesse caso, sugere o uso puro da netnografia por parte do pesquisador, cuja participação deve ser total nessas comunidades. No caso de as relações não se limitarem à comunicação mediada por computador, o autor sugere que a netnografia deve ser utilizada como ferramenta complementar a outros tipos de abordagem, como entrevistas pessoais ou por telefone e grupos de discussão, por exemplo.

Além disso, Kozinets (1997) reconhece que aspectos das relações empreendidas em comunidades virtuais não se restringem às comunicações mediadas por computador, influenciando também a vida das pessoas envolvidas para além dessa situação.

Na medida em que a netnografia é uma adaptação da etnografia no ambiente *web*, o Kozinets (2002) salienta que a pesquisa se refere apenas à comunidade que está sendo analisada em termos da contextualização de suas conversações, que são: públicas, geradas por texto escrito e cujos participantes podem ser dificilmente discernidos.

Deve-se destacar, no entanto, que há a possibilidade de identificar os participantes, além de pedir-lhes permissão para publicação dos conteúdos que foram gerados na conversação. Esse ponto remete ao aspecto ético que deve ser observado na pesquisa netnográfica, em termos de se obter consentimento sobre o que vai ser publicado, ainda que a natureza do que é observado seja pública, bem como, que se mantenha anonimato e confidência uma vez requeridos.

Kozinets (1997) aponta quatro aspectos a serem levados em conta pelo pesquisador para reconhecer uma comunidade virtual: (1) os indivíduos devem estar familiarizados entre si; (2) linguagem, normas e símbolos específicos devem ser compartilhados; (3) as identidades devem ser reveladas; (4) deve-se perceber um esforço na manutenção e preservação do grupo pelos participantes.

De maneira resumida, Kozinets (2002) estabelece algumas equivalências, bem como adaptações requeridas entre etnografia e netnografia que são as que seguem:

- “Ingresso” cultural: quanto a esse aspecto, o pesquisador deve ter suficientemente esclarecido o tema sobre o qual pretende investigar para, então, identificar a quem vai dirigir as questões concernentes ao mesmo. Uma vez caracterizada a amostra, é preciso saber de que tipos de comunidades *on-line* essa amostra participa. Através de diretórios ou motores de busca é possível localizar essa amostra a partir dos temas a serem

---

<sup>12</sup> Internet Relay Chat.



investigados. Em seguida, é importante que se observe as interações ocorridas entre os membros da comunidade *on-line* em questão para que se apreenda informações sobre a identidade cultural dos participantes.

- Coleta de dados e análise: há, ao menos, dois elementos importantes quanto à coleta de dados: 1) os dados que o pesquisador copia diretamente das comunicações mediadas por computador efetuadas pelos membros das comunidades *on-line*; 2) os dados que o pesquisador obtém ao observar a comunidade, seus membros, interações e significados. Uma sugestão do autor (2002) é a utilização de categorias para qualificar o comportamento dos participantes das comunidades.

- Fornecendo interpretações dignas de confiança: na medida em que a netnografia é baseada na análise de discursos textuais, o autor (2002) sugere que esta técnica se adequa à abordagem de George Mead (1950) segundo o qual a última unidade de análise não é a pessoa, mas o comportamento ou o ato. Nesses termos, Kozinets (2002) ainda retoma o filósofo da linguagem, Ludwig Wittgenstein, quando este diz que um texto é uma ação social (um ato comunicativo ou um “jogo de linguagem”). Com isso, uma postagem em comunicação mediada por computador é um importante dado de observação, capaz de ser digno de confiança. Além disso, a comunicação analisada em netnografia é diferente da observada na etnografia tradicional porque: 1) é mediada por computador; 2) está disponível publicamente; 3) é gerada em forma de texto escrito; e 4) as identidades dos participantes da conversação são mais difíceis de serem discernidas. É importante destacar, que é possível combinar dados netnográficos com outros (entrevistas, grupos focais, sondagens, etc.) a fim de se obter uma compreensão mais ampla sobre determinada população estudada.

- Ética de pesquisa: duas questões guiam os questionamentos acerca da ética em netnografia: 1) fóruns *on-line* são considerados públicos ou privados? 2) o que constitui “consentimento informado” no ciberespaço? Afinal, os participantes de comunidades *on-line* não pretendem criar dados de pesquisa quando estão em interação na Internet, (Kozinets, 2002). Em resumo, a questão quanto à Ética em netnografia é sempre observar: 1) privacidade; 2) confidencialidade; 3) apropriação de outras histórias pessoais; e 4) consentimento informado.

Ao refletirem sobre a contingência da presença ou da ausência do etnógrafo no espaço *web*, Rutter e Smith (2005) destacam a importância de demarcação dos limites do campo etnográfico e de sua compreensão. O estudo de caso levado a cabo por Rutter e Smith (2005) destaca que o lugar de análise é definido somente através de atos de interação e de comunicação, o que coloca a definição do cenário de pesquisa como uma questão de pesquisa que deve ser cuidadosa e continuamente examinada.

- Verificação dos participantes: trata-se de um procedimento segundo o qual alguns ou vários relatórios finais são apresentados para as pessoas que foram estudadas para que façam comentários a respeito dos mesmos. Tal procedimento permite que se obtenha *insights* adicionais sobre a pesquisa, que se levante as fragilidades da mesma e que se estabeleça um contato contínuo entre pesquisadores e pesquisados.

As vantagens que a netnografia oferece frente à etnografia, são: 1) a primeira pode ser conduzida de forma mais rápida que a segunda; 2) é menos dispendiosa, na medida em que se resume a material textual e escrito; 3) é menos subjetiva, na medida em que é possível ter registros de vários tipos de materiais (Kozinets, 2002).

Com relação às desvantagens, destaca-se sua concentração na linguagem textual, que, como foi apontado anteriormente, está rapidamente sendo superada em função das novas ferramentas de comunicação síncronas e assíncronas disponíveis na *web*.

#### 4. Aplicações da netnografia no estudo de blogs: possibilidades e limitações

Assim como a *web*, os *blogs* podem ser entendidos tanto como artefato quanto como contexto cultural (Kozinets, 1997, 2002; Hine, 2005). Enquanto artefatos, os *blogs* surgem como ferramentas de fácil atualização em *web sites*, que se baseiam no sistema de micro-conteúdos e na atualização quase que diária dos mesmos, de um ou vários autores, permitindo, ainda, os comentários até mesmo de quem não é autor de *blog*. Em termos de contexto cultural, sendo os *blogs* espaços de comunicação mediada por computador (CMC), podem ser entendidos a partir dos *webrings* (Recuero, 2003) e analisados sob o ponto de vista da socialização que deles decorre.

Nesse sentido, percebemos os textos sobre netnografia ou etnografia *on-line*/virtual referidos neste artigo (Kozinets, 1997, 2002; Hine, 2005) são orientados para estudos da *web* de forma ampla. A técnica de netnografia não foi aplicada ao *blogs* especialmente no sentido proposto neste artigo (aspectos de socialização). Ao contrário de muitas das experiências de pesquisa relatadas nos mesmos, principalmente em Hine (2005), que se valem de *sites* para a coleta de dados, observa-se que a socialização decorrente dos *blogs*, pode ser sistematizada na idéia de *webrings* (Recuero, 2003), o que faz dos *blogs* objetos privilegiados para a análise da socialização na *Internet*. Afinal, os *blogs* e a socialização entre seus autores e leitores, a partir das postagens e dos comentários, acontecem de forma espontânea. Trata-se, portanto, de um fenômeno no ciberespaço que existe independentemente de qualquer pesquisa que se realize sobre os mesmos (ao contrário dos *sites* para coleta de dados) e, como tal, oferece-se como objeto que requer a netnografia como técnica para apreendê-lo.

A netnografia aplicada ao estudo dos *blogs* apresenta como possibilidades a exploração da comunicação multimídia, permitindo, contar com dados coletados em texto, áudio e vídeo, recursos que podem enriquecer a observação dos estudos etnográficos tradicionais. Há também outras possibilidades quanto ao uso da netnografia para pesquisa em *blogs*, a saber: 1) facilidade de busca e coleta de dados; 2) amplitude da coleta e do armazenamento (no tempo e no espaço); 3) desdobramento da pesquisa com rapidez.

Já a questão do ingresso cultural do pesquisador nas redes de relacionamento criadas em torno de *blogs*, alerta para as questões éticas. Nesse sentido, o pesquisador deve tentar entrar em contato com os *blogueiros* nos próprios *blogs*, pedir e-mail destes para se manifestarem de forma mais precisa sobre as intenções da pesquisa e estabelecer acordos quanto à coleta de dados a partir dos *blogs* a serem analisados, incluindo-se a obtenção do consentimento informado.

Devido à desterritorialização do ciberespaço presente também nos *blogs*, é importante que o pesquisador tenha presente a delimitação da sua pesquisa, evitando desta forma o fenômeno *infoglut*<sup>13</sup>.

Entre as limitações quanto à aplicação da técnica netnográfica em estudos sobre *blogs*, está o fato de que se pode desdobrar os rumos da pesquisa, o que pode levar a

---

<sup>13</sup> Sobrecarga de informações



abrir inúmeros caminhos, fazendo com que seja fácil perder o foco de pesquisa inicialmente proposto. Nesse sentido, é válida a observação de Schneider e Foot (2005) ao sugerirem a seleção do tópico que pretende-se analisar, restringindo o tipo de *blog*, bem como a delimitação de um período de análise.

Porém, definir uma “amostra” que mantenha-se constante ao longo da pesquisa, durante um longo período, pode ser uma tarefa difícil. Nesse sentido, é necessário que os *blogueiros* realizem postagens nos *blogs* a serem observados regularmente e, além disso, comentem em outros *blogs*, o que não pode ser determinado “*a priori*” pelos pesquisadores.

Um aspecto que a netnografia apresenta como limitação frente a etnografia tradicional diz respeito à identidade e veracidade dos participantes. A identidade dos *blogueiros*, bem como da veracidade das informações postadas é questionável. Por isso, torna-se pertinente triangular a técnica de observação netnográfica com outras técnicas de pesquisa como entrevistas, análise de outros documentos disponíveis no ciberespaço, como *sites*, etc.

Apesar das limitações citadas consideramos que o uso desta metodologia em pesquisas que visam o estudo de espaços de socialização na *web* (como os *blogs*) é fundamental para oferecer um estudo mais aprofundado e completo, considerando o universo pesquisado a partir dos seus atores principais. A presente metodologia está sendo aplicada no projeto “*Blogs como Ferramentas de Socialização e Inclusão de Pessoas com Necessidades Especiais (PNEs)*”. O projeto está sendo desenvolvido no âmbito da Linha de Pesquisa Inclusão e Acessibilidade Digital ligada aos Grupos de Pesquisa Comunicação e Cultura e Tecnologias da Informação e Comunicação do Centro Universitário Feevale e visa identificar e analisar alternativas de acessibilidade digital e inclusão social de PNEs através de *blogs*, investigando de que maneira se estrutura a rede social de relacionamento dos mesmos a partir de seus *blogs*. Acredita-se que a pesquisa proposta permitirá destacar o potencial de socialização representado por esta ferramenta para pessoas que apresentem algum tipo de necessidade.

Nesse sentido, percebe-se a netnografia como uma metodologia apropriada para o presente projeto e que pode contribuir com pesquisas cujos objetos de estudo sejam outros espaços/ferramentas de socialização na *web*.

## 5. Referências

- BARROS, C. F. P; ROCHA, E.; PEREIRA, C. “Do ponto de vista Nativo”: **Compreendendo o consumidor através da visão etnográfica**. Trabalho apresentado no NP03 – Publicidade, Propaganda e Marketing. XXVIII Intercom. UERJ, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em <http://www.intercom.org.br>. Acesso em 03 nov. 2006.
- BAZTÁN, A. **Etnografía**. Metodologia cualitativa em la investigación sociocultural. Barcelona: Boixareu Universitária, 1995.
- BLOOD, R.. **Weblogs: a History and perspective**, 2000. Disponível em [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html). Acesso em 09 abr. 2006.
- CARVALHO, C.; GOULART, R.; MONTARDO, S.; ROSA, H. Monitoramento da imagem das organizações e as ferramentas de busca de *blogs*. In: **Revista Prisma.com**. Disponível em <http://prisma.cetac.up.pt>. Acesso em 03 nov. 2006.
- CESAR, Ricardo. Geração Digital in: **Revista Exame**. São Paulo: Abril, pp. 22-30. 30 ago. 2006.



- GOETZ, J. P. e LECOMPTE, M. **Etnografia y Diseño Cualitativo en Investigación Educativa**. Madri: Morata, 1988
- HAMMERSLEY, M.; ATKINSON, P. **Etnografia: métodos de investigación**. Bs. As.: Paidós, 1994.
- JONES, Q. Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline. In **Journal of Computer Mediated Communication**. Vol. 3 Issue 3. December 1997. Disponível em <http://jcmc.huji.ac.il/vol3/issue3/jones.html>. Acesso em 20 out. 2006.
- HINE, C.. Virtual Methods and the Sociology of Cyber-Social-Scientific Knowledge. In: HINE, Christine (Org.). **Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet**. Oxford: Berg, 2005.
- KOZINETS, R. On Netnography: Inicial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. (1997). Disponível em <http://research.bus.wisc.edu/rkoinets/printouts/kozinetsonnetnography.pdf>. Acesso em 20 out. 2006.
- KOZINETS, R. The Field Behind the Screen: Using Netnography For Marketing Research in Online Communities. (2002). Disponível em <http://research.bus.wisc.edu/rkoinets/printouts/kozinetsonfieldbehind.pdf>. Acesso em 20 out. 2006.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MEAD, G. H. (1950). *Mind, Self and Society*, The University of Chicago Press, Chicago.
- MONTARDO, S. P. e ROCHA, P. J.. Netnografia. Incursões metodológicas na cibercultura, Dez. 2005. In: **E-compós**. Revista da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em <http://www.compos.org.br/e-compos>.
- PINTO, M. J. **Blogs! Seja um editor na era digital**. São Paulo: Érica, 2002.
- PRIMO, A. Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. In: XXI Intercom, 1998, Recife. **Anais**. Recife: Intercom, 1998. Disponível em cd-rom.
- RECUERO, R. **Weblogs, webrings e comunidades virtuais**, 2003. Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel>. Acesso em 25 out. 2006.
- RUTTER, J. SMITH, G. Ethnographic Presence in a Nebulous Setting. In: HINE, C. (Org.). **Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet**. Oxford: Berg, 2005.
- SÁ, S.P. **Netnografia nas redes digitais**. Trabalho apresentado no GT Tecnologias Informacionais de Comunicação e Sociedade. X Compós, UnB, Brasília, 2001.
- SCHNEIDER, S. FOOT, K. *Web Sphere Analysis: An Approach to Studying Online Action*. In: HINE, C. (Org.). **Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet**. Oxford: Berg, 2005.
- SHITTINE, D. **Blog: Comunicação e escrita íntima na Internet**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.
- SIFRY, D. **State of Blogosphere**. August, 2006. Disponível em <http://www.sifry.com/alerts>. Acesso em 25 out. 2006.
- THOMPSON, C. The early years. In: **New York Magazine**, 2006. Disponível em <http://www.nymagazine.com>. Acesso em 09 abr. 2006.